

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisa data dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan hasil sebagai berikut:

1. Karakteristik konsumen berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk ramah di Kota Metro.
2. Faktor sosial berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk ramah lingkungan di Kota Metro.
3. Karakteristik konsumen dan faktor sosial berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk ramah lingkungan di Kota Metro, semakin mendukung kondisi karakteristik konsumen dan faktor sosial secara bersamaan akan semakin meningkatkan keputusan pembelian produk ramah lingkungan.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan, maka disarankan untuk:

1. Dari segi karakteristik konsumen diharapkan dapat menjadi pertimbangan dari para produsen produk ramah lingkungan untuk menciptakan produk yang mempertimbangkan karakteristik konsumen yang menjadi target pasar dari produk yang hendak dipasarkan.
2. Dari segi faktor sosial diharapkan juga dapat menjadi pertimbangan dari para produsen produk ramah lingkungan untuk menciptakan dan memasarkan produk sesuai dengan kondisi sosial di masyarakat sehingga dapat menciptakan strategi pemasaran yang tepat.
3. Untuk dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen terhadap produk ramah lingkungan secara maksimal maka diperlukan upaya untuk menciptakan produk yang sesuai dengan karakteristik konsumen sasaran dan menciptakan strategi pemasaran yang sesuai dengan kondisi sosial di masyarakat.
4. Solusi yang diajukan adalah diharapkan setiap masyarakat meningkatkan kesadaran akan pentingnya menggunakan produk ramah lingkungan dalam rangka ikut serta menjaga kelestarian alam dan mendukung program go green yang dicanangkan oleh pemerintah dan seluruh dunia.