

BAB IV

PENUTUP

4.1 Simpulan

Penelitian dilakukan pada 100 responden mengenai *country of origin*, *electronic word of mouth* terhadap *repurchase intention* melalui kepuasan konsumen *hand and hand and body lotion* Vaseline, di mana kesimpulannya dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Hasil rekapitulasi jawaban responden pada variabel *Country of Origin* berada pada kategorisasi baik. Responden mengatakan bahwa persepsi mereka mengenai kualitas produk dari negara maju memiliki kualitas yang baik dan *hand and body lotion* Vaseline mencerminkan kualitas produk yang berasal dari negara maju, yaitu Amerika sehingga mereka puas dengan hal tersebut. Responden merasa *hand and hand and body lotion* Vaseline berasal dari negara Amerika yang merupakan negara maju, kepuasan konsumen akan semakin meningkat. Responden lainnya mengatakan bahwa mereka membeli produk bukan dari asal negara yang memproduksi, melainkan kecocokan dan efektivitas produk tersebut bekerja bagi kulit mereka. Lebih dari setengah sampel responden menyebutkan bahwa *hand and body lotion* Vaseline cocok dan bekerja sesuai dengan klaim Vaseline, yaitu untuk merawat dan melembapkan kulit. Oleh karena itu, dapat disimpulkan berdasarkan pendapat responden bahwa konsumen merasa puas dengan *hand and body lotion* Vaseline yang berasal dari negara Amerika. Berdasarkan hasil uji hipotesis, variabel *Country of Origin* (X1) berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Z). Hal ini berarti apabila sebuah produk berasal dari negara maju maka kepuasan konsumen akan

semakin meningkat. Oleh sebab itu, dapat disimpulkan bahwa hipotesis 1 yaitu “*Country of Origin* berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Konsumen” diterima.

2. Hasil rekapitulasi variabel *Electronic Word of Mouth* berada pada kategorisasi cukup hingga sangat baik. Responden menyebutkan Vaseline sudah lama digunakan oleh orang-orang di sekitar mereka dan membuat mereka melihat langsung hasil penggunaan Vaseline atau hanya sekadar mendengar hasil penggunaan Vaseline di kulit orang-orang yang mereka kenal. Responden akhirnya tertarik membeli dan mencoba *hand and body lotion* Vaseline dan merasakan bahwa hasilnya cukup baik. Akan tetapi, beberapa responden lainnya menjawab bahwa mereka memiliki alternatif *hand and body lotion* lain sebagai pengganti Vaseline dan hasilnya lebih cocok di kulit responden. Namun, sebagian besar (lebih dari setengah sampel responden) setuju bahwa mereka puas dengan informasi yang diberikan oleh para konsumen lainnya mengenai *hand and body lotion* Vaseline. Berdasarkan hasil uji hipotesis, variabel *Electronic Word of Mouth* (X2) berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Z). Hal ini berarti apabila informasi yang beredar mengenai *hand and body lotion* Vaseline sesuai dengan ekspektasi konsumen, maka kepuasan konsumen akan semakin meningkat. Oleh sebab itu, dapat disimpulkan bahwa hipotesis 2 yaitu “*Electronic Word Of Mouth* berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Konsumen” diterima.
3. Hasil rekapitulasi jawaban responden pada variabel *Country of Origin* berada pada kategorisasi cukup baik hingga sangat baik. Akan tetapi ada juga pada

kategori tidak baik. Responden menjawab bahwa mereka cukup tahu dengan hasil penggunaan *hand and body lotion* Vaseline. Responden cukup senang dengan hasil yang diberikan, tetapi mereka menemukan bahwa ada *brand* lokal yang memiliki harga lebih murah sehingga mereka beralih menggunakan *brand* tersebut. Sebagian besar responden (lebih dari setengah sampel responden) menyetujui akan membeli ulang *hand and body lotion* Vaseline untuk terus mendapatkan hasil yang baik. Berdasarkan hasil uji hipotesis, variabel *Country of Origin* (X1) berpengaruh positif signifikan terhadap *Repurchase Intention* (Y). Hal ini berarti apabila sebuah produk berasal dari negara maju maka keinginan konsumen untuk membeli kembali produk tersebut akan semakin meningkat. Oleh sebab itu, dapat disimpulkan bahwa hipotesis 3 yaitu “*Country of Origin* berpengaruh positif signifikan terhadap *Repurchase Intention*” diterima.

4. Hasil rekapitulasi jawaban responden pada variabel *Electronic Word of Mouth* berada pada kategorisasi cukup baik hingga sangat baik. Responden menyebutkan bahwa benar responden mencari informasi serta mendapatkan informasi mengenai *hand and body lotion* Vaseline. Informasi yang didapatkan oleh responden tersebut sesuai dengan ekspektasi bahwa *hand and body lotion* Vaseline memiliki hasil yang bagus untuk kulit mereka sehingga mereka memutuskan untuk membeli kembali *hand and body lotion* Vaseline. Berdasarkan hasil uji hipotesis, variabel *Electronic Word of Mouth* (X2) berpengaruh positif signifikan terhadap *Repurchase Intention* (Y). Hal ini berarti apabila sebuah produk memiliki informasi yang positif dan sesuai dengan

ekspektasi konsumen maka keinginan konsumen untuk membeli kembali produk tersebut akan semakin meningkat. Oleh sebab itu, dapat disimpulkan bahwa hipotesis 4 yaitu “*Electronic Word of Mouth* berpengaruh positif signifikan terhadap *Repurchase Intention*” diterima.

