

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh citra merek secara positif dan signifikan terhadap niat beli ulang.
2. Terdapat pengaruh *electronic word of mouth* secara positif dan signifikan terhadap niat beli ulang.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan Wardah

Hasil penelitian pada variabel citra merek, diketahui bahwa rata – rata responden berada dalam rentang setuju terhadap citra merek yang dimiliki oleh Wardah dan skor rata rata terendah berada pada pernyataan “membeli produk perawatan wajah Wardah di Shopee merupakan simbol kepribadian saya”. Dengan demikian Wardah dapat mempertahankan dan meningkatkan citra merek yang dimiliki dengan cara seperti menjaga konsistensi citra merek, menjaga reputasi merek, melakukan pengukuran kinerja, memanfaatkan media sosial, dan melakukan kolaborasi dengan *influencer* yang sesuai dengan karakteristik Wardah, sehingga Wardah selalu memiliki citra merek yang baik dan diharapkan dapat meningkatkan niat beli ulang konsumen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *electronic word of mouth* memiliki pengaruh yang cukup signifikan terhadap niat beli ulang pada produk perawatan wajah

Wardah di Shopee, sehingga Wardah harus lebih memperhatikan informasi *electronic word of mouth* yang berkaitan dengan produk dan layanannya dengan cara seperti memantau ulasan konsumen, mengklarifikasi ulasan yang bersifat negatif, melakukan evaluasi produk dan layanan, menggunakan jasa influencer, menjaga hubungan baik dengan konsumen, dan memperhatikan informasi produk agar informasi tersebut dapat dijadikan masukan, meningkatkan niat beli ulang konsumen, dan untuk menghindari penghambat perkembangan perusahaan kedepannya.

2. Bagi penelitian selanjutnya

Penelitian selanjutnya diharapkan menambahkan variabel bebas atau faktor lain seperti kualitas layanan, kualitas produk, promosi penjualan, dan digital marketing lainnya untuk mengetahui variabel manakah yang dapat lebih baik mempengaruhi niat beli ulang konsumen. Kemudian latar belakang mengenai responden di kuesioner diberikan keterangan yang lebih jelas seperti jenis kelamin, usia, dan pekerjaan responden sehingga data yang didapatkan sesuai dengan harapan. Sehingga penelitian yang dilakukan menghasilkan hasil yang lebih baik dari penelitian sebelumnya.