

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan penulis membuat kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian “Pengaruh *Green Marketing* dan *Digital Marketing* terhadap Minat Beli pada Produk Wardah” yaitu sebagai berikut:

1. Hasil dari penelitian ini diperoleh nilai $t_{hitung} 3,678 > 1,660$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,005$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel *Green Marketing* (X1) berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Beli (Y) Pada Produk Wardah di Kota Bogor. Hal tersebut mengartikan bahwa, semakin tinggi *Green Marketing* yang dimiliki Wardah, maka Minat Beli akan meningkat.
2. Hasil dari penelitian ini diperoleh nilai $t_{hitung} 2,923 > 1,660$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,005$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel *Digital Marketing* (X2) berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Beli Pada Produk Wardah di Kota Bogor. Hal tersebut mengartikan bahwa, semakin tinggi *Digital Marketing* yang dimiliki Wardah, maka Minat Beli akan meningkat.
3. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengujian uji F diperoleh nilai $F_{hitung} 25,717 > F_{tabel} 3,09$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,005$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel *Green Marketing* (X1) dan

Digital Marketing (X2) berpengaruh positif signifikan secara bersama-sama terhadap Minat Beli (Y) Pada Produk Wardah di Kota Bogor.

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, berikut ini merupakan saran yang diberikan oleh penulis, dengan adanya saran ini diharapkan bisa bermanfaat bagi Wardah:

1. Bagi Wardah
 - a. Saran *Green Marketing* sebaiknya agar lebih meningkatkan dan menyebarkan promosi melalui media sosial untuk meningkatkan pengetahuan konsumen tentang produk hijau dan memberikan pemahaman lebih dalam tentang iklan hijau bahwa produk Wardah tidak membahayakan lingkungan dari *green marketing* yang menjadi salah satu faktor pertimbangan konsumen dalam minat beli konsumen terhadap Produk Wardah.
 - b. Saran *Digital Marketing* sebaiknya Wardah lebih gencar dalam menarik perhatian konsumen dengan memberikan Challenge sebagai hiburan sehingga bisa memenangkan giveaway untuk para pengikut media sosial Wardah. Wardah harus lebih menyesuaikan teknologi dibidang *digital* terkait upaya mengiklankan produk Wardah.
2. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan adanya penelitian lain yang mengembangkan penelitian ini misalnya dengan metode lain dan menambah variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.