

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Bersumber pada jawaban dari 100 responden konsumen produk perawatan rambut Makarizo terkait adanya pengaruh antara *brand image*, *brand awareness*, *perceived quality* kepada *repurchase intention* perawatan rambut Makarizo melalui penelitian terhadap mahasiswa aktif Universitas Diponegoro pengguna produk Makarizo, didapatkan kesimpulan dibawah ini:

1. *Brand image* memberikan pengaruh positif yang signifikan pada saat memutuskan membeli produk perawatan rambut Makarizo. Oleh sebab itu, semakin baik dan positif citra produk perawatan rambut Makarizo maka akan berpeluang menaikkan hasrat melakukan pembelian berulang kedepannya.
2. *Brand awareness* memberikan pengaruh positif yang signifikan pada saat memutuskan membeli produk perawatan rambut Makarizo. Oleh sebab itu, konsumen dengan kesadaran merek produk perawatan rambut Makarizo yang tinggi akan berpengaruh terhadap peningkatan akan niat untuk membeli ulang dalam diri konsumen.
3. *Perceived quality* memberikan pengaruh positif yang signifikan pada saat memutuskan pembelian produk perawatan rambut Makarizo. Oleh sebab itu, tingkat *perceived quality* produk perawatan rambut Makarizo tinggi, maka dapat mengakibatkan peningkatan pada *repurchase intention* oleh pelanggan.

4. Variabel *brand image*, *brand awareness*, *perceived quality* secara bersama-sama, memperoleh bahwa *brand image* tidak memberikan pengaruh secara signifikan kepada *repurchase intention* perawatan rambut Makarizo, sedangkan *brand awareness*, *perceived quality* memberikan pengaruh signifikan terhadap *repurchase intention* produk perawatan rambut Makarizo. Terbukti dari hasil uji regresi linier berganda, diketahui *perceived quality* mempengaruhi secara dominan kepada *repurchase intention* Makarizo.

4.2 Saran

Bersumber dari hasil kesimpulan penelitian didapatkan sejumlah masukan kepada perusahaan yang dapat digunakan sebagai acuan peningkatan pembelian produk perawatan rambut Makarizo. Saran tersebut sebagai berikut:

1. Pada variabel *brand image*, terdapat beberapa hal yang dapat memotivasi perusahaan untuk meningkatkan *brand image* Makarizo. Disarankan kepada Makarizo untuk membangun hubungan yang baik dengan konsumen berusaha lebih meningkatkan kualitas produk yang ada dipasaran. Makarizo wajib melakukan perbandingan kelebihan dan kekurangan kepada produk pesaing terutama produk perawatan rambut sejenis serta melakukan evaluasi alternatif konsumen. Melakukan survei keunggulan Makarizo dibandingkan merek perawatan rambut pesaing untuk mengetahui keberhasilan Makarizo pada kategori perawatan rambut.

2. Pada variabel *brand awareness* terdapat beberapa saran yang dapat dipertimbangkan perusahaan untuk meningkatkan *repurchase intention* konsumen yang membeli produk perawatan rambut Makarizo. Disarankan perusahaan meningkatkan lagi promosi iklan pada *platform* media sosial dengan membuat ide konten-konten kreatif yang mampu menarik perhatian konsumen, dengan menggandeng artis terkenal agar dapat menarik perhatian setiap orang sehingga iklan tersebut selalu diingat sebagai produk perawatan rambut ternama dipasaran semakin meningkat. Makarizo dapat mengikuti kegiatan atau event berbasis kecantikan.
3. Sesuai pada penelitian variabel *perceived quality* memiliki beberapa saran, pertama pada kemampuan hasil produk Makarizo, diharapkan perusahaan memperbaiki kualitas produk perawatan rambut sesuai dengan setiap permasalahan jenis rambut. Selanjutnya pada daya tahan atau keawetan pemakaian produk Makarizo, disarankan perusahaan dapat memperbaiki formulasi bahan yang digunakan dalam pembuatan produk perawatan rambut Makarizo, salah satunya bahan parfum atau pewangi dalam produk menggunakan bahan yang lebih tahan lama dan berkualitas tinggi, sehingga wangi yang tertinggal pada rambut lebih tahan lama. Kemudian pada permasalahan pelayanan yang didapatkan konsumen, disarankan perusahaan dengan memberikan dukungan layanan yang cepat tanggap dan tepat terhadap segala keluhan konsumen dan juga akurat dan lengkap dalam menyediakan informasi dalam membantu konsumen dalam proses pembelian dan pengiriman.