

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN



Hak Cipta dilindungi Undang-Undang
© Hak Cipta dilindungi Undang-Undang
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Pada bagian di bab ini berisikan mengenai kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan. Pada pembahasan ini peneliti akan memberikan kesimpulan mengenai pengaruh hubungan dari variabel independen terhadap variabel dependen serta variabel moderasi. Pada bab ini akan terlampirkan saran yang akan diberikan kepada pihak yang bersangkutan.

5.1 Kesimpulan

Setelah selesainya dilakukan penelitian dan memperoleh hasil analisis terhadap Hipotesis yang telah di jelaskan dalam penelitian dengan judul “Pengaruh Pemasaran Hijau terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Citra Merek sebagai Variabel Mediasi Pada Konsumen Layanan Gojek Di Jakarta Utara”. Maka kesimpulan yang berhasil didapatkan adalah:

1. Pemasaran Hijau memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Konsumen pada konsumen layanan gojek di Jakarta Utara. Bila semakin baik implementasi strategi pemasaran yang ramah lingkungan, atau Pemasaran Hijau maka semakin tinggi tingkat Loyalitas Konsumen terhadap produk tersebut.
2. Pemasaran Hijau tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Konsumen yang dimediasi oleh Citra Merek pada konsumen layanan Gojek di Jakarta Utara. Hasil ini menunjukkan bahwa, meskipun upaya Pemasaran Hijau dapat memengaruhi persepsi konsumen terhadap Citra Merek, namun dampaknya tidak secara signifikan berkorelasi dengan tingkat loyalitas pelanggan.



5.2 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

1. Bagi Perusahaan

Berdasarkan temuan dari penelitian ini, Gojek, disarankan terus melanjutkan kegiatan atau praktik-praktik pemasaran ramah lingkungan atau Pemasaran Hijau. Meskipun hasil menunjukkan bahwa Pemasaran Hijau tidak secara signifikan memengaruhi Loyalitas Konsumen, Dalam hal ini penulis memiliki bentuk program kampanye pemasaran hijau yang bisa digunakan oleh Gojek yaitu:

- a. *Gojek Green Rewards*: Gojek dapat meluncurkan program insentif, di mana pelanggan yang menggunakan layanan Gojek dengan motor listrik atau dengan cara berbagi perjalanan akan mendapatkan poin atau diskon khusus untuk transaksi berikutnya.
- b. *Program Recycle & Reward*: Gojek dapat bekerja sama dengan pihak-pihak terkait untuk mengumpulkan limbah plastik di titik-titik tertentu dan memberikan insentif kepada para mitra.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian yang telah dilakukan ini memiliki keterbatasan, dalam cakupan variabel, wilayah geografis sampel, dan metode pengumpulan data. Oleh karena itu, diharapkan penelitian selanjutnya dapat, memperluas cakupan wilayah, serta mempertimbangkan metode pengumpulan data yang lebih beragam. Tujuannya agar memberikan wawasan yang lebih detail dan solusi yang lebih terperinci untuk mendukung pemasaran keberlanjutan dan Loyalitas Konsumen pada layanan Gojek.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan 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.