

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Merujuk pada temuan penelitian yang dilaksanakan kepada 97 responden yang merupakan remaja pria yang menggunakan produk skincare Kahf di kota Semarang. Maka itu, kesimpulan yang didapat yakni:

1. Kualitas produk memberi pengaruh positif signifikan terhadap niat pembelian ulang dengan mean skor 3,80. Aspek seperti kinerja, fitur, keandalan, daya tahan, desain, dan kemudahan meningkatkan daya tarik konsumen. Namun, pernyataan terkait kemudahan menghubungi layanan pelanggan mendapat skor terendah dari rata-rata.
2. Kualitas produk tidak memberi pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, menunjukkan bahwa faktor lain lebih dominan dalam membentuk kepuasan.
3. Kepuasan pelanggan memberi pengaruh positif signifikan terhadap niat pembelian ulang dengan mean skor 2,69. Namun, pernyataan tentang niat konsumen untuk membeli kembali produk Kahf mendapat skor terendah dari rata-rata.
4. Kepuasan pelanggan tidak berperan signifikan menjadi mediator antara kualitas produk dan niat pembelian ulang. Ini kemungkinan diakibatkan faktor lain yang lebih dominan, seperti ekspektasi konsumen dan pengalaman mereka terhadap merek.

4.2 Saran

Merujuk pada temuan penelitian ini, peneliti memberikan masukan dengan harapan dapat memberikan kontribusi dan menjadi masukan perusahaan Skincare

Kahf :

1. Variabel Kualitas Produk yang memiliki nilai rendah pada produk skincare Kahf, disarankan bahan-bahan yang digunakan dalam produk skincare berkualitas tinggi dan aman. Mengembangkan fitur baru yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen, seperti varian produk untuk jenis kulit tertentu atau tambahan manfaat seperti anti-aging. Lakukan uji coba produk secara menyeluruh dan dapatkan sertifikasi dari badan pengawas yang diakui untuk meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap keamanan dan efektivitas produk.
2. Variable repurchase intention yang memiliki nilai rendah pada produk skincare Kahf, perusahaan disarankan untuk selalu berinovasi dalam produk yang ditawarkan. Inovasi dalam hal fitur, desain, dan teknologi produk yang relevan dengan tren pasar dapat membantu mempertahankan kualitas yang tinggi serta memenuhi atau bahkan melampaui harapan pelanggan. Produk yang terus berkembang sesuai dengan kebutuhan konsumen akan meningkatkan loyalitas dan memperkuat persepsi positif terhadap kualitas produk.
3. Variabel customer satisfaction yang memiliki nilai rendah pada produk skincare Kahf, perusahaan perlu fokus pada upaya untuk memastikan bahwa setiap produk yang dipasarkan memiliki kualitas yang konsisten dan sesuai dengan standar yang ditetapkan. Pengawasan kualitas yang lebih ketat, terutama dalam proses produksi dan pengiriman, akan membantu memastikan bahwa produk yang diterima pelanggan selalu memenuhi

ekspektasi mereka. Kualitas yang konsisten akan mengurangi kemungkinan kekecewaan pelanggan dan meningkatkan kepuasan pelanggan.