

BAB IV

PENUTUP

Bab IV ini berisikan uraian kesimpulan berdasarkan hasil penelitian dan analisis pada bab sebelumnya. Saran juga akan diberikan kepada Dydy's Kitchen yang bisa dijadikan bahan pertimbangan untuk perkembangan usaha.

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 97 responden konsumen Dydy's Kitchen di Kota Semarang, maka dapat disimpulkan:

1. *Electronic Word of Mouth* (eWOM) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dengan nilai *path coefficients* positif, *P Value* < 0,05 dan *T-statistics* > T tabel 1,96. Semakin positif dan kredibel ulasan yang diterima, semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen terhadap Dydy's Kitchen.
2. *Electronic Word of Mouth* (eWOM) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Repurchase Intention* dengan nilai *path coefficients* positif, *P Value* < 0,05 dan *T-statistics* > T tabel 1,96. Konsumen yang menerima informasi positif melalui platform digital cenderung memiliki niat lebih tinggi untuk membeli ulang produk Dydy's Kitchen.
3. Kepuasan Konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Repurchase Intention* dengan nilai *path coefficients* positif, *P Value* < 0,05 dan *T-statistics* > T tabel 1,96. Konsumen yang merasa puas cenderung akan kembali membeli dan merekomendasikan produk Dydy's Kitchen.

4. *Electronic Word of Mouth* (eWOM) berpengaruh signifikan terhadap *Repurchase Intention* melalui Kepuasan Konsumen dengan nilai *path coefficients* positif, *P Value* < 0,05 dan *T-statistics* > T tabel 1,96. Hal ini menunjukkan bahwa eWOM tidak hanya memengaruhi niat beli ulang secara langsung, tetapi juga melalui peningkatan kepuasan konsumen.

4.2 Saran

Penelitian ini menunjukkan hasil dimana beberapa hal perlu diperhatikan lebih lanjut dan memberikan arah bagi penulis untuk merumuskan saran sebagai berikut:

1. Aspek *Electronic Word of Mouth* (eWOM) yang memperoleh skor rendah mencakup indikator kredibilitas sumber, kualitas informasi, dan volume ulasan. Indikator dengan skor terendah adalah kredibilitas sumber, diikuti oleh kualitas informasi, dan kemudian volume ulasan. Saran untuk memperbaiki kredibilitas sumber adalah dengan membangun interaksi langsung antara Dydy's Kitchen dan konsumennya, terutama di media sosial. Balasan komentar, apresiasi terhadap ulasan, serta *engagement* secara konsisten dapat membentuk persepsi bahwa testimoni yang muncul adalah autentik. Saran berikutnya, Dydy's Kitchen dapat mendorong konsumen untuk menyertakan bukti visual berupa foto atau video dalam ulasan, misalnya melalui program "apresiasi ulasan visual" yang memberikan penghargaan bagi ulasan terbaik. Konten visual dari pelanggan umumnya dianggap lebih meyakinkan, sehingga meningkatkan tingkat kepercayaan terhadap ulasan tersebut. Saran untuk meningkatkan kualitas informasi dalam ulasan adalah menyediakan panduan sederhana

kepada pelanggan saat mereka memberikan testimoni. Format seperti *checklist* poin-poin ulasan, *template story* Instagram, atau contoh ulasan yang baik dapat membantu konsumen menyampaikan pendapat secara jelas, ringkas, dan informatif. Saran tambahan, tim *marketing* dapat memberikan edukasi ringan melalui media sosial tentang pentingnya ulasan berkualitas, agar konsumen lebih sadar akan kontribusinya terhadap calon konsumen lain. Sementara pada indikator volume ulasan, mengingatkan konsumen tidak hanya memperhatikan jumlah, tetapi konsumen juga berharap ulasan tidak monoton, disarankan untuk mengadakan kampanye digital bertema, misalnya “cerita pengalaman pertamamu mencoba produk kami” atau “resep unik dengan dessert Dydy’s”. Strategi ini dapat mendorong konsumen untuk membagikan pengalaman mereka dengan cara yang lebih beragam dan personal. Saran lainnya, perusahaan dapat memberikan insentif seperti *voucher* atau hadiah undian bagi pelanggan yang memberikan ulasan, sehingga tercipta motivasi tambahan untuk berpartisipasi. Semakin banyak variasi dan jumlah ulasan yang diterima, maka daya tarik konsumen terhadap produk juga akan meningkat.

