

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

V.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis serta pengujian hipotesis maka diperoleh hasil yaitu, kepuasan pelanggan bloomka dipengaruhi oleh *green product*, *green price*, dan *green place*, namun kepuasan pelanggan tidak dipengaruhi oleh *green promotion*. Dapat dikatakan bahwa *green product* memengaruhi kepuasan pelanggan, artinya ketika *green product* mengalami peningkatan, maka kepuasan pelanggan akan meningkat. Demikian pula, jika *green product* menurun, maka kepuasan pelanggan juga akan menurun.

Selanjutnya, berdasarkan hasil penelitian ini dapat dikatakan bahwa *green price* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada bloomka skincare. Artinya ketika *green price* mengalami peningkatan, maka kepuasan pelanggan akan meningkat. Demikian pula, jika *green price* menurun, maka kepuasan pelanggan juga akan menurun.

Kemudian, hasil penelitian memberikan pernyataan bahwa *green place* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada bloomka skincare. Artinya ketika *green place* mengalami peningkatan, maka kepuasan pelanggan akan meningkat. Demikian pula, jika *green place* menurun, maka kepuasan pelanggan juga akan menurun.

Selanjutnya hasil penelitian membuktikan dan menunjukkan bahwa *green promotion* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada bloomka skincare. Artinya kepuasan pelanggan tidak mengalami peningkatan maupun penurunan berapapun nilai *green promotion* tersebut.

V.2 Saran

Berdasarkan analisis, pembahasan serta kesimpulan yang telah disusun, maka penulis dapat memberikan beberapa saran terkait hasil penelitian yang bertujuan dan diharapkan dapat berguna untuk masyarakat, perusahaan, peneliti selanjutnya atau pihak-pihak yang membutuhkannya yaitu sebagai berikut :

- a. Perusahaan ataupun industry e-commerce dapat menjadikan penelitian ini sebagai referensi dalam meningkatkan strategi pemasaran. Dimana dengan meningkatkan green product, green price, green place dan green promotion yang akan berdampak bagi kepuasan pelanggan.

Berdasarkan uraian dalam pembahasan terkait kepuasan pelanggan dapat disarankan bloomka perlu mempertahankan harga yang sesuai dengan fasilitas yang diberikan kepada konsumen dan meningkatkan produk agar sesuai dengan apa yang konsumen harapkan, lalu pada green product, bloomka perlu mempertahankan bahan yang berbahan dasar tumbuhan sebagai bahan dasar produknya, serta meningkatkan daya tahan produknya. Terkait green price, bloomka sebaiknya dapat mempertahankan potongan harga agar memicu konsumen untuk membeli produk dan meningkatkan harga yang dapat membantu konsumen tetap menjaga kelestarian lingkungan. Selanjutnya green place, bloomka dapat mempertahankan lokasi toko agar mudah dijangkau konsumen dan meningkatkan lahan parkir yang luas.

- b. Bagi peneliti selanjutnya

Saran untuk peneliti selanjutnya, dapat dilakukan pengembangan terhadap penelitian menggunakan tema sejenis, dengan menambahkan atau mengganti variabel penelitian seperti impulse buying dan greem lifestyle.