

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang di laksanakan pada mahasiswa manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang yang telah dijadikan sebagai responden maka dengan itu bisa di simpulkan sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran hijau dan citra merek produk teh kotak serta keputusan pembelian ini memiliki kriteria setuju berdasarkan hasil dari jawaban responden.
2. Hasil analisis yang sudah di paparan sebelumnya menunjukkan bahwa variabel pemasaran hijau memiliki hubungan terhadap variabel citra merek secara signifikan.
3. Hasil dari hipotesis menyatakan Strategi pemasaran hijau produk teh kotak ini memiliki tingkat pengaruh terhadap keputusan pembelian secara signifikan.
4. Citra merek produk teh kotak berdasarkan hasil uji hipotesis mempunyai pengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian secara signifikan.
5. Serta Pemasaran hijau dan citra merek memiliki pengaruh secara bersama – sama atau berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian dan memiliki tingkat signifikansi.

5.2 Saran

Setelah dilakukan pengujian data kuisisioner dan sudah dibahas serta sudah dilakukan penyimpulan maka perlu adanya saran agar adanya peningkatan dari berbagai aspek, sarannya sebagai berikut:

1. Perlu adanya mempertahankan strategi pemasaran hijau dan citra merek produk serta meningkatkan keputusan pembelian produk teh kotak.
2. Harus membangun persepsi produk hijau yang baik agar meningkatkan citra merek produk yang baik.
3. Konsep pemasaran hijau kurang terkelan dikalangan masyarakat luas maka dengan itu perlu adanya peningkatan pengenalan produk yang mengedepankan ramah lingkungan.

4. Citra merek produk teh kotak ini memang sudah familiar di benak konsumen karena produk teh dalam kemasan ini mudah untuk di ingat berdasarkan hal tersebut perlu adanya mempertahankan citra merek sebuah produk agar tidak kalah saing dengan produk baru atau produk sejenis lainnya agar citra merek teh kotak selalu mempengaruhi keputusan pembelian.
5. Serta yang perlu dilakukan produk Teh kotak meningkatkan strategi pemasaran hijau dengan melakukan promosi hijau akan bisa meningkatkan citra merek produk dan berdampak kepada keputusan pembelian.