2. Aspek-aspek Kepuasan Konsumen yang memperoleh nilai rendah mencakup indikator kinerja produk atau layanan, interaksi dengan perusahaan, dan pengelolaan keluhan konsumen. Indikator dengan skor paling rendah adalah kinerja produk atau layanan, kemudian pengelolaan keluhan konsumen, dan terakhir interaksi dengan perusahaan. Saran pengembangan dalam indikator kinerja produk atau layanan dapat diwujudkan melalui program loyalitas seperti pemberian diskon berkala, layanan prioritas, atau ucapan personal kepada

konsumen yang rutin melakukan pembelian produk. Pendekatan ini berpotensi meningkatkan kepuasan dan memperkuat pengalaman positif konsumen sehingga mendorong mereka untuk kembali melakukan pembelian. Saran selanjutnya, Dydy's Kitchen dapat memanfaatkan penggunaan *database* pelanggan yang akan sangat membantu dalam memberikan layanan secara lebih personal dan sistematis, karena memungkinkan Dydy's Kitchen memahami pola belanja dan preferensi konsumen secara lebih detail. Saran perbaikan untuk pengelolaan keluhan konsumen adalah dengan membangun sistem dokumentasi yang terstruktur, di mana setiap keluhan yang masuk dicatat lengkap beserta waktu kejadian, jenis keluhan, serta tindak lanjut yang dilakukan. Dokumentasi ini dapat dijadikan acuan dalam evaluasi layanan secara berkala untuk mencegah terjadinya keluhan yang sama. Saran tambahan, Dydy's Kitchen sebaiknya juga menyediakan saluran pengaduan yang responsif dan mudah diakses, seperti formulir digital keluhan pelanggan atau fitur pesan langsung di media sosial. Tindakan ini akan meningkatkan rasa aman dan kepercayaan konsumen karena mereka merasa didengar dan dihargai. Saran peningkatan pada aspek interaksi dengan perusahaan adalah memperkuat sistem komunikasi dengan pelanggan, terutama saat volume pesan sedang tinggi. Salah satu solusi yang disarankan adalah menambah jumlah admin pada jam sibuk serta menyiapkan template balasan cepat untuk pertanyaan umum agar komunikasi tetap responsif. Saran lainnya, perusahaan dapat menyelenggarakan sesi interaktif secara berkala, seperti Q&A atau *live review* produk, untuk menciptakan kedekatan dan meningkatkan kualitas interaksi dengan pelanggan.

Pengelolaan yang baik terhadap keluhan dan interaksi yang menyenangkan membuat konsumen ingin melakukan pembelian kembali di masa mendatang.

3. Aspek-aspek *Repurchase Intention* yang menunjukkan nilai rendah terdapat pada setiap indikator mulai dari melakukan pembelian ulang terhadap suatu produk, mencari informasi mengenai produk yang diminati, preferensi utama suatu produk, dan merekomendasikan pada orang lain. Indikator dengan skor paling rendah adalah preferensi utama suatu produk, disusul oleh pembelian ulang, lalu pencarian informasi, dan terakhir rekomendasi. Saran utama untuk meningkatkan preferensi utama suatu produk adalah dengan memperkuat proses *quality control*, terutama pada tahap pengemasan dan pengiriman. Konsistensi rasa, bentuk, dan tampilan produk perlu dijaga agar pengalaman konsumen tetap positif dari waktu ke waktu. Proses pengiriman juga harus selalu dalam pemantauan agar tepat sampai ke tangan konsumen. Saran lainnya, yaitu merespon dengan cepat dan bersahabat terhadap keluhan pelanggan, karena pengalaman negatif yang tidak ditangani dengan baik dapat membuat konsumen beralih ke produk pesaing. Saran strategis untuk meningkatkan niat pembelian ulang adalah menjaga kualitas produk melalui metode produksi yang konsisten dan standar yang lebih ketat. Konsumen cenderung akan kembali membeli jika merasa puas dan yakin terhadap kualitas produk. Saran tambahan, respons aktif terhadap ulasan negatif secara terbuka dan solutif di media sosial dapat menciptakan citra bahwa Dydy's Kitchen profesional dan peduli terhadap konsumennya, sehingga memperkuat alasan untuk melakukan pembelian ulang. Saran dalam indikator pencarian informasi adalah Dydy's Kitchen dapat

mengoptimalkan kualitas konten tidak hanya memperhatikan estetika tetapi diisi dengan informasi yang menarik dan bernilai. Misalnya, konten yang menyajikan tips penyajian produk, fakta menarik tentang bahan, atau keunggulan kompetitif dibanding produk lain akan membantu konsumen memahami nilai dari produk yang ditawarkan. Saran pendukung, penambahan fitur live chat atau penempatan admin yang responsif pada jam sibuk akan memudahkan konsumen memperoleh informasi secara cepat dan akurat. Terakhir pada indikator merekomendasikan pada orang lain, disarankan Dydy's Kitchen dapat merancang program poin hadiah atau diskon bagi konsumen yang memberikan referensi dan dapat menarik konsumen baru. Bisa juga hadiah bagi konsumen yang aktif dalam mempromosikan produk. Pendekatan ini mendorong konsumen merasa lebih percaya diri saat merekomendasikan produk kepada lingkungannya dan memberikan motivasi tambahan untuk melakukan pembelian ulang.