

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Ada pengaruh positif signifikan antara *Green Brand Image* terhadap *Green Trust* konsumen produk kosmetik YVES ROCHER. Hal ini berarti semakin tinggi *green brand image* maka kepercayaan konsumen pada produk kosmetik YVES ROCHER di Yogyakarta akan semakin meningkat.
2. Ada pengaruh positif signifikan antara *Green Brand Image* terhadap *Green satisfaction* konsumen produk kosmetik YVES ROCHER. Hal ini berarti semakin tinggi *green brand image* maka kepuasan konsumen pada produk kosmetik YVES ROCHER di Yogyakarta akan semakin meningkat.
3. Ada pengaruh positif signifikan antara *Green Brand Image* terhadap *Green loyalty* konsumen produk kosmetik YVES ROCHER. Hal ini berarti semakin tinggi *green brand image* maka loyalitas konsumen pada produk kosmetik YVES ROCHER di Yogyakarta akan semakin meningkat.
4. Ada pengaruh positif signifikan antara *Green trust* terhadap *Green satisfaction* konsumen produk kosmetik YVES ROCHER. Hal ini berarti semakin tinggi *green trust* maka kepuasan konsumen pada produk kosmetik YVES ROCHER di Yogyakarta akan semakin meningkat.
5. Ada pengaruh positif signifikan antara *Green trust* terhadap *Green loyalty* konsumen produk kosmetik YVES ROCHER. Hal ini berarti semakin tinggi *green trust* maka loyalitas konsumen pada produk kosmetik YVES ROCHER di Yogyakarta akan semakin meningkat.

6. Ada pengaruh positif signifikan antara *Green satisfaction* terhadap *Green loyalty* konsumen produk kosmetik YVES ROCHER. Hal ini berarti semakin tinggi *green satisfaction* maka loyalitas konsumen pada produk kosmetik YVES ROCHER di Yogyakarta akan semakin meningkat.

5.2. Saran

Berdasar kesimpulan di atas, selanjutnya dapat diusulkan saran sebagai berikut:

Berkaitan dengan pengaruh *green brand image* terhadap *green trust*, *green satisfaction* dan *green loyalty*, maka penulis memberikan saran kepada perusahaan kosmetik YVES ROCHER yaitu perusahaan perlu mempertahankan sebagai citra produk yang ramah terhadap lingkungan, dengan cara melakukan kegiatan-kegiatan yang menunjukkan kepedulian terhadap lingkungan dan harus lebih dipromosikan ke masyarakat, sehingga mereka mengetahui kegiatan apa saja yang telah dilakukan oleh produk kosmetik YVES ROCHER dalam ikut melestarikan dan menjaga lingkungan, misalnya dengan mempromosikan bahwa kosmetik sudah menggunakan bahan baku dan proses ramah lingkungan yang aman dan *beauty nature*, gerakan ini perlu ditingkatkan, dan konsumen diajak ikut serta dalam menjaga lingkungan. Perusahaan kosmetik YVES ROCHER hendaknya melakukan survei atau studi lapangan untuk mengetahui tingkat kepercayaan konsumen pada kebijakan yang diambil perusahaan untuk ikut menjaga dan melestarikan lingkungan lewat produk-produk *beauty nature*, sehingga kepedulian perusahaan pada lingkungan dapat memenuhi harapan konsumen.