5. Rekapitulasi jawaban responden pada variabel Kepuasan Konsumen berada pada kategori cukup baik hingga sangat baik. Responden merasa puas dengan kualitas dan manfaat yang *hand and body lotion* Vaseline berikan untuk kulit mereka. Akan tetapi, responden lainnya mengatakan bahwa ketika mereka melakukan komplain atau memberikan saran, pihak Vaseline tidak segera merespon keluhan dengan tanggap sehingga mereka merasa lebih baik melupakan komplain hal tersebut dan membiarkan hal itu berlalu. Pada titik ini, sejumlah responden tidak setuju bahwa Vaseline memiliki sistem untuk menampung keluhan dan memberikan saran yang kurang baik. Di lain sisi, responden sebagian besar menyukai Vaseline yang cepat menghubungi mereka untuk memberikan informasi mengenai produk-produk mereka meskipun melalui *email marketing* ataupun *chat* otomatis di akun *market place*. Berdasarkan hasil uji hipotesis, variabel Kepuasan Konsumen (Z) berpengaruh positif signifikan terhadap *Repurchase Intention* (Y). Hal ini berarti apabila konsumen puas dengan sebuah produk maka keinginan konsumen untuk membeli kembali produk tersebut akan semakin meningkat. Oleh sebab itu, dapat disimpulkan bahwa hipotesis 4 yaitu “Kepuasan Konsumen berpengaruh positif signifikan terhadap *Repurchase Intention*” diterima.

6. *Country of Origin* berpengaruh positif signifikan terhadap *Repurchase Intention* melalui Kepuasan Konsumen. Pengaruh tidak langsung Kepuasan Konsumen pada hubungan COO terhadap *Repurchase Intention* berada di angka 0,251 dengan *p value* 0,000 sehingga dapat dikatakan Kepuasan konsumen memediasi hubungan COO terhadap *Repurchase Intention*. Jenis mediasinya adalah mediasi parsial. Dengan rasa puas karena kesesuaian ekspektasi dan *hand and body lotion* Vaseline yang merupakan dari negara Amerika memberikan *assurance* kepada responden. Hal ini menimbulkan keinginan responden untuk membeli kembali *hand and body lotion* Vaseline.
7. *Electronic Word of Mouth* berpengaruh positif signifikan terhadap *Repurchase Intention* melalui Kepuasan Konsumen. Pengaruh tidak langsung Kepuasan Konsumen pada hubungan E-WOM terhadap *Repurchase Intention* berada di angka 0,270 dengan *p value* 0,000 sehingga dapat dikatakan bahwa Kepuasan Konsumen memediasi hubungan E-WOM terhadap *Repurchase Intention*. Jenis mediasinya adalah mediasi parsial. Responden merasa puas dengan informasi yang diberikan oleh orang-orang yang mereka kenal atau dekat sesuai dengan ekspektasi hasil penggunaan *hand and body lotion* Vaseline. Hal ini membuat responden memiliki minat untuk membeli kembali *hand and body lotion* Vaseline.

4.2 Saran

Dari serangkaian penelitian yang dilakukan, saran-saran yang diperoleh dari penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan minat beli ulang konsumen Vaseline, diantaranya:

1. Dalam variabel kepuasan konsumen, terdapat beberapa konsumen yang merasa belum mendapatkan survei kepuasan pelanggan. Selain itu, beberapa konsumen juga merasa bahwa sistem untuk menampung keluhan dan saran Vaseline tidak begitu baik. Vaseline dapat memberikan survei kepuasan pelanggan secara berkala dan menyeluruh sehingga konsumen dapat memberikan nilai kepuasannya kepada Vaseline.
2. Vaseline juga dapat memperbaiki sistem untuk menampung keluhan dan memberikan saran dengan cara merespons konsumen secepatnya dan memberikan instruksi terkait permasalahan yang dihadapi konsumen sesegera mungkin setelah konsumen menyampaikan keluhan atau memberikan saran sehingga konsumen tidak merasa bahwa menyampaikan keluhan dan memberikan saran merupakan hal yang sia-sia karena tidak membawa perubahan.
3. Saran bagi peneliti selanjutnya, dapat mengembangkan dan membangun tujuan yang ingin dicapai secara lebih fokus pada apa yang dipelajari. Kemudian diharapkan dapat meneliti lebih lanjut pada objek lain atau pun memperluas variabel yang dapat berpengaruh terhadap Minat Beli Ulang *hand and hand and body lotion* Vaseline.