

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel gaya hidup berpengaruh secara langsung terhadap variabel citra merek.
2. Variabel gaya hidup mempengaruhi secara langsung variabel keputusan pembelian Le Minerale
3. Variabel citra merek tidak berpengaruh secara langsung terhadap variabel keputusan pembelian Le Minerale.
4. Citra merek bukan sebagai mediator pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian Le Minerale.
5. Variabel *green marketing* memiliki pengaruh secara langsung terhadap variabel citra merek sebagai pemediasi.
6. Variabel *green marketing* tidak mempengaruhi secara langsung variabel keputusan pembelian Le Minerale.
7. Citra merek bukan sebagai mediator pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian Le Minerale.

B. SARAN

1. Berdasarkan hasil analisis yang menyatakan bahwa citra merek tidak berpengaruh pada keputusan pembelian, peneliti menyarankan untuk memperkuat citra merek dengan meningkatkan inovasi. Inovasi dapat berupa *upgrade* teknologi dan desain dari kemasan Le Minerale maupun dari pH airnya. Semakin baik inovasi produk akan semakin meningkatkan keputusan pembelian produk AMDK (Khomsin et al., 2022).
2. Hasil analisis yang menyatakan bahwa *green marketing* tidak berpengaruh pada keputusan pembelian, peneliti menyarankan untuk melakukan peningkatan promosi hijau seperti ikut berpartisipasi dalam kegiatan peduli lingkungan. Konsep *green promotion* berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk (Islam et al., 2018).
3. Oleh karena citra merek tidak dapat menjadi mediator pada hubungan gaya hidup terhadap keputusan pembelian Le Minerale serta citra merek tidak dapat menjadi mediator pada hubungan *green marketing* terhadap keputusan pembelian Le Minerale, peneliti menyarankan agar penelitian selanjutnya dapat menggunakan variabel lain misalnya faktor harga, kualitas produk dan lain sebagainya, sehingga pada penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperoleh hasil penelitian yang lebih baik.