

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan terkait pengaruh *Electronic Word of Mouth*, Kualitas Produk, dan Kepuasan terhadap *Repurchase Intention* pada produk Somethinc, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil analisis secara simultan (Uji F) menunjukkan bahwa variabel *Electronic Word of Mouth*, Kualitas Produk, dan Kepuasan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *Repurchase Intention* pada produk Somethinc. Selanjutnya, pengaruh yang diberikan oleh variabel *Electronic Word of Mouth*, Kualitas Produk, dan Kepuasan terhadap *Repurchase Intention* memiliki nilai yang lebih tinggi dibandingkan pengaruh faktor lain di luar variabel yang telah digunakan pada penelitian ini.
2. Hasil analisis secara parsial (uji t) dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:
  - a. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa secara parsial variabel *Electronic Word of Mouth* berpengaruh signifikan terhadap *Repurchase Intention* pada Produk Somethinc.
  - b. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa secara parsial variabel Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap *Repurchase Intention* pada produk Somethinc.

- c. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa secara parsial variabel Kepuasan berpengaruh signifikan terhadap *Repurchase Intention* pada produk Somethinc.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang diperoleh maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

### 1. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi penelitian yang akan datang diharapkan mampu meneliti secara lebih mendalam terhadap permasalahan yang dihadapi, seperti dengan menambah variabel-variabel lain yang diduga berpengaruh terhadap *repurchase intention* sehingga diperoleh hasil yang lebih baik dan berguna bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya pemasaran.

### 2. Bagi Konsumen

Penelitian ini diharapkan memberikan gambaran pada konsumen sebelum berniat membeli kembali sebuah produk untuk mempertimbangkan ulasan dan rekomendasi dari media sosial, kualitas produk, serta tingkat kepuasan sesuai dengan pengalaman dalam menggunakan produk sebelumnya. Dengan mempertimbangkan hal-hal tersebut, konsumen diharapkan mendapat pengalaman positif atas produk.