

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data yang peneliti lakukan pada Fore Coffee pelanggan di Jakarta Timur maka dapat diuraikan sebagai berikut:

1. *Green marketing* dan *country of origin* mempunyai pengaruh terhadap preferensi merek sebesar 63,5%, dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Adapun rumus persamaan regresi adalah  $Y = 8,832 + 0,283X_1 + 0,538X_2$ , yang memiliki pengaruh positif atau searah. Dengan  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu  $84,347 > 3,09$  dan probabilitas signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Artinya apabila variabel independen (*green marketing* dan *country of origin*) baik atau naik, maka variabel dependen (preferensi merek) akan baik dan meningkat pula.
2. *Green marketing* mempunyai pengaruh terhadap preferensi merek secara parsial atau sebagian, hal tersebut dibuktikan dengan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $3,742 > 1,98$  dan dengan probabilitas signifikansi  $0,000 < 0,05$ .
3. *Country of origin* mempunyai pengaruh terhadap preferensi merek secara parsial atau sebagian, hal tersebut dibuktikan dengan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $4,132 > 1,98$  dan dengan probabilitas signifikansi  $0,000 < 0,05$ .

## 5.2 Saran

Berdasarkan pengolahan data diatas, maka yang dapat peneliti sarankan untuk Fore Coffee adalah sebagai berikut:

1. *Green marketing* berpengaruh terhadap preferensi merek, Fore Coffee harus meningkatkan strategi *green marketing* salah satunya dengan memperhatikan *green price* yaitu dengan promosi yang lebih menekankan keunggulan Fore Coffee sehingga konsumen merasa harga produk Fore Coffee sesuai dengan manfaatnya.
2. *Country of Origin* berpengaruh terhadap preferensi merek, menyikapi hal tersebut maka sebaiknya Fore Coffee lebih menciptakan persepsi yang baik dengan menginformasikan hal-hal positif yang terkait dengan negara asalnya untuk meningkatkan preferensi merek tersebut.
3. Fore Coffee harus terus berinovasi dengan meningkatkan kualitas produk maupun pelayanan untuk membangun serta meningkatkan preferensi merek tersebut.