

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari hasil analisis pengujian pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa :

1. Hipotesis 1 (H1) diterima sehingga dapat dinyatakan bahwa *Customers Knowledge* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Repurchase Intention* pada produk Scarlett Whitening di Surabaya. Dapat disimpulkan bahwa semakin banyak pengetahuan yang diterima pelanggan tentang produk Scarlett Whitening maka dapat mempengaruhi pembelian ulang produk khususnya pengguna produk Scarlett Whitening di Surabaya.
2. Hipotesis 2 (H2) diterima sehingga dapat dinyatakan bahwa *Customers Experience* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Repurchase Intention* pada produk Scarlett Whitening di Surabaya. Dapat disimpulkan bahwa semakin baik pengalaman yang dirasakan pelanggan terhadap produk Scarlett Whitening maka dapat mempengaruhi pembelian ulang produk khususnya pengguna produk Scarlett Whitening di Surabaya.
3. Hipotesis 3 (H3) diterima sehingga dapat dinyatakan bahwa *Customers Satisfaction* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Repurchase Intention* pada produk Scarlett Whitening di Surabaya. Dapat disimpulkan bahwa semakin puas pelanggan terhadap produk Scarlett Whitening maka dapat mempengaruhi pembelian ulang produk khususnya pengguna produk Scarlett Whitening di Surabaya.
4. Hipotesis 4 (H4) diterima sehingga dapat dinyatakan bahwa *Customers Knowledge*, *Customers Experience*, dan *Customers Satisfaction* secara

simultan berpengaruh terhadap *Repurchase Intention* pada produk Scarlett Whitening di Surabaya.

5.2 Saran

1. Bagi Perusahaan

Dari hasil penelitian ini yang menyajikan tingginya pembelian ulang produk Scarlett Whitening khususnya pengguna di wilayah Surabaya karena adanya pengetahuan, pengalaman, dan kepuasan pelanggan sehingga membuat konsumen terpengaruh untuk melakukan pembelian ulang, maka dari itu diharapkan Scarlett Whitening tetap bisa mempertahankan dan terus meningkatkan kualitas produk agar konsumen tidak merasa kecewa dengan produk Scarlett Whitening. Karena dengan pengetahuan pelanggan tentang produk Scarlett Whitening menimbulkan rasa ingin mencoba setelah mencoba pelanggan merasakan pengalaman yang baik akan produk Scarlett Whitening dan merasa puas terhadap produk Scarlett Whitening. Dengan demikian hal-hal tersebut akan dapat menyebabkan pembelian ulang dan akan terjadi loyalitas pelanggan.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi sumber referensi yang baik untuk penelitian selanjutnya, dan penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperbaiki kekurangan maupun keterbatasan dari data penelitian ini. Disarankan untuk menambah metode penelitiannya dengan digabung oleh data kualitatif berupa wawancara agar mendapat hasil yang lebih menyeluruh, spesifik, akurat dan obyektif. Lalu dapat pula menambah variabel agar

penelitian dapat terbaru sehingga menambah manfaat juga untuk calon pembaca selanjutnya.

3. Bagi Pengguna Scarlett Whitening dan Masyarakat

Bagi pengguna produk Scarlett Whitening dan masyarakat, diharapkan dapat mengetahui produk Scarlett Whitening dengan benar agar tidak Terjadi hal yang tidak diinginkan saat menggunakan produk Scarlett Whitening. Maka dari itu mengetahui produk sebelum membeli sangatlah penting.