# BAB V

**KESIMPULAN DAN SARAN**

1. **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai keputusan pembelian ditinjau dari *green marketing*, *brand image* dan gaya hidup, maka dapat disimpulkan sebagai berikut ini.

1. *Green marketing* berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian motor di Dealer Kurnia Kasih Motor.
2. *Brand image* berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian motor di Dealer Kurnia Kasih Motor.
3. Gaya hidup berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian motor di Dealer Kurnia Kasih Motor.
4. Nilai *Adjusted R square* atau koefisien determinasi sebesar 0,390 disimpulkan keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh *green marketing*, *brand image* dan gaya hidup sebesar 39% dan 61% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dilakukan penelitian seperti harga, lokasi, *word of mouth* dan lainnya.
5. **Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan simpulan yang diperoleh, adapun saran yang dapat diberikan oleh peneliti adalah sebagai berikut ini.

1. Sebaiknya PT. Kurnia Kasih Motor lebih memperhatikan *brang image*. Dengan mempunyai reputasi yang baik konsumen akan lebih percaya dan yakin untuk melakukan pembelian.
2. Diharapkan PT. Astra Honda Motor mendukung inovasi terbarukan dengan membuat lebih baik lagi produk ramah lingkungan dan *green marketing* yang akan berdampak pada globalisasi.
3. Sebaiknya PT. Astra Honda Motor memperhatikan kebutuhan transportasi di masyarakat sebagai gaya hidup dalam sehari-hari. Dengan mengetahui faktor-faktor keputusan pembelian dimasyarakat.