

## BAB 6

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh *Green Marketing Mix* terhadap Minat Beli Ulang, maka penulis dapat menarik kesimpulan bahwa:

1. Dari penelitian yang dilakukan, hasil menunjukkan bahwa variabel *Green Marketing Mix* memiliki pengaruh signifikan yang positif terhadap variabel Minat Beli Ulang di Sepenuhati Coffee Kiosk dan memiliki hubungan yang sangat kuat.
2. Hasil analisis dengan menggunakan teknis analisis koefisien menunjukkan bahwa variabel Minat Beli Ulang dapat dijelaskan oleh variabel *Green Marketing Mix* yang terdiri atas dimensi *green product*, *green price*, *green place*, dan *green promotion* sebesar 93,12%. Sedangkan sisanya sebesar 6,88% dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti, seperti *service quality*, *brand knowledge*, dan *customer satisfaction*,

## 6.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah disampaikan, saran yang dapat penulis berikan yang harapannya dapat memberikan masukan kepada Sepenuhati Coffee Kiosk adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil tanggapan konsumen, rata-rata skor pernyataan dalam dimensi Minat Preferensial cenderung paling rendah dibanding dimensi lainnya yakni dengan skor 519,67. Dalam hal ini, peneliti menyarankan Sepenuhati Coffee Kiosk selain menginformasikan tentang lingkungan, Sepenuhati Coffee Kiosk juga harus meningkatkan promosi tentang kopi, rasa kopi dan varian menu yang dijual agar dapat menarik pasar yang lebih luas lagi.
2. Sepenuhati Coffee Kiosk diharapkan lebih mengedepankan promosi akan produk kopi yang ditawarkan agar dapat menarik konsumen dan menjadikan Sepenuhati Coffee Kiosk sebagai preferensi utama.
3. Berdasarkan hasil tanggapan konsumen mengenai pernyataan “Saya tertarik dengan konsep ramah lingkungan yang diterapkan oleh Sepenuhati Coffee Kiosk”, sebanyak 79 responden (61%) menyatakan “Sangat Setuju”. Jika konsep ramah lingkungan yang menjadi daya tarik untuk berkunjung kembali. Peneliti menyarankan kepada Sepenuhati Coffee Kiosk untuk

meningkatkan promosi dan terus memberikan informasi tentang *sustainability* atau *green concept* itu sendiri.

4. Sepenuhati Coffee Kiosk diharapkan konsisten dengan konsep *green marketing* yang telah dilakukan serta terus melakukan inovasi mengenai promosi dengan konsep *green marketing*.
5. Untuk penelitian selanjutnya, peneliti menyarankan kepada peneliti selanjutnya untuk meneliti variabel Loyalitas Konsumen sehingga dapat mendapatkan pengetahuan apakah minat beli ulang berjalan dengan baik sehingga menciptakan konsumen yang loyal terhadap Sepenuhati Coffee Kiosk mendapatkan pengetahuan apakah minat beli ulang berjalan dengan baik sehingga menciptakan konsumen yang loyal terhadap Sepenuhati Coffee Kiosk.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adharsyah, T. (2019, July 21). *Sebegini Parah Ternyata Masalah Sampah Plastik di Indonesia*. Dipetik August 18, 2019, dari CNBC Indonesia: <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20190721140139-33-86420/sebegini-parah-ternyata-masalah-sampah-plastik-di-indonesia>
- Advertorial. (2019, April 22). *Industri Plastik dan Ekonomi Sirkular* . Dipetik August 21, 2019, dari Tirto.id: <https://tirto.id/industri-plastik-dan-ekonomi-sirkular-dmTL>
- Agustin, R. D., Kumadji, S., & Yulianto, E. (2015, May). PENGARUH GREEN MARKETING TERHADAP MINAT BELI SERTA DAMPAKNYA PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 22(2), 1-10. Dipetik August 18, 2019
- Ansar, N. (2013, October). Impact of Green Marketing on Consumer Purchase Intention. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 4, 650-655. doi:10.5901/mjss.2013.v4n11p650
- Baqiroh, N. A. (2019, February 21). *Timbulan Sampah Nasional Capai 64 juta ton per Tahun*. Dipetik August 18, 2019, dari Bisnis.com: <https://ekonomi.bisnis.com/read/20190221/99/891611/timbulan-sampah-nasional-capai-64-juta-ton-per-tahun>
- Dahlstorm, R. (2011). *Green Marketing Management*. Mason: South-Western Cengage Learning. Dipetik September 10, 2019
- Faradiba, & Astuti, S. T. (2013). ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN (Studi pada Warung Makan “Bebek Gendut” Semarang). *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, 2(3), 1-11. Dipetik September 1, 2019
- FuiYeng, W., & Yazdanifard, R. (2015). Green Marketing: A Study of Consumers’ Buying Behavior in. *Global Journal of Management and Business Research: E*, 15(5), 17-23. Dipetik August 22, 2019
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)* (Vol. VIII). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Dipetik September 23, 2019
- Gumiwang, R. (2018, April 16). *Ramai-ramai Merambah Bisnis Kedai Kopi*. Dipetik August 22, 2019, dari Tirto.id: <https://tirto.id/ramai-ramai-merambah-bisnis-kedai-kopi-cHPS>
- Haratua Pandjaitan, D. R. (2018). An Analysis of Brand Awareness Influence on Purchase Intention in Bandar Lampung City’s Online Transportation Service (Study on Y Generation Consumers). *KnE Social Sciences*, 726-738. Dipetik August 24, 2019

