

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis *PENGARUH GREEN MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN* (studi kasus:mahasiswa universitas kristen maranatha fakultas ekonomi) Hasil penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Besarnya pengaruh *Green Marketing* terhadap keputusan pembelian produk ultra milk sebesar 11% dan sisanya sebesar 89% dipengaruhi oleh faktor variabel lainnya diluar *Green Marketing*.
2. *Green Promotion* yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk ultra milk.

5.2 Keterbatasan penelitian

Penelitian ini masih mempunyai keterbatasan-keterbatasan. Adanya keterbatasan ini, diharapkan dapat dilakukan perbaikan untuk penelitian yang akan datang. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah:

1. Sampel yang digunakan adalah mahasiswa Universitas Kristen Maranatha Bandung Fakultas Ekonomi yang pernah menggunakan produk Ultra Milk

2. Penelitian ini dilakukan dengan metode *survey* menggunakan kuesioner saja yang semestinya penelitian bisa juga dilakukan dengan wawancara.

5.3 Saran Teoritis

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, penulisan dapat memberikan ide masukan-masukan bagi perusahaan Ultra Milk, yaitu:

1. Penelitian selanjutnya sebaiknya dilakukan di luar lingkungan Universitas Kristen Maranatha agar data yang diperoleh lebih umum.
2. Penelitian selanjutnya menggunakan variabel yang lebih beragam untuk menguji keputusan pembelian seperti kepuasan pelanggan.
3. Penelitian selanjutnya disarankan meneliti konsumen secara lebih mendalam misalnya dengan wawancara, agar informasi yang didapat akan lebih akurat.