

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan oleh peneliti dalam penelitian mengenai Pengaruh *Green Marketing* dan Kualitas Produk terhadap Pembelian Ulang Produk Avoskin dengan Kepuasan sebagai variabel *intervening*, yang dianalisis menggunakan SmartPLS 4.0, maka Kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut :

1. *Green marketing* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan produk Avoskin. Hal ini menunjukkan bahwa konsep *green marketing* yang diterapkan oleh PT. AVO Innovation Technology memberikan pengaruh terhadap peningkatan kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan produk Avoskin.
2. Kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan produk Avoskin. Hal ini menunjukkan bahwa apabila perusahaan mampu meningkatkan kualitas produk yang ditawarkan, maka kepuasan pelanggan juga akan mengalami peningkatan.
3. Kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian ulang produk Avoskin. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kepuasan pelanggan, semakin tinggi pula frekuensi pembelian ulang. kesesuaian kepuasan yang diperoleh konsumen dapat meningkatkan terjadinya pembelian ulang.
4. Kepuasan memiliki pengaruh positif dan signifikan untuk memediasi *green marketing* terhadap pembelian ulang produk Avoskin. Hal ini menunjukkan bahwa penerapan *green marketing* dapat meningkatkan adanya kepuasan pelanggan, ketika kepuasan pelanggan meningkat hal itu memungkinkan untuk pelanggan untuk melakukan pembelian ulang.

5. Kepuasan memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan untuk memediasi kualitas produk terhadap pembelian ulang produk Avoskin. Hal ini menunjukkan bahwa dengan adanya kepuasan tidak dapat memediasi kualitas produk terhadap pembelian ulang.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diperlukan beberapa saran baik bagi pihak perusahaan maupun bagi peneliti sebagai berikut :

1. Pada penelitian yang telah dilakukan terdapat variabel yang ditolak yaitu kepuasan pelanggan tidak dapat memediasi pengaruh *green marketing* terhadap pembelian ulang. Maka dari itu, perusahaan perlu untuk meningkatkan kualitas produk yang dimilikinya agar menciptakan kepuasan pelanggan yang nantinya akan membuat pelanggan melakukan pembelian ulang terhadap produk yang ditawarkan. Selain kualitas produk yang perlu ditingkatkan oleh perusahaan, terdapat faktor lain seperti estetika kemasan, warna, dan bentuk pada produk.
2. Bagi peneliti hasil penelitian ini agar dapat dikembangkan dengan menambahkan jumlah sampel dan dapat memodifikasi indikator agar menjadi lebih baik, serta agar hasil pengambilan dari dari responden dapat dipercaya, disarankan untuk membrikan pendampingan saat responden menjawab kuesioner penelitian.