

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti dan uraian dari bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. *Green marketing* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk The Body Shop di Kota Bogor.
2. *Brand Image* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk The Body Shop di Kota Bogor.
3. *Green marketing* dan *brand image* secara bersama-sama atau simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk The Body Shop.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka rekomendasi atau saran yang dapat peneliti berikan adalah sebagai berikut.

1. Bagi Pihak Perusahaan
 - a. Membuat iklan promosi yang lebih menekankan pesan moral untuk menjaga lingkungan. Seperti iklan yang bertema untuk mengajak konsumen atau masyarakat mengikuti program penanaman tumbuhan kembali atau menukar botol, kemasan, dan produk bekas pakai menjadi voucher potongan belanja produk The Body Shop.

- b. Membuat demonstrasi pembuatan produk The Body Shop dengan bahan-bahan yang berkualitas alami, dengan tujuan menghilangkan kekhawatiran konsumen dengan banyaknya produk yang berbahan kimia yang dapat merusak lingkungan.
- c. Diharapkan perusahaan dapat meningkatkan *green marketing* terlebih dahulu setelah itu meningkatkan *brand image* agar keputusan pembelian konsumen dapat meningkat secara signifikan.