

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tersebut maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut:

1. *Green marketing* berpengaruh terhadap keputusan pembelian minuman Le Mineral pada mahasiswa IAIN Kudus. Pengaruh *green marketing* dalam meningkatkan keputusan pembelian produk sangatlah penting, dimana perusahaan harus ekstra dalam melakukan kegiatan pemasaran produk ramah lingkungan yakni selain menjaga kelestarian lingkungan perusahaan juga harus memberikan dan menjaga kualitas produk yang baik, enak, serta aman untuk dikonsumsi guna meningkatkan keputusan pembelian produk.
2. Label Halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian minuman Le Mineral pada mahasiswa IAIN Kudus. sangat penting bagi konsumen untuk mengetahui keterangan bahan makanan dan keterangan halal, untuk meningkatkan minat beli, jadi sebaiknya produsen harus memikirkan bagaimana caranya memberi label berupa komposisi bahan makanan, sehingga konsumen tambah yakin akan kehalal minuman Le Mineral garahan itu.
3. *Word of mouth* berpengaruh terhadap keputusan pembelian minuman Le Mineral pada mahasiswa IAIN Kudus. Keputusan pembelian terjadi apabila kegiatan *word of mouth* tercipta positif, konsumen yang telah memberikan informasi positif mengenai produk minuman Le Mineral kepada orang-orang terdekatnya, maka akan meningkat juga keputusan pembelian produk tersebut.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tersebut, peneliti menyampaikan beberapa saran yang dapat memberikan pengetahuan bagi pihak-pihak yang terkait dalam penelitian ini. Saran yang disampaikan peneliti antara lain:

1. Bagi pemilik produk minuman le mineral, selaku produsen minuman ramah lingkungan harus dapat membuat inovasi-inovasi baru untuk produknya agar dapat bertahan dan dapat bersaing dipasaran.

2. Bagi pemilik produk minuman le mineral harus selalu menjadi pedoman atau contoh untuk pengusaha kuliner lainnya agar dapat beralih menggunakan bahan ramah lingkungan untuk kemasan produk.
3. Bagi pemilik produk minuman le mineral sebaiknya selalu menjaga strategi *green marketing* yang telah dilakukan agar konsumen dan para calon konsumen lainnya juga ikut menjaga kelestarian lingkungan. Selain itu menjaga cita rasa produk agar selalu digemari oleh konsumen, menjaga keamanan produk, serta menjaga kebersihan produk.
4. Bagi konsumen/masyarakat jika ingin menjaga kelestarian lingkungan, maka diri sendirilah yang harus memulainya yaitu dengan meminimalisir penggunaan plastik atau sampah anorganik lainnya.
5. Bagi peneliti untuk penelitian selanjutnya agar dapat mengembangkan penelitian ini yang masih terbatas. Diharapkan juga untuk dapat menyempurnakan kekurangan dalam penelitian ini, seperti meneliti dengan variabel di luar *green marketing*, label halal, dan *word of mouth*.

