

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, menunjukkan beberapa temuan signifikan terkait dengan faktor - faktor yang mempengaruhi *repeat purchase*, yakni sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menemukan bahwa *content marketing* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *repeat purchase* pelanggan. Hal ini berarti bahwa semakin banyak dan berkualitas konten yang dibuat dan didistribusikan oleh perusahaan, semakin tinggi kemungkinan pelanggan untuk membeli kembali produk atau layanan mereka. Konten yang menarik, informatif, dan relevan dapat meningkatkan *brand awareness*, membangun kepercayaan, dan mendorong engagement dengan pelanggan, sehingga meningkatkan *repeat purchase*.
2. Hasil penelitian menemukan bahwa *Social Media* Instagram memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *repeat purchase* pelanggan. Hal ini berarti bahwa semakin aktif dan menarik akun Instagram perusahaan, semakin tinggi kemungkinan pelanggan untuk membeli kembali produk atau layanan mereka. Akun Instagram yang aktif, menarik, dan informatif dapat meningkatkan brand awareness, membangun hubungan dengan pelanggan, dan mempromosikan produk/layanan, sehingga meningkatkan *repeat purchase*.
3. Hasil penelitian menemukan bahwa *customer review* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *repeat purchase* pelanggan. Hal ini berarti bahwa semakin

banyak dan positif *customer review* yang diterima oleh perusahaan, semakin tinggi kemungkinan pelanggan untuk membeli kembali produk atau layanan mereka. Ulasan pelanggan yang positif dapat meningkatkan kepercayaan, kredibilitas, dan *engagement* dengan pelanggan, serta memberikan informasi yang bermanfaat bagi calon pelanggan, sehingga meningkatkan *repeat purchase*.

4. Penelitian ini menemukan bahwa *content marketing*, *media social* Instagram, dan *customer review* memiliki pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap pembelian berulang (*repeat purchase*) pelanggan. Artinya, ketiga variabel tersebut secara bersama-sama berkontribusi dalam meningkatkan kemungkinan pelanggan untuk membeli kembali produk atau layanan dari perusahaan

## 5.2 Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dilakukan pada penelitian ini, dapat dikemukakan beberapa saran yang dapat menjadi pertimbangan antara lain sebagai berikut :

### 1. Saran Teoritis

Peneliti menyadari bahwa dalam penelitian ini sumber-sumber dan referensi yang terkait secara langsung dengan penelitian yang digunakan masih kurang. Oleh karena itu, bagi peneliti selanjutnya agar lebih memperbanyak lagi sumber-sumber dan referensi yang akurat terkait dengan permasalahan yang diangkat. Bagi peneliti selanjutnya hendaknya mengevaluasi laporan keuangan pemerintah lebih dari satu tahun. Bagi peneliti selanjutnya sebaiknya waktu yang digunakan

untuk meneliti dan mengumpulkan data lebih diperpanjang agar dapat melakukan wawancara secara mendalam.

## 2. Saran Praktis

### a) Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan yang berguna untuk penelitian selanjutnya, yang dapat menjawab kekurangan dan kendala data dari penelitian ini. Untuk melengkapi metodologi penelitian dan menghasilkan hasil yang luas, rinci, tidak memihak, dan akurat, disarankan untuk menggabungkan data kualitatif dalam bentuk wawancara.

### b) Bagi Perusahaan

Dari hasil penelitian ini, dapat dilihat bahwa pengaruh *content marketing*, *social media* instagram dan *customer review* memiliki pengaruh penting terhadap repeat purchase pelanggan di PT Jokopi Indonesia Group. Oleh karena itu, diharapkan PT Jokopi Indonesia Group dapat selalu mempertahankan strategi – strategi pemasaran yang saat ini dilakukan agar ketertarikan pelanggan mengunjungi PT Jokopi Indonesia Group terus meningkat. Strategi pemasaran melalui *content marketing*, *social media* instagram dan *customer review* harus dapat berkembang mengikuti trend yang ada. Dengan *content marketing*, *social media* instagram dan *customer review* yang dilakukan oleh PT Jokopi Indonesia Group membuat pelanggan ingin terus mengunjungi dan membeli produk kopi. Dengan demikian, hal inilah yang menjadi penyebab *repeat purchase* pelanggan PT Jokopi Indonesia Group.

c) Bagi Pihak Lain

Penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel pada penelitian atau mencoba penelitian dengan variabel yang berbeda guna mengetahui pengaruh lain yang dapat diperoleh dari hasil penelitian berikutnya. Dan dapat menambah objek yang diteliti sehingga peneliti selanjutnya dapat membandingkan objek mana yang lebih unggul.