

## 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

#### 5.1. Kesimpulan

Pada penelitian ini, diteliti mengenai pengaruh *green marketing* dan *corporate social responsibility* terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk The Body Shop. Penelitian ini sendiri menggunakan perusahaan The Body Shop yang merupakan perusahaan pada bidang kosmetik, perawatan tubuh dan wajah sebagai objek penelitian. Dari hasil uji serta pembahasan yang sudah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka dapat dibuat kesimpulan sebagai berikut :

- 5.1.1. *Green marketing* mempunyai pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini didukung oleh (Novianto, 2017) dan (Afrida & Febriani, 2021), tetapi tidak didukung oleh (Mahendra & Nugraha, 2021)
- 5.1.2. *Corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk The Body Shop. Penelitian ini didukung oleh (Novianto, 2017) dan (Mahendra & Nugraha, 2021), akan tetapi tidak didukung pada penelitian yang dilakukan oleh (Afrida & Febriani, 2021)

#### 5.2. Saran

Berdasarkan pembahasan dan juga kesimpulan yang sebagaimana sudah disebutkan dan dijelaskan pada bagian sebelumnya, peneliti mempunyai beberapa saran yang dapat diberikan kepada pihak perusahaan





yakni The Body Shop dan juga peneliti selanjutnya. Berikut saran yang diberikan oleh peneliti :

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

5.2.1. Bagi Perusahaan :

- a. Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan dapat terbukti bahwa pemasaran hijau atau *green marketing* yang dilakukan oleh The Body Shop mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk The Body Shop. Oleh sebab itu, peneliti menyarankan kepada The Body Shop untuk tetap mempertahankan dan terus mengembangkan strategi *green marketing* dengan menggunakan bahan baku yang aman, program daur .
- b. Dari penelitian dapat diketahui juga bahwa *corporate social responsibility* yang dilakukan The Body Shop mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Jadi ada baiknya untuk The Body Shop mempertahankan dan juga menambah program-program *corporate social responsibility* yang dapat mempengaruhi pandangan konsumen terhadap the Body Shop.

5.3. Bagi Peneliti Selanjutnya :

Peneliti masih menyadari bahwa pengetahuan yang dimiliki peneliti masih terbatas, oleh sebab itu peneliti beberapa harapan kepada peneliti selanjutnya, Bagi peneliti selanjutnya, peneliti berharap kedepannya penelitian dapat dikembangkan secara lebih luas lagi yakni dengan memperluas jangkauan wilayah yakni tidak terbatas pada daerah JABODETABEK (DKI Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi) saja akan tetapi daerah lain. Penelitian juga bisa diperluas dengan jumlah

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 menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

variabel yang lebih banyak dari yang peneliti dapatkan ataupun jenis variabel baru yang kiranya berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

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.

