

BAB V

KESIMPULAN & SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang berhasil dikumpulkan dari 190 responden yang masuk dalam kriteria yang telah ditentukan akan memberikan wawasan penting tentang hubungan antar variabel variable tersebut. Data yang sudah dikumpulkan kemudian diolah menggunakan alat SPSS 21.0 dan menghasilkan kesimpulan sebagai berikut

1. Citra Merek (X1) berpengaruh positif secara persial terhadap Minat Beli Ulang (Y) pada produk Daviena
2. Kepercayaan Merek (X2) berpengaruh positif secara persial terhadap Minat Beli Ulang (Y) pada produk Daviena
3. Persepsi Nilai (X3) berpengaruh positif secara persial terhadap Minat Beli Ulang (Y) pada produk Daviena.

Yang artinya Citra Merek, Kepercayaan Merek dan Persepsi Nilai berpengaruh signifikan dan positif terhadap Minat Beli Ulang produk Daviena *Skincare*. Ketiga variabel yang signifikan tersebut berimplikasi pada Daviena *Skincare* harus bisa memberikan citra merek, kepercayaan

merek dan persepsi nilai yang baik dimata masyarakat guna menarik minat kembali konsumen terhadap pembelian ulang pada produk Daviena.

5.2 Saran

Berdasar hasil dari penelitian, pengujian hipotesis, dan kesimpulan, penulis membuat usulan kepada Daviena *Skincare* sebagai berikut:

1. Penguatan Citra merek: Untuk meningkatkan isu positif terhadap Penguatan citra merek maka hal yang harus dilakukan perusahaan Daviena adalah, menyuguhkan Testimoni dan Ulasan Positif dari konsumen pada platform media Sosial daviena, melakukan kampanye di media sosial untuk menciptakan cerita merek yang menginspirasi, serta menerapkan kontrol kualitas yang ketat di setiap tahap produksi. Selain itu Daviena harus memperoleh sertifikasi dari badan sertifikasi untuk membuktikan bahwa produknya memenuhi standar kualitas yang disyaratkan.
2. Penguatan kepercayaan merek : Untuk meningkatkan isu positif mengenai kepercayaan merek maka perusahaan daviena harus melakukan, lakukan uji Sertifikasi dan uji klinis terhadap produk Daviena, mengedukasi konsumen tentang penggunaan produk daviena, ikut serta dalam kegiatan aktif di media sosial, selalu responsif terhadap masukan dan kritik dari konsumen , melakukan kampanye kklan yang fokus pada Kualitas dan Keamanan dari produk Daviena untuk menciptakan kembali minat beli ulang konsumen.
3. Memperkuat Persepsi Nilai : Untuk meningkatkan isu positif mengenai persepsi nilai hal yang harus di lakukan perusahaan Daviena adalah menyajikan dan memberikan pengalaman penggunaan yang menyenangkan dari produk Daviena, mengedukasi konsumen tentang manfaat dan cara penggunaan produk, , tawarkan paket atau bundle produk untuk menarik konsumen dan di sarankan untuk menggunakana bahan-bahan premium unggulan yang aman untuk di gunakan produk kosmetik.
4. Disarankan untuk pemilik Daviena *Skincare* harus terus meningkatkan kualitas produk dan layanan mereka dengan memahami kebutuhan dan preferensi pelanggan hindari trend negatif dari luar dan berkonsentrasi pada perbaikan dan inovasi produk internal dan transparansi. berikan bukti

yang meyakinkan dan upaya terus menerus untuk meningkatkan kualitas akan menumbuhkan kepercayaan, loyalitas, dan minat beli ulang kembali.