

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN



Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

#### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pengujian hipotesis tentang “Pengaruh *Promotion* dan *Customer Experience* Terhadap *Repurchase Intention* produk *skincare Somethinc* di Wilayah Jabodetabek”, maka ditarik kesimpulan sebagai berikut:

*Promotion* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Repurchase Intention* produk *skincare Somethinc* di wilayah Jabodetabek. Dengan kata lain, jika *Promotion* ditingkatkan, maka akan berpengaruh terhadap *Repurchase Intention* produk *skincare Somethinc*, demikian pula sebaliknya.

*Customer Experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Repurchase Intention* produk *skincare Somethinc* di wilayah Jabodetabek. Dengan kata lain, konsumen yang sudah memiliki pengalaman terhadap penggunaan produk *skincare Somethinc*, maka akan berpengaruh terhadap *Repurchase Intention* produk tersebut, demikian pula sebaliknya.

#### 5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka dapat disarankan sebagai berikut:

##### 5.2.1. Bagi Perusahaan

Untuk meningkatkan pengaruh *Repurchase Intention* terhadap produk *skincare Somethinc*, sebaiknya perusahaan melakukan hal-hal sebagai berikut:

- 1) Perusahaan dapat membuat produk *skincare* dengan ukuran yang lebih besar, yang tadinya hanya *sunscreen* 50ml bisa diciptakan *sunscreen*





dengan volume 100ml, 200ml atau 300ml dan berlaku untuk jenis *skincare* lainnya. Hal ini dilakukan agar terciptanya nilai ekonomis pada produk *skincare* tersebut.

- 2) Perusahaan bisa memanfaatkan *membership point* di seluruh platform penjualan yang kemudian poin itu dapat ditukar dengan produk *skincare Somethinc* juga, sehingga konsumen secara tidak langsung dapat meningkatkan minat beli ulang terhadap produk *skincare Somethinc*.
- 3) Perusahaan agar bisa bekerjasama dengan *influencer* atau *public figure* yang memiliki kondisi kulit yang sesuai dengan permasalahan kulit masyarakat Indonesia. Agar konsumen atau masyarakat akan semakin mudah dalam menentukan produk *skincare* yang mereka butuhkan untuk kulit mereka.
- 4) Perusahaan dapat menjalin kerjasama dengan pakar kecantikan atau kesehatan kulit agar mampu memberikan edukasi dan kebutuhan kulit setiap konsumen secara spesifik, serta lebih mengenalkan konsumen akan produk *skincare Somethinc* yang beragam dan dibuat dengan bahan-bahan yang berkualitas sesuai dengan standar internasional.

### © Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

#### 5.2.2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menjangkau responden dengan karakteristik lebih luas lagi, seperti untuk responden yang didapatkan pada penelitian ini masih kebanyakan menjangkau mahasiswa atau pelajar dengan rentang usia 13-23 tahun, sehingga penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperoleh responden dengan karakteristik yang lebih beragam.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

- b. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian, seperti dengan menambahkan variabel diluar variabel yang sudah penulis teliti, seperti pengaruh *beauty influencer* terhadap *promotion* produk *skincare Somethinc*, pengaruh kolaborasi *brand* lokal *non beauty* dengan kualitas produk *skincare Somethinc*, dan sebagainya.
- c. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mencari wilayah penelitian lainnya untuk mendapatkan informasi yang lebih spesifik di suatu daerah tertentu.

**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**



**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.