

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian mengenai pengaruh citra merek, kualitas produk, harga, dan diskon terhadap *repurchase intention* dapat ditarik kesimpulan di antaranya:

- a. Citra Merek (X1) tidak berpengaruh terhadap *Repurchase Intention* (Y)
- b. Kualitas Produk (X2) tidak berpengaruh terhadap *Repurchase Intention* (Y)
- c. Harga (X3) berpengaruh terhadap *Repurchase Intention* (Y)
- d. Diskon (X4) berpengaruh terhadap *Repurchase Intention* (Y)
- e. Terdapat pengaruh secara simultan Citra Merek (X1), Kualitas Produk (X2), Harga (X3), dan Diskon (X4) terhadap *Repurchase Intention* (Y)

5.2 Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan dalam penelitian ini, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Konnichiwa Group diharapkan dapat meningkatkan *repurchase intention* dengan memperkuat citra merek melalui storytelling, kampanye digital, kolaborasi dengan influencer, serta aktivitas CSR, lalu kualitas produk harus dijaga dengan kontrol ketat, melakukan pelatihan barista, menjaga kualitas bahan baku inovasi varian rasa, dan kemasan yang lebih menarik serta fungsional. Dalam hal strategi harga, perusahaan perlu menawarkan paket bundling, program membership, serta melakukan analisis harga kompetitor agar tetap kompetitif, kemudian program diskon dan promosi juga harus dioptimalkan melalui *loyalty program*, diskon khusus pelanggan setia, serta promosi aktif di media sosial.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambahkan faktor lain seperti kepuasan pelanggan atau customer experience, menerapkan metode kualitatif, serta memperluas sampel dan cakupan industri agar hasil penelitian lebih komprehensif.