

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh antara *green marketing*, *lifestyle*, dan *environmental awareness* terhadap *brand loyalty* produk The Body Shop di Surabaya. Berdasarkan temuan penelitian, pembahasan, dan tanggapan dari 200 responden yang dipilih melalui metode *purposive sampling*, serta data yang diolah melalui analisis regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS 25, dapat ditarik kesimpulan yang dapat menjawab pertanyaan yang telah dirumuskan dalam penelitian berikut:

1. Dengan usia rata-rata 17-22 tahun, terlihat bahwa 98% pengguna produk The Body Shop di Surabaya adalah perempuan, sedangkan 2% dari basis pengguna adalah laki-laki. Mayoritas pembeli produk The Body Shop di Surabaya adalah pelajar/mahasiswa (90,5%), dan mayoritas pengguna merupakan warga Surabaya Timur dan Selatan (27,5%).
2. Temuan penelitian menunjukkan bahwa unsur-unsur seperti, *green marketing*, *lifestyle*, dan *environmental awareness* dapat menjadi bahan

pertimbangan pelanggan untuk meningkatkan loyalitas mereka terhadap merek The Body Shop di Surabaya. Dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa secara simultan, variabel *green marketing* (X1), *lifestyle* (X2), dan *environmental awareness* (X3) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel dependen (Y) yaitu *brand loyalty* pada produk The Body Shop di Surabaya

## 5.2 Saran

Peneliti menyarankan The Body Shop untuk terus berupaya menjaga kualitas produk ramah lingkungannya berdasarkan hasil pembahasan di atas. Selanjutnya, perusahaan kemudian didorong untuk menerapkan inisiatif kampanye yang didasarkan pada prinsip-prinsip yang dianutnya untuk mengoptimalkan fitur-fitur ramah lingkungan The Body Shop. Artinya, kegiatan kampanye akan meningkatkan pengetahuan masyarakat terhadap isu-isu tersebut, khususnya isu lingkungan hidup.

Cukup mudah untuk menambah variabel-variabel yang potensial untuk diteliti di masa yang akan datang dengan cara peneliti melakukan pengembangan dan analisis lebih lanjut, sehingga semakin memperluas cakupan penelitian. Disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk menggunakan sampel yang lebih banyak dan mencari cakupan yang lebih luas.