

BAB IV

PENUTUP

Pada bab ini, akan diuraikan hasil berupa kesimpulan dan saran yang didapatkan berdasarkan data yang diperoleh, diuji, dan dianalisis. Hal ini diharapkan dapat berguna dan bermanfaat bagi PT Royal Pesona Indonesia (PT Beaute Haul Indonesia atau Beautyhaul) terutama terkait produk Somethinc dan penelitian selanjutnya.

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian mengenai pengaruh media sosial Instagram dan *Bundling* terhadap minat beli ulang yang melibatkan 100 responden, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel media sosial Instagram berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli ulang. Hal ini mengindikasikan bahwa responden merasa media sosial Instagram Somethinc sudah mampu untuk memberikan informasi mengenai produk Somethinc kepada konsumen. Media sosial Instagram Somethinc selalu aktif dalam memberikan tanggapan terhadap konsumen pada kolom komentar Instagram dan selalu membagikan serta memperbaharui konten seputar produk Somethinc kepada konsumen, media sosial Instagram juga dapat diakses dengan mudah dan murah serta dimanapun dan kapanpun oleh konsumen. Komunitas *online* Somethinc juga aktif terhadap konsumen dalam memberikan informasi yang menarik produk dan pengetahuan mengenai perawatan kulit yang terbaik kepada konsumen.

2. Variabel *Bundling* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli ulang. Hal ini mengindikasikan bahwa responden merasa *Bundling* produk yang ditawarkan oleh Somethinc lebih menarik dari pada produk *Bundling* kecantikan lain sejenisnya. *Bundling* produk yang ditawarkan oleh Somethinc juga sesuai dengan rangkaian penggunaan perawatan kulit. Dengan demikian semakin baik *Bundling* yang ditawarkan dapat semakin meningkatkan minat beli ulang konsumen.
3. Variabel media sosial Instagram dan *Bundling* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli ulang. Hal ini mengindikasikan bahwa responden pernah melakukan pembelian produk *Bundling* memiliki niat untuk melakukan pembelian ulang produk Somethinc kembali. Dengan demikian dengan adanya media sosial Instagram dan *Bundling* akan semakin meningkatkan minat beli ulang konsumen. Responden merasa bahwa tertarik untuk merekomendasikan produk Somethinc kepada orang lain, responden juga akan selalu berbicara positif mengenai produk Somethinc.

4.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diuraikan sebelumnya, terdapat beberapa saran yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan yang dapat direalisasikan oleh PT Royal Pesona Indonesia terutama terkait strategi pemasaran pada produk Somethinc sehingga mampu meningkatkan minat beli ulang serta memberikan manfaat bagi penelitian masa depan yaitu sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan terdapat indikator media sosial Instagram yang masih berada dibawah rata-rata yaitu indikator *online communities*, *sharing of content*, dan *credibility*. Maka dari itu diharapkan agar Somethinc dapat berbagi informasi dengan menarik terkait produk Somethinc pada media sosial Instagram seperti dengan memberikan informasi dengan konten terkini sehingga dapat lebih menarik konsumen untuk mengetahui produk melalui komunitas *online*. Somethinc juga diharapkan memperbanyak konten yang lebih menarik seperti membuat konten yang tidak terlalu formal seperti konten konten yang sedang *viral* di media sosial Instagram agar lebih menarik konsumen. Somethinc juga dapat meningkatkan kredibilitas dengan mencantumkan sumber-sumber informasi yang diperoleh misalkan berdasarkan dari jurnal kecantikan, atau Somethinc dapat melakukan penelitian produknya sendiri agar informasi yang diberikan dapat akurat sehingga dapat dipercaya oleh konsumen.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat indikator *Bundling* yang masih dibawah rata-rata yaitu indikator kesesuaian harga. Hal ini menjadi catatan agar Somethinc diharapkan dapat memberikan harga yang lebih terjangkau untuk paket *Bundling*nya, dikarenakan harga *Bundling* Somethinc masih cukup tinggi. Somethinc bisa melakukan evaluasi dan penyesuaian harga, Somethinc perlu melakukan analisis mendalam terhadap harga produk mereka dibandingkan dengan pesaing. Jika harga produk masih dianggap tinggi oleh konsumen, penyesuaian harga atau

penawaran diskon dapat membantu meningkatkan daya tarik produk. Somethinc juga harus tetap memastikan bahwa kualitas produk tetap tinggi sangat penting. Produk yang berkualitas baik dapat meningkatkan minat beli ulang meskipun harganya sedikit lebih tinggi.

3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat indikator minat beli ulang yang masih dibawah rata-rata yaitu indikator minat preferensial. Hal ini menjadi catatan untuk Somethinc bahwa Somethinc perlu mengevaluasi produk *Bundling* agar konsumen menjadikan produk *Bundling* Somethinc sebagai pilihan utama daripada produk *Bundling* kecantikan sejenis lainnya. Mengevaluasi produk *Bundling* dapat dilakukan dengan salah satu cara yaitu meningkatkan kualitas *Bundling* yang ditawarkan serta memberikan harga yang sesuai dengan kualitas. Somethinc perlu memastikan bahwa kualitas produk mereka tetap konsisten dan sesuai dengan harapan pelanggan. Ini akan membangun kepercayaan dan meningkatkan kemungkinan pembelian ulang. Mengembangkan produk baru yang inovatif dan sesuai dengan tren pasar dapat menarik minat konsumen untuk mencoba dan membeli ulang. Somethinc dapat melakukan riset pasar untuk memahami kebutuhan dan preferensi konsumen sehingga konsumen akan memilih produk Somethinc di masa depan dan melakukan pembelian ulang.