

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

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

1. *Green marketing* berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk pada catering Makan Bamboo 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. *Word of mouth* berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk pada catering Makan Bamboo Kudus. Keputusan pembelian terjadi apabila kegiatan *word of mouth* tercipta positif, konsumen yang telah memberikan informasi positif mengenai produk Makan Bamboo kepada orang-orang terdekatnya, maka akan meningkat juga keputusan pembelian produk tersebut.
3. *Consumer motivation* berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk pada catering Makan Bamboo Kudus. Konsumen yang mempunyai keinginan atau motivasi untuk menjaga kelestarian lingkungan, mereka akan melakukan pembelian produk Makan Bamboo tersebut. Selain itu terdapat pula peran produsen untuk tetap menjaga cita rasa produk ramah lingkungan yang diproduksi.

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 Katering Makan Bamboo, selaku produsen makanan ramah lingkungan harus dapat membuat inovasi-inovasi baru untuk produknya agar dapat bertahan dan dapat bersaing dipasaran.
2. Bagi pemilik Katering Makan Bamboo harus selalu menjadi pedoman atau contoh untuk pengusaha kuliner lainnya agar dapat beralih menggunakan bahan ramah lingkungan untuk kemasan produk, khususnya yang ada di Kabupaten Kudus ini.
3. Bagi pemilik Katering Makan Bamboo 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. Hal ini merupakan salah satu cara dalam mematuhi instruksi Bupati Kudus No. 660/01/2019.
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*, *word of mouth*, dan *consumer motivation*.