

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara simultan, variabel *Ephemeral Marketing*, *Customer Engagement*, dan *Brand Image* berpengaruh signifikan terhadap *Repurchase Intention*. Hal ini menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut secara bersama-sama mampu mempengaruhi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian ulang.
2. Secara parsial, *Ephemeral Marketing* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Repurchase Intention*. Hal ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang bersifat sementara belum cukup kuat dalam mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang.
3. *Customer Engagement* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Repurchase Intention*. Artinya, semakin tinggi keterlibatan konsumen terhadap merek, maka semakin besar kemungkinan konsumen untuk melakukan pembelian ulang.
4. *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Repurchase Intention*. Hal ini menunjukkan bahwa citra merek yang baik mampu meningkatkan kepercayaan dan loyalitas konsumen terhadap produk.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh, maka terdapat beberapa saran yang dapat diberikan:

1. Bagi Perusahaan (Mie Djoetek)

Disarankan untuk lebih fokus dalam meningkatkan *Customer Engagement* dan Brand Image, karena kedua variabel ini terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap *Repurchase Intention*. Perusahaan dapat meningkatkan interaksi dengan konsumen melalui konten yang lebih menarik, responsif terhadap komentar, serta menjaga konsistensi identitas merek. Selain itu, penggunaan *Ephemeral Marketing* tetap dapat dipertahankan sebagai strategi pendukung untuk menarik perhatian konsumen, namun perlu dikombinasikan dengan strategi lain yang lebih berorientasi jangka panjang.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel lain yang belum diteliti, seperti kepuasan pelanggan, harga, kualitas produk, atau loyalitas pelanggan, sehingga dapat memberikan hasil yang lebih komprehensif. Selain itu, disarankan untuk menggunakan jumlah sampel yang lebih besar serta objek penelitian yang berbeda agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan secara lebih luas.