

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil pengujian analisis data dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dalam penelitian ini tentang pengaruh *Green Advertising* terhadap keputusan pembelian dengan *Green Brand Image* sebagai moderating variabel dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel *Green Advertising* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini membuktikan bahwa *Green advertising* belum cukup mempengaruhi konsumen untuk membeli di KFC, selain itu diperkuat dengan hasil Uji t antara *Green advertising* dengan keputusan pembelian mempunyai nilai kecil.

2. Variabel *Green Brand Image* memoderasi positif (Memperkuat) hubungan pengaruh *Green Advertising* terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa *Green Brand image KFC* yang sudah terkenal memiliki peranan penting terhadap hubungan *green advertising* terhadap keputusan pembelian. Semakin baik *Green Brand Image KFC* maka akan mengakibatkan semakin tinggi juga keputusan konsumen melakukan pembelian di KFC .

B. Saran

Berdasarkan simpulan dan temuan hasil penelitian, saran yang dapat diberikan penulis adalah sebagai berikut:

1. KFC harus tetap mempertahankan konsep pemasaran hijau seperti ini untuk meningkatkan citra positif dibenak konsumen dan tetap menjadi perusahaan yang berkomitmen ikut serta dalam menjaga lingkungan.
2. KFC harus memberikan edukasi tentang ramah lingkungan kepada Konsumen melalui kegiatan atau program *Go green* yang inovatif. Edukasi ini tentunya akan mendorong perubahan perilaku konsumen dan meningkatkan kesadaran konsumen akan “nilai tambah” dari menggunakan atau mengkonsumsi produk yang ramah lingkungan baik untuk diri sendiri maupun sebagai kontribusi untuk menjaga lingkungan.
3. Penelitian selanjutnya bisa menggunakan variabel lain diluar penelitian ini atau menggunakan variabel yang lebih luas lagi yaitu tentang *Green Marketing* karena Variabel ini jarang digunakan dalam penelitian secara umum. Diharapkan dengan penambahan variabel lain ini bisa mendapatkan hasil penelitian yang lebih baik.