

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil simpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama *Green Product* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction*. Oleh karena itu hipotesis 1 yang diajukan dalam penelitian ini, diterima.
2. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis kedua *Service Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction*. Oleh karena itu hipotesis 2 yang diajukan dalam penelitian ini, diterima.
3. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis ketiga *Brand Image* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction*. Oleh karena itu hipotesis 3 yang diajukan dalam penelitian ini, diterima.

5.2 Saran

Dari hasil penelitian dan simpulan yang telah disebutkan di atas, maka dapat diajukan saran sebagai berikut:

1. Saran Praktis:
 - a. Pihak Body Shop harus lebih memperhatikan bahan-bahan baku produk agar para konsumen semakin nyaman dalam mengonsumsi produk Body Shop.
 - b. Pihak Body Shop harus memperhatikan lagi tata ruangan dan interior toko mereka, karena suasana toko yang baik akan menunjang para konsumen untuk lebih lama berada di dalam toko sehingga minat beli akan timbul.

- c. Pihak Body Shop harus tetap mempertahankan karakteristik produk yang membedakan dengan pesaingnya meskipun sudah menjadi salah satu merek terkuat di bidang industri tersebut.

2. Saran Akademis

- Bagi peneliti dimasa akan datang disarankan menambahkan variabel yang mempengaruhi *Purchase Intention* khususnya terhadap produk-produk kecantikan dan perawatan tubuh.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Ahmad, F., Lopian, J., dan Soegoto, A. S., 2016, Analisis Green Product dan Green Marketing Strategy terhadap Keputusan Pembelian Produk The Body Shop di Manado Town Square, *Jurnal EMBA*, Vol. 4, No. 1, Maret: 33-44.
- Chang, N. J., dan Fong, C. M., 2010, Green Product Quality, Green Corporate Image, Green Customer Satisfaction and Green Customer Loyalty, *African Journal of Business Management*, Vol. 4, No. 13, Oktober: 2836-2844.
- Charles *et al.*, 2015, “ Hubungan Green Marketing Terhadap Pilihan Konsumen”. Jurnal. Fakultas Pertanian, Universitas Sam Ratulangi Manado.
- Durianto, D., Widjaja, A. W., dan Supratikno, H., 2003, *Inovasi Pasar Dengan Iklan Yang Efektif: Strategi, Program dan Teknik Pengukuran*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ebansi.blogspot.co.id, Kualitas Layanan Internal, 2016, diakses 3 April, 2017, <http://ebansi.blogspot.co.id/2010/07/kualitas-layanan-service-quality-dan.html>
- Fajriasari, 2013, “Pengaruh Jumlah Wisatawan, Lama Tinggal, dan Pengeluarannya terhadap Produk Domestik Regional Bruto Sektor Pariwisata di Jawa Tengah”. *Skripsi*. Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Pendidikan Indonesia Bandung.
- Female Daily, 2015, 5 Produk The Body Shop Dengan Rating Tertinggi di Beauty Review, diakses 8 Maret, 2017, <http://femaledaily.com/blog/2015/08/22/5-produk-body-shop-dengan-rating-tertinggi-di-beauty-review/2/>.

- Foster, B., 2016, Impact of Brand Image on Purchasing Decision on Mineral Water Product “Amidis”, *American Research Journal of Humanities and Social Sciences*, Vol. 2, 1-11.
- Ghozali, I., 2001, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS, Edisi I*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., 2011, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19 (edisi kelima)*, Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hafidhoh, 2015, “Pengaruh Green Product, Green Advertising dan Green Branding terhadap Loyalitas Konsumen UMKM Jamu Bu Herlin di Kabupaten Semarang”. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang.
- Jurnal-sdm.blogspot.co.id, Kualitas Layanan (Service Quality) dan Kualitas Layanan Internal (Internal Service Quality), 2010, diakses 3 April, 2017, <http://jurnal-sdm.blogspot.co.id/2010/07/kualitas-layanan-service-quality-dan.html>
- Kajianpustaka.com, Citra Merek (Brand Image), 2017, diakses 20 April, 2017, <http://www.kajianpustaka.com/2012/12/citra-merek-brand-image.html>
- Kotler, P., dan Keller, K. L., 2009, *Manajemen Pemasaran, Edisi 13, Jilid 1*, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., dan Keller, K. L., 2009, *Manajemen Pemasaran, Edisi 13, Jilid 2*, Jakarta: Erlangga.
- Limijaya, F. A., 2014, Tripple Bottom Line dan Sustainability, *Bina Ekonomi Majalah Ilmiah Fakultas Ekonomi Unpar*, Vol. 18, No. 1, Januari: 14-27.

