

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dipaparkan di atas, maka dapat diambil kesimpulan sebagaimana berikut:

1. Karakteristik merek berpengaruh positif tapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian ulang kosmetik wardah dikota Bangkinang.
2. Harga berpengaruh positif tapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian ulang kosmetik wardah dikota Bangkinang.
3. Positioning berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ulang kosmetik wardah di Kota Bangkinang.

5.2 Implikasi Penelitian

Implikasi penelitian berdasarkan model penelitian yang telah diuji melalui SPSS 16.0, maka hasil penelitian ini dapat memperkuat variabel-variabel yang dapat memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian ulang dengan implikasi sebagaimana berikut:

1. Variabel karakteristik merek dinyatakan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan. Wardah harus bisa tetap menjaga kualitas produk yang diberikannya untuk memenuhi harapan konsumen, dan mempelajari kebutuhan atau keinginan konsumen selama konsumen tetap menggunakan

produk Wardah dan tetap melakukan pembelian ulang.

2. Variabel harga tidak signifikan tidak ada perbaikan dalam produk ini, Harga yang selaras dengan kualitas yang ditawarkan akan menjadikan konsumen wardah tidak akan berpindah dan akan tetap setia dengan wardah dan tetap mempertahankan.
3. Variabel positioning dinyatakan berpengaruh positif dan signifikan. Ini artinya konsumen sangat memerlukan positioning yang baik, dengan begitu konsumen merasakan kepuasan dalam memakai kosmetik wardah sehingga positioning merupakan hal yang penting untuk memilih suatu kosmetik. Perusahaan kosmetik Wardah perlu menjaga dan mempertahankan skor reputasi merek dengan memastikan bahwa produk yang diluncurkan ke pasaran sesuai kebutuhan pelanggannya dan memberikan kualitas penggunaan yang baik seperti apa yang diharapkan pelanggan, sehingga dapat mendukung pertumbuhan dan peningkatan pangsa pasar kosmetik Wardah.

5.3 Saran

1. Penelitian di kemudian hari disarankan untuk memperluas responden yang dijadikan sampel konsumen yang membeli kosmetik wardah.
2. Untuk penelitian kedepannya, penulis menyarankan untuk menambah beberapa variabel lainnya yang belum digunakan penulis di penelitian ini. Karena secara umum banyak faktor yang dapat mempengaruhi keputusan untuk melakukan pembelian ulang, sehingga meningkatkan akurasi dan

presisi penelitian masa depan.

5.4 Keterbatasan Penelitian

Peneliti percaya bahwa karena keterbatasan yang ditemukan oleh peneliti pada saat penulisan skripsi ini, masih terdapat beberapa kekurangan dalam penelitian yang sedang berlangsung. Hambatan dan rekomendasi penelitian penulis, antara lain:

1. Adanya variabel lain yang tidak digunakan yaitu citra merek, kualitas produk, promosi dan lain-lain pada penelitian ini, dimana hal ini ternyata memberikan pengaruh pada pembelian ulang kosmetik wardah di kota Bangkinang.
2. Jumlah responden dalam sampel masih sedikit, sehingga keakuratan hasil yang ingin dicapai dalam penelitian ini rendah, sehingga jumlah sampel dapat ditingkatkan di masa yang akan datang.