

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian serta analisis data responden, diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut.

1. *Brand experience* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention* konsumen lipstick Wardah *Colorfit* di Tokopedia Surabaya. Semakin baik pengalaman konsumen dalam berinteraksi dengan merek, semakin besar kemungkinan konsumen melakukan pembelian ulang.
2. *Perceived value* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention* konsumen lipstick Wardah *Colorfit* di Tokopedia Surabaya. Semakin konsumen menilai semakin besar manfaat yang diperoleh dalam setiap pembelian produk, maka semakin besar kemungkinan pembelian ulang.
3. *Brand trust* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention* konsumen lipstick Wardah *Colorfit* di Tokopedia Surabaya. Semakin besar konsumen percaya terhadap merek Wardah *Colorfit*, maka semakin besar niat untuk melakukan pembelian ulang.

Brand experience, *perceived value*, dan *brand trust* memiliki kontribusi terhadap *repurchase intention* konsumen lipstick Wardah *Colorfit* di Tokopedia Surabaya. Ketiga variabel tersebut secara menyeluruh memiliki kontribusi terhadap keputusan konsumen untuk melakukan pembelian ulang.

5.2 Saran

Berdasarkan keseluruhan penelitian yang telah dilakukan, adapun masukan yang dapat dipertimbangkan dan dijadikan acuan, antara lain sebagai berikut.

1. Wardah perlu menjaga konsistensi kualitas produk lipstik *Colorfit* agar *brand experience* yang dirasakan konsumen semakin selaras dengan ekspektasi, khususnya dalam hal kesesuaian warna dan formula produk yang masih menjadi catatan sebagian konsumen melalui ulasan di Tokopedia.
2. Wardah perlu mempertahankan keseimbangan antara kualitas, variasi pilihan warna, dan harga yang ditawarkan, sehingga *perceived value* yang telah terbentuk kuat di benak konsumen dapat terus mendorong pembelian ulang secara berkelanjutan.
3. Wardah perlu terus mengomunikasikan secara