

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan hasil analisis mengenai Analisis Faktor Pembelian Produk The Body Shop, maka bisa penulis jadikan kesimpulan faktor dominan yang mempengaruhi membeli produk The Body Shop terdiri dari 5 faktor.

1. Rasa Tanggung Jawab Terhadap Lingkungan
2. Harga Terjangkau
3. Perinsip Brand
4. Takut Ketinggalan Zaman
5. Green Advertising

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil pengujian statistik dan kesimpulan, maka penulis memberikan saran untuk The Body Shop. Saran tersebut adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan faktor yang menjadi pertimbangan konsumen membeli produk The body Shop yaitu, faktor harga terjangkau dan *Green advertising* setiap perubahan keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh green marketing. Semakin baik/tinggi green marketing yang dirasakan konsumen maka keputusan pembelian juga semakin meningkat, sebaliknya apabila green marketing dirasakan buruk/rendah, maka keputusan pembelian juga semakin rendah. Oleh karena itu diharapkan kepada pihak The Body Shop untuk tetap mempertahankan atau menambah Green advertising.

2. Melakukan riset dan mencari informasi yang lebih dalam terhadap faktor-faktor yang sebelumnya belum diteliti sebelumnya, seperti acara promosi seperti apa yang diinginkan konsumen untuk lebih menarik dan mendapatkan target pasar yang lebih besar.