

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan, maka dalam penelitian ini, maka peneliti melakukan kesimpulan dari hasil yang telah diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh secara parsial Citra Merek (X_1) terhadap Minat Beli Ulang (Y) Produk kosmetik Madame Gie.
2. Terdapat pengaruh secara parsial *Electronic Word Of Mouth* (X_2) terhadap Minat Beli Ulang (Y) Produk kosmetik Madame Gie.
3. Terdapat pengaruh pengaruh secara simultan Citra Merek (X_1) *Electronic Word Of Mouth* (X_2) terhadap Minat Beli Ulang (Y) Produk kosmetik Madame Gie.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dalam penelian iniserta pembahasan yang telah dilakukan, maka saran yang dapat diberikan peneliti kepada pihak manajemen Produk kosmetik Madame Gie. adalah sebagai berikut :

1. Untuk hal Citra Merek dari Produk kosmetik Madame Gie sebaiknya memperhatikan ketahanan dan merekomendasikan produk supaya dapat digunakan bagi seluruh kalangan usia dan tidak mencari alternatif produk yang sejenis seperti yang bisa dilihat pada jawaban kuesioner masih terdapat konsumen yang memilih jawaban sangat tidak setuju pada pernyataan manfaat yang diperoleh baik setelah menggunakan produk Kosmetik Madame Gie.
2. Untuk hal Ewom (*Electronic Word Of Mouth*) dari Produk kosmetik Madame Gie sebaiknya dapat mempertahankan elemen – elemen Ewom (*Electronic Word Of Mouth*) yang telah dianggap baik oleh pelaksanaannya dan elemen – elemen yang menurut responden dalam penelitian ini masih kurang baik agar pihak manajemen meningkatkannya. Seperti, promosi dan pelayananan diakarenakan hal ini masih terlihat kurang baik seperti yang terlihat pada jawaban kuesioner pada pernyataan

Melalui informasi media sosial, dapat pelayanan yang diberikan oleh Madame Gie masih terdapat konsumen yang memilih jawaban sangat tidak setuju.

3. Untuk hal Minat Beli Ulang Produk kosmetik Madame Gie sebaiknya dapat mempertahankan Citra Merek dan Ewom (*Electronic Word Of Mouth*) dikarenakan hal ini masih terlihat pada Jawaban kuesioner terdapat pada pernyataan Berminat membeli produk kosmetik Madame Gie masih terdapat konsumen yang memilih jawaban sangat tidak setuju.
4. Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan metode lain dalam meneliti *word of mouth* dan *brand awareness* terhadap Minat Beli Ulang, misalnya melalui wawancara mendalam terhadap responden sehingga informasi yang diperoleh dapat lebih bervariasi daripada angket yang jawabannya telah tersedia. Selain itu, peneliti selanjutnya juga dapat mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan faktor-faktor yang mempengaruhi Minat Beli Ulang, misalnya: kualitas produk, *celebrity endorsement*, *brand ambassdor*, dan *brand trust*.