- Irawan, E. (2019, July 24). *Es Kopi Susu dan Sisa-sisa Lainnya*. Dipetik August 22, 2019, dari Nyimpang.com: <https://nyimpang.com/esai/egi-irawan/es-kopi-susu-dan-sisa-sisa-lainnya/>
- Kania, D. (2018, October 08). *Anti-Plastik, Kedai Kopi Ini Ganti dengan Singkong hingga Jagung*. Dipetik August 23, 2019, dari Okezone.com: <https://lifestyle.okezone.com/read/2018/10/08/298/1961183/anti-plastik-kedai-kopi-ini-ganti-dengan-singkong-hingga-jagung>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17 ed.). Harlow, United Kingdom: Pearson Education Ltd. Dipetik September 15, 2019
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15 ed.). Harlow: Pearson Education Limited. Dipetik August 24, 2019
- Mahmoud, O. T. (2018). Impact of green marketing mix on purchase intention. *International Journal of Advanced and Applied Sciences*, 5(2), 127-135. Dipetik August 19, 2019
- Popescu, R.-I., & Zamfir, A. (2012). ECOLOGICAL MARKETING AND COMPETITIVE CITIES – BEST PRACTICES FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF GREEN CITIES. *International Journal of Arts & Sciences*, 5(1), 411-419. Dipetik August 22, 2019
- Pride, W. M., & Ferrell, O. C. (2016). *Marketing* (18 ed.). Boston, USA: Cengage Learning. Dipetik August 24, 2019
- Raharjo, P. S. (2019, August 1). *Ini Jawaban Mengapa Produk 'Eco-Friendly' Tidak Ramah di Kantong*. Dipetik October 1, 2019, dari Merah Putih: <https://merahputih.com/post/read/ini-jawaban-mengapa-produk-eco-friendly-tidak-ramah-di-kantong>
- Safitri, P. A., Purba, W. S., & Zulkifli, M. (2018). *STATISTIK LINGKUNGAN HIDUP INDONESIA*. Jakarta: Badan Pusat Statistik. Dipetik August 18, 2019
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach* (7 ed.). New York: John Wiley & Sons, Inc. Dipetik August 28, 2019
- Sri Wahyuni, N. E. (2019). *Kota Bandung Dalam Angka 2019*. Bandung: BPS Kota Bandung. Dipetik September 02, 2019, dari <https://bandungkota.bps.go.id/publication/download.html?nrbvfeve=YmQ1MmZmM2Q4ODVknzVjMDRkZGNmYjE3&xzmn=aHR0cHM6Ly9iYW5kdW5na290YS5icHMuZ28uaWQvcHVibGljYXRpb24vMjAxOS8wOC8xNi9iZDUyZmYzZDg4NWQ3NWwNGRkY2ZiMTcva290YS1iYW5kdW5nLWRhbGFtLWFuZ2thLTIwMTkuaHRtbA%3>
- Sugiyanti. (2013). PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI KARTU PERDANA PRODUK TELKOMSEL

- DI SAMARINDA. *eJournal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1(1), 71-83. Dipetik September 4, 2019
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta. Dipetik September 10, 2019
- VIVA, T. (2017, September 18). *Mahal, Alasan Orang Tak Mau Beli Produk Ramah Lingkungan*. Dipetik October 1, 2019, dari VIVA.co.id: <https://www.viva.co.id/gaya-hidup/inspirasi-unik/957916-mahal-alasan-orang-tak-mau-beli-produk-ramah-lingkungan>
- Wibisono, N. (2019, July 3). *Kedai Kopi Susu Kekinian itu Membuka Pasar Baru*. Dipetik August 22, 2019, dari Tirto.id: <https://tirto.id/kedai-kopi-susu-kekinian-itu-membuka-pasar-baru-edu5>
- Wulandari, A. (2018, October 25). *Kopi Susu, 'Pencuri' Celah di Antara Milenial Kelas Menengah*. Dipetik August 23, 2019, dari CNN Indonesia: <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20180825090445-262-324832/kopi-susu-pencuri-celah-di-antara-milenial-kelas-menengah>
- Younus, S., Rasheed, F., & Zia, A. (2015). Identifying the Factors Affecting Customer Purchase Intention. *Global Journal of Management and Business Research: Administration and Management*, 15(2), 9-13. Dipetik August 23, 2019