

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan yaitu :

1. Hasil pengujian diperoleh nilai tingkat signifikansi 0,019, artinya signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($p < 0,05$), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif. Hal ini berarti bahwa variabel *green product* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian
2. Hasil pengujian diperoleh nilai tingkat signifikansi 0,038 artinya signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($p < 0,05$), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif. Hal ini berarti bahwa variabel *green advertising* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian
3. Hasil pengujian diperoleh nilai tingkat signifikansi 0,000, artinya signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($p < 0,05$), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif. Hal ini berarti bahwa variabel *green brand* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian
4. Hasil pengujian diperoleh dengan signifikansi sebesar 0,000, dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($p < 0,05$). Hal ini berarti variabel *green product*, *green advertising*, dan *green brand* berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, saran yang dapat diberikan oleh peneliti adalah sebagai berikut.

1. Hendaknya perusahaan lampu LED Philips tetap mempertahankan tiga faktor yaitu *green product*, *green advertising*, dan *green brand*, karena ketiga faktor tersebut sangat mempengaruhi keputusan konsumen atau pembeli
2. Peneliti menyarankan untuk menambah variabel lain untuk penelitian selanjutnya. Sehingga penelitian tersebut dapat memperoleh hasil yang maksimal.