

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Ada pengaruh Green Product yang signifikan terhadap kepuasan Konsumen. Hal ini dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} (5,382) > t_{tabel} (1,985)$ atau nilai signifikansi $0,000 < \alpha = 0,05$. Jadi hipotesis Pertama yang menyatakan bahwa Green Product berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen terbukti kebenarannya.
2. Ada pengaruh Green advertising yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} (6,251) > t_{tabel} (1,985)$ atau nilai signifikansi $0,000 < \alpha = 0,05$. Jadi hipotesis kedua yang menyatakan bahwa Green advertising berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen terbukti kebenarannya.

B. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan penelitian yaitu :

1. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang diberikan langsung kepada responden.
2. Penelitian ini terbatas pada jumlah sampel yang diteliti yaitu 100 responden.
3. Penelitian ini terbatas pada variabel yang digunakan yaitu Green Product dan Green advertising.

C. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, penulis akan memberikan saran yang bermanfaat sebagai berikut:

1. Peneliti diharapkan mengawasi pengisian kuesioner dalam pengambilan jawaban dari responden, sehingga hasil yang diperoleh sesuai dan lebih maksimal.
2. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan metode wawancara kepada responden, sehingga jawaban responden dapat dikontrol agar tidak terjadi salah persepsi dari responden terhadap instrumen penelitian yang digunakan.
3. Bagi peneliti berikutnya diharapkan memperluas sampel serta menambah cakupan penelitian atau menambah variabel tidak terbatas hanya Green Product dan Green Advertising yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen.