

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Menurut hasil pengolahan data menggunakan SmartPLS 3.0 mengenai analisis keputusan pembelian produk hair care Love Beauty And Planet, dapat disimpulkan bahwa variabel *green promotion* memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini membuktikan bahwa pesan produk ramah lingkungan pada iklan dapat memperkuat image produk *hair care* Love Beauty And Planet dan menjadi salah satu pengaruh dilakukannya keputusan pembelian. Promosi hijau yang baik memudahkan masyarakat untuk mengetahui kualitas produk ramah lingkungan yang ditawarkan oleh Love Beauty And Planet dan menarik masyarakat untuk melakukan keputusan pembelian.

Variabel *green product* juga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini membuktikan bahwa beberapa faktor keputusan pembelian produk hair care Love Beauty And Planet juga dipengaruhi oleh produk hijau. Beberapa hal yang diperhatikan konsumen dalam melakukan suatu keputusan pembelian pada produk hair care Love Beauty And Planet adalah dampak produk dan kemasan kepada lingkungan, bahan baku produk dan juga sertifikat eco-label.

Namun dalam penelitian ini, variabel e-WOM tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Ini menunjukkan bahwa konsumen Love Beauty And Planet di DKI Jakarta tidak terlalu terpengaruh oleh media komunikasi online dalam proses pengambilan keputusan pembelian. Hal ini mungkin disebabkan oleh perusahaan yang masih kurang memaksimalkan strategi promosi perusahaan Love Beauty And Planet pada media sosial, sehingga Love Beauty And Planet kurang dikenal di media sosial.

#### 5.2 Saran

Menurut hasil penelitian ini, peneliti juga menyajikan sejumlah saran untuk menjadi evaluasi bagi perusahaan maupun peneliti selanjutnya sebagai berikut:

- a. Bagi Perusahaan

Love Beauty And Planet sebaiknya lebih memperhatikan promosi di platform media online seperti media sosial, blog, *marketplace* dan sebagainya. Hal ini perlu dilakukan untuk meningkatkan *brand awareness* Love Beauty And Planet sebagai produk ramah lingkungan yang ikut serta melindungi bumi sehingga masyarakat juga ikut peduli dan mengajak satu sama lain untuk ikut melestarikan lingkungan dengan menggunakan produk Love Beauty And Planet. Love Beauty And Planet diharapkan untuk mempertahankan kualitas iklannya agar masyarakat dapat memperoleh informasi mengenai produk Love Beauty And Planet sehingga pesan yang ingin disampaikan pada masyarakat pun tersampaikan. Selain itu, Love Beauty And Planet juga harus menjaga konsistensi kualitas produknya untuk tetap bagus dan tidak mencemari lingkungan sehingga masyarakat tetap loyal pada produk Love Beauty And Planet.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk menggunakan variabel yang lebih bervariasi dan mengikuti topik terbaru, sehingga faktor-faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian juga dapat diketahui. Jika peneliti selanjutnya menggunakan variabel yang sama, maka peneliti perlu mencermati indikator dari masing-masing variabel agar dapat menyesuaikan objek yang diteliti.