

## BAB V

### PENUTUP

Berdasarkan uraian yang telah disampaikan pada bab-bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan dan saran yang akan bermanfaat bagi pemasaran Avoskin di *e-commerce* Shopee.

#### 5.1. Kesimpulan

1. Terdapat 5 (lima) hipotesis yang diajukan, 3 (tiga) hipotesis diantaranya dapat diterima.
2. Pada penelitian ini, menyatakan bahwa:
  - 1) *Green Product* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Avoskin di Shopee. Artinya hipotesis 1 (satu) ditolak.
  - 2) *Green Product* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di mediasi *Green Trust* pada produk Avoskin di Shopee. Artinya hipotesis 2 (dua) diterima.
  - 3) *Green Advertising* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Avoskin di Shopee. Artinya hipotesis 3 (tiga) ditolak.
  - 4) *Green Advertising* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di mediasi *Green Trust* pada produk Avoskin di Shopee. Artinya hipotesis 4 (empat) diterima.

- 5) *Green Trust* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Avoskin di Shopee. Artinya hipotesis 5 (lima) diterima.

## 5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, saran yang dapat peneliti berikan yaitu:

### 1) Bagi Pihak Avoskin

- Dalam menyampaikan *green advertising* kepada pelanggan, Avoskin dapat melibatkan pihak ketiga seperti *influencer* yang dikenal oleh pelanggan dan masyarakat, agar Avoskin dapat dikenal lebih luas dan pesan yang disampaikan lebih mudah diterima oleh pelanggan.
- Avoskin dapat memberikan sampel gratis atau program uji coba produknya agar masyarakat dapat merasakan langsung manfaat dan kualitas dari produk Avoskin. Pengalaman ini yang nantinya akan membuktikan bahwa produk Avoskin bisa sama baiknya atau bahkan lebih baik dari produk konvensional.

### 2) Bagi Peneliti

- Hasil penelitian dapat menambahkan sampel dan mengembangkan indikator-indikator untuk menjadi lebih baik.
- Untuk penelitian selanjutnya, dapat menggunakan analisis data selain SmartPLS sehingga dapat memiliki potensi perolehan data yang berbeda.