

## **BAB IV PENUTUP**

Bab ini menyajikan hasil akhir yang merangkum keseluruhan temuan pada penelitian ini yang didasari oleh hasil-hasil analisis data dan interpretasi teoritis yang telah dipaparkan pada bab-bab sebelumnya. Selain itu, bab ini rumusan kesimpulan yang menjawab rumusan masalah secara sistematis dan memuat saran yang diharapkan dapat memberikan implikasi yang dapat berguna bagi perusahaan guna meningkatkan niat beli ulang konsumen di masa mendatang.

### **4.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis data pada penelitian ini yang melibatkan 100 responden konsumen Marina Hand and Body Lotion di Kota Semarang, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Brand Image memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Repurchase Intention konsumen Marina Hand and Body Lotion di Kota Semarang. Hal ini menunjukkan bahwa semakin kuat dan positif variabel Brand Image di mata konsumen, maka keinginan konsumen untuk membeli kembali produk akan semakin besar. Kesimpulan ini didukung oleh reputasi Marina sebagai merek yang sudah lama dikenal masyarakat dengan identitas yang terpercaya. Aspek brand image yang dapat terus ditingkatkan adalah penguatan kesan eksklusivitas produk serta inovasi dalam mengkomunikasikan nilai keunggulan merek dibandingkan dengan produk kompetitornya.
2. Product Quality memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Repurchase Intention konsumen Marina Hand and Body Lotion di Kota Semarang. Kesimpulan ini menandakan bahwa semakin baik kualitas produk dan manfaat yang dirasakan oleh konsumen Marina Hand and Body Lotion maka semakin tinggi pula niat mereka untuk melakukan pembelian ulang. Kondisi ini didasari oleh konsistensi Marina dalam menjaga kualitas formula, aroma khas pada produknya, serta efektivitas produk dalam menjaga kelembaban kulit konsumen. Adapun aspek kualitas produk yang dapat dikembangkan lebih lanjut adalah peningkatan pada ketahanan aroma dan peningkatan kenyamanan pada tekstur produk Marina.

3. Electronic Word of Mouth (E-WOM) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Repurchase Intention konsumen Marina Hand and Body Lotion. Dalam hal ini ulasan positif, testimoni, serta rekomendasi di media sosial menjadi pendorong kuat bagi konsumen untuk meningkatkan niat beli ulang produk Marina Hand and Body Lotion di Kota Semarang. Hal ini didukung oleh banyaknya review positif mengenai produk Marina di berbagai platform media sosial dan marketplace. Upaya yang perlu dilakukan untuk memperkuat E-WOM adalah dengan mengelola komunitas konsumen digital, memberikan respon yang tanggap terhadap keluhan di setiap ulasan atau kendala yang disampaikan oleh konsumen Marina di seluruh platform media sosial.
4. Brand Image, Product Quality, dan Electronic Word of Mouth secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Repurchase Intention konsumen Marina Hand and Body Lotion di Kota Semarang. Hasil ini mengindikasikan bahwa perpaduan antara variabel-variabel tersebut terdapat keterkaitan yaitu reputasi merek yang baik, mutu produk yang terjaga serta didukung adanya testimoni digital yang positif terhadap produk secara bersamaan dapat meningkatkan peluang pembelian kembali. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa Repurchase Intention tidak hanya dipicu oleh satu faktor saja, melainkan hasil dari beberapa variabel yang berkesinambungan terhadap produk yang dalam penelitian ini adalah produk Marina Hand and Body Lotion. Untuk semakin memaksimalkan peluang minat beli ulang pada konsumen, perusahaan dapat melakukan eksplorasi terhadap variabel lain di luar penelitian ini.

#### **4.2 Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, berikut terdapat saran yang dapat dipertimbangkan bagi pihak perusahaan Marina Hand and Body Lotion untuk meningkatkan niat beli ulang produknya :

1. Meskipun Brand Image Marina Hand and Body Lotion sudah dikenal luas dan dinilai positif di mata masyarakat, rendahnya perolehan skor pada aspek ingatan pertama konsumen (*top of mind*) produk Marina sebagai hand and

body lotion yang ekonomis menunjukkan diperlukan adanya revitalisasi strategi pada posisi merek Marina. Perusahaan disarankan untuk melakukan inovasi pada kampanye pemasaran yang tidak hanya menonjolkan aspek produk yang terjangkau harganya, tetapi juga menghubungkan dengan nilai kepercayaan diri bagi seluruh kalangan konsumen Marina hand and body lotion di Kota Semarang. Peningkatan citra merek ini dapat dilakukan dengan mengadakan kolaborasi yang strategis dengan *local influencer* atau komunitas kecantikan di Kota Semarang yang bertujuan untuk memperkuat *brand personality* yang modern namun tetap berintegritas di mata konsumen baru

2. Dalam mempertahankan Repurchase Intention, kualitas produk harus terus dijaga dan ditingkatkan terutama pada konsistensi dalam formula dan ketahanan aroma produk Marina. Peneliti menyarankan agar pihak perusahaan perlu melakukan evaluasi mendalam pada aspek produk, terlebih pada daya tahan kelembaban dan aroma produk Marina hand and body lotion. Peneliti menyarankan dilakukannya *quality control* yang lebih ketat pada setiap batch produksi demi menjamin konsistensi formula produk Marina hand and body lotion, sehingga tekstur produk nyaman, tidak lengket, dan cepat meresap di kulit konsumen.
3. Adanya pengaruh yang signifikan dari Electronic Word of Mouth terhadap Repurchase Intention produk Marina Hand and Body Lotion di Kota Semarang, perusahaan disarankan untuk lebih proaktif dalam mengelola testimoni di platform belanja digital dan media sosial. Strategi yang dapat diterapkan adalah dengan memberikan fasilitas berupa ruang diskusi bagi konsumen seperti diadakannya program *review* yang berhadiah atau memberikan *reward* bagi konsumen yang memberikan ulasan jujur setelah melakukan pembelian Marina Hand and Body Lotion. Selain itu pihak perusahaan perlu memiliki tim *customer care* yang sigap dalam menanggapi ulasan negatif dan memberikan solusi sehingga opini publik di media sosial tetap terjaga kredibilitasnya.
4. Selain ketiga variabel yang ada pada penelitian ini, Repurchase Intention dapat ditingkatkan melalui banyak cara seperti melalui implementasi strategi *Customer Loyalty Program* yang lebih personal. Marina dapat

memperkenalkan sistem *reward* atau skema keanggotaan yang nantinya memberikan promo khusus atau diskon pada event tertentu bagi konsumen setia di wilayah Kota Semarang. Dengan memberikan nilai tambah diluar dari produk, diharapkan mampu menciptakan ikatan emosional antara merek dengan konsumen sehingga Marina dapat menggeser posisi merek dari yang sekedar salah satu pilihan produk hand body lotion yang terjangkau menjadi produk pilihan utama dalam kategori tersebut, yang diharapkan terjadinya pembelian ulang dapat meningkat secara berkelanjutan di masa yang akan datang.