

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penulis dapat menarik beberapa kesimpulan, yaitu:

1. Berdasarkan analisis data profil responden maka dapat disimpulkan bahwa komposisi mayoritas konsumen The Body Shop sebesar 92% berjenis kelamin wanita, dan 89% berusia di antara 18-25 tahun.
2. Harga produk yang ditawarkan oleh The Body Shop terbilang relatif mahal dibandingkan produk produk lain. Akan tetapi konsumen tetap bersedia untuk membayar mahal demi produk ramah lingkungan dan memiliki kandungan yang aman.
3. Tanggapan responden mengenai promosi penjualan yang dilakukan oleh The Body Shop cukup baik karena promosi penjualan yang dilakukan oleh The Body Shop dapat memenuhi kebutuhan dan ketertarikan konsumen terhadap produk The Body Shop. Konsumen juga tertarik dengan promosi yang dilakukan oleh The Body Shop karena menyertakan pesan-pesan sosial dan lingkungan. Sebanyak 61% responden menyatakan bahwa mereka menyukai produk The Body Shop karena menyertakan kampanye tentang cinta lingkungan dan masalah-masalah sosial.
4. Konsumen menyukai produk The Body Shop karena kemasannya yang dapat didaur ulang. Hal ini dibuktikan dengan 57% responden yang setuju dengan

hal itu, serta 55% responden setuju dengan produk The Body Shop yang awet dan tahan lama.

5. Para konsumen The Body Shop bukan hanya membeli produknya karena konsep ramah lingkungan, akan tetapi mereka juga memiliki pengetahuan tentang isu-isu lingkungan, bahkan sebanyak 63% responden menyatakan bahwa mereka menyadari perlunya menggunakan produk ramah lingkungan. Sebanyak 56% responden juga menyatakan bahwa sebelum mereka membeli produk The Body Shop mereka akan memeriksa terlebih dahulu kandungan yang terdapat dalam produk untuk memastikan keamanan dan fungsi dari produk tersebut.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat keterbatasan penelitian antara lain:

1. Penelitian ini hanya dilakukan di sekitar Universitas Kristen Maranatha
2. Penelitian ini hanya dilakukan dengan metode survey menggunakan kuesioner
3. Penelitian ini hanya menggunakan produk The Body Shop

5.3 Saran

Adapun saran untuk penelitian lebih lanjut untuk memperbaiki keterbatasan-keterbatasan dalam penelitian ini adalah:

1. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat dilakukan di berbagai tempat lainnya seperti lingkungan mall, lingkungan universitas lainnya, diluar lingkungan Universitas Kristen Maranatha agar data yang diperoleh lebih umum.

2. Penelitian selanjutnya disarankan meneliti responden secara lebih mendalam misalnya dengan wawancara, agar informasi yang didapat akan lebih akurat.
3. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan produk *green marketing* lainnya, seperti PT Unilever, PT Nestle, dan PT Ecogreen Oleochemicals.
4. Mempertahankan kampanye tentang masalah lingkungan sehingga masyarakat menjadi lebih peka dan menyadari tentang kondisi lingkungan hidup. Sehingga perusahaan bukan hanya mendapatkan keuntungan dalam penjualan tetapi juga membantu memberikan kontribusi tentang pelestarian lingkungan hidup.