- Malik, M. E., Ghafoor, M. M., dan Iqbal, H. K., 2012, Impact of Brand Image, Service Quality and Price on Customer Satisfaction in Pakistan Telecommunication Sector, *International Journal of Business and Social Science*, Vol. 3, No. 23, Desember: 123-129.
- Marisa, N., 2013, Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Terhadap Kawasan Perumahan Mustika Plamongan Elok Semarang, *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, Vol. 7, No. 3, Desember: 301-316.
- Munhurrun, P. R., Bhiwajee, S. D. L., dan Naidoo, P., 2010, Service Quality in The Public Service, *International Journal of Management and Marketing Research*, Vol. 3, No. 1, 37-50.
- Paramita, N. D., dan Yasa, N. Y. K., 2015, Sikap Dalam Memediasi Hubungan Kesadaran Lingkungan Dengan Niat Beli Produk Kosmetik Ramah Lingkungan, *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 17, No. 2, September: 177-185.
- Pereira, D., Giantari, N. G. K., dan Sukaatmadja. I. P. G., 2016, Pengaruh Service Quality terhadap Satisfaction dan Customer Loyalty Koperasi Dadirah di Dili Timor-Leste, *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, Vol. 5.3, 455-488.
- Perera, H. L. N., dan Pushpanathan, A., 2015, Green Marketing Practices and Customer Satisfaction: A Study of Hotels Industry in Wennappuwa Divisional Secretariat, Tourism, *Leisure and Global Change*, Vol. 2, No. 15, Agustus: TOC-13.
- Pesoth, M. C., 2015, Pengaruh Kualitas Produk, Packaging, dan Brand Image Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Rokok Dunhill di Kota Manado, *Jurnal EMBA*, Vol. 3, No. 3, September: 1101-1112.

- Pranatha, 2013, “Pengaruh Sumber Belajar terhadap Prestasi Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran Akuntansi”. *Skripsi*. Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pendidikan Indonesia Bandung.
- Ranganathan, V., dan Ramya, S., 2016, A Study on Consumer’s perception Towards Green Products with Reference to Coimbatore City, *Imperial Journal of Interdisciplinary Research (IJIR)*, Vol. 2, No. 2, 145-150.
- Ravita *et al.*, 2015, Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 21, No. 1, April: 1-7.
- Reza *et al.*, 2012, Green Product Quality, Green Customer Satisfaction, and Green Customer Loyalty, *IRACST-International Journal of Research in Management & Technology (IJRMT)*, Vol. 2, No. 5, Oktober: 499-503.
- Schaefer, A., dan Crane, A., 2005, Addressing Sustainability and Consumption, *Journal of Macromarketing*, Vol. 25, No. 1, Juni: 76-92.
- Situmorang, J. R., 2011, Pemasaran Hijau Yang Semakin Menjadi Kebutuhan Dalam Dunia Bisnis, *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 7, No. 2, 131-142.
- Siswanto, 2012, “Pengaruh Persepsi Konsumen Pada Green Marketing terhadap Green Product”. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Subagiyo, R., 2016, Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Pembiayaan di BMT Shara Tulungagung, *Malia*, Vol. 8, No. 1, Desember: 1-20.

Sugianto, 2013, “Pengaruh Inovasi Produk dan Distribusi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen”. *Skripsi*. Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pendidikan Indonesia.

Sugiyono, (2012), *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung: Alfabeta.

Syarifah, 2013, “Pengaruh Karakteristik Pemerintah Daerah terhadap Pengungkapan Wajib dalam Laporan Keuangan Pemerintah Daerah Kabupaten dan Kota di Provinsi Jawa Barat tahun 2010”. *Skripsi*. Pendidikan Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pendidikan Indonesia Bandung.

Theorymethod.blogspot.co.id, Uji Validitas dan Reliabilitas, 2015, diakses 10 Mei, 2017, <http://theorymethod.blogspot.co.id/2015/12/uji-validitas-dan-reliabilitas.html>

Theorymethod.blogspot.co.id, Analisis Regresi Linier Berganda, 2015, diakses 10 Mei, 2017, <http://theorymethod.blogspot.co.id/>

Theorymethod.blogspot.co.id, Uji Goodness of Fit, 2015, diakses 10 Mei, 2017, <http://theorymethod.blogspot.co.id/2015/12/uji-goodness-of-fit-uji.html>

Wikipedia.org, The Body Shop, 2016, diakses 21 Februari, 2017, https://id.wikipedia.org/wiki/The_Body_Shop.

Wikipedia.org, Triple Bottom Line, 2017, diakses 17 Maret, 2017, https://en.wikipedia.org/wiki/Triple_bottom_line.

Zeithaml, V. A., dan Bitner. M. J., 2000, *Service Marketing: Integrating Customer Focus Across The Firm*, Second Edition Hill, New York: McGraw