

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Strategi pemasaran *green marketing* yang terdiri dari beberapa aspek menunjukkan bahwa tidak semua aspek di dalamnya dapat mempengaruhi pembelian ulang, dalam hal ini khususnya pada produk dari *brand* Avoskin. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *green marketing* merupakan strategi yang potensial untuk diterapkan dan dikembangkan untuk menunjang tingkat pembelian ulang konsumen di dalam produk *brand* Avoskin. Namun pada aspek *green promotion* dan *green place* tidak memberikan pengaruh yang signifikan terkait hal tersebut. Hal ini dapat disebabkan oleh banyak faktor yang mempengaruhi seperti karena adanya pengalaman pemakaian yang menyebabkan konsumen tidak menghiraukan strategi *green promotion* yang dilakukan serta adanya kemudahan pembelian secara daring yang membuat jarak lokasi tempat penjualan juga tidak menjadi hambatan yang berarti dalam melakukan pembelian ulang untuk produk dari *brand* Avoskin.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka saran yang dapat diberikan oleh peneliti yaitu sebagai berikut untuk tetap mempertahankan pengalaman baik dari konsumen dalam menggunakan produknya, maka sebaiknya perusahaan *brand* Avoskin menjaga kualitas produk *brand* Avoskin yang notabene-nya berbasis lingkungan dengan optimal. Kemudian untuk memaksimalkan ciri khas *brand* Avoskin sebagai produk yang ramah lingkungan maka perusahaan

harus gencar melakukan strategi pemasaran seperti pengembangan *campaign* di berbagai macam media promosi yang dilakukan terkait citra perusahaan tersebut.

Untuk pengembangan lebih lanjut, penerapan strategi pemasaran *green marketing* ini dapat disesuaikan dengan kebutuhan perusahaan dengan menambah beberapa indikator yang dirasa mampu mendorong pencapaian tujuan perusahaan yang lebih optimal. Sehingga untuk mengembangkan dan mengetahui faktor-faktor lain terkait *green marketing* dan juga faktor-faktor lain yang dapat memberikan akibat pada pembelian ulang, maka di penelitian selanjutnya para peneliti dapat melakukan proses penelitian dan analisis lebih lanjut mengenai variabel-variabel lain yang potensial.