

BAB V

SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN

A. Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti dan mengetahui pengaruh *green marketing* terhadap citra merek dan keputusan pembelian pada konsumen lampu Philips di Yogyakarta. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *Green marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek pada produk lampu Philips, yang berarti *green marketing* berpengaruh langsung terhadap citra merek sehingga hipotesis 1 diterima.
2. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk lampu Philips, yang berarti semakin baik citra merek yang di hasilkan oleh Philips maka akan mempengaruhi langsung terhadap keputusan pembelian sehingga hipotesis 2 diterima.
3. *Green marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk lampu Philips, yang berarti semakin baik strategi *green marketing* yang dilakukan Philips, maka akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen sehingga hipotesis 3 diterima.
4. Citra merek berpengaruh tidak signifikan terhadap *green marketing* dan keputusan pembelian pada produk lampu Philips. Karena pengaruh tidak langsung tetapi tidak sebesar pengaruh langsungnya. Pengaruh *green*

marketing terhadap keputusan pembelian merupakan pengaruh langsung sehingga hipotesis 4 ditolak.

B. Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat keterbatasan sehingga hasil penelitian yang dilakukan belum maksimal. Adapun keterbatasan penelitian ini sebagai berikut:

1. Penelitian ini memiliki sampel terbatas karena hanya dilakukan di Kecamatan Kasihan, Bantul, Yogyakarta.
2. Penelitian ini didasarkan atas satu sumber informasi dari responden sehingga dapat menyebabkan adanya potensi bias.
3. Data yang didapatkan hanya sebatas minimal dalam ketentuan sehingga perlu adanya perluasan responden.

C. Saran

1. Bagi Peneliti Selanjutnya
 - a. Peneliti yang akan datang diharapkan melakukan pengambilan sampel responden lebih banyak di penelitian selanjutnya, agar mendapatkan hasil yang maksimal.
 - b. Menggunakan metode lain dalam pengumpulan data seperti wawancara yang mendalam terhadap seluruh responden, agar informasi yang di dapat lebih akurat dari pada kuesioner yang jawabannya sudah tersedia.
 - c. Menambah referensi ilmiah yang terbaru dan lebih luas agar hasil penelitian lebih maksimal.

2. Bagi Manajemen PT. Philip *Lighting* Indonesia

Hasil dari penelitian ini menunjukkan hasil yang baik, sebaiknya perusahaan dapat meningkatkan dan mengembangkan strategi *green marketing* dan strategi citra merek terhadap suatu produknya, agar keputusan pembelian konsumen dapat meningkat dan mendapatkan hasil yang maksimal.