



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

A. Kesimpulan

Kesimpulan yang diperoleh sebagai hasil pengolahan data mengenai pengaruh *Green Brand Image* dan *Green Brand Trust* terhadap *Green Satisfaction* yaitu diuraikan sebagai berikut :

1. *Green Brand Image* berpengaruh positif secara langsung dan signifikan terhadap *Green Satisfaction*. Hal ini berarti semakin baik citra merek yang diberikan kepada pelanggan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan para pelanggan.
2. *Green Brand Trust* berpengaruh positif secara langsung dan signifikan terhadap *Green Satisfaction*. Hal ini berarti semakin baik kepercayaan pelanggan pada Nippon Paint, maka semakin tinggi tingkat kepuasan para pelanggan.
3. *Green Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Green Satisfaction* melalui *Green Brand Trust*. Hal ini berarti semakin baik citra merek yang tercipta, maka konsumen akan semakin percaya sehingga konsumen akan merasa semakin puas dengan Nippon Paint.

B. Saran

1. Bagi Nippon Paint
 - a. Nippon Paint diharapkan dapat terus meningkatkan *Green Brand Image* dan *Green Brand Trust*-nya, sehingga melalui citra merek dan kepercayaan dapat terus memuaskan para pelanggan-nya dan juga dapat menjadi keunggulan bersaing dengan para kompetitornya. Contohnya dengan lebih banyak memasang iklan di televisi dan lebih sering berinteraksi di sosial media

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

sehingga konsumen tahu bahwa Nippon Paint mempunyai produk yang ramah lingkungan. Nippon Paint juga harus lebih banyak dan konsisten dalam membuat produk yang ramah lingkungan, buat varian yang lebih banyak dan lebih menarik lagi agar konsumen percaya dengan produk yang dibuat oleh Nippon Paint dan merasa puas dengan kualitasnya.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

- a. Jumlah sampel dalam penelitian ini hanya terbatas pada 100 responden, sehingga hasil yang diperoleh mungkin kurang mewakili pelanggan Nippon Paint dari seluruh wilayah DKI Jakarta. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan jumlah sampel penelitian sehingga data yang dihasilkan lebih bervariasi dan menghasilkan penelitian yang lebih baik.
- b. Variabel dalam penelitian ini hanya terbatas pada *Green Brand Image* dan *Green Brand Trust* yang menjadi faktor yang mempengaruhi *Green Satisfaction*. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan variabel lainnya yang menjadi faktor dalam mempengaruhi *Green Satisfaction*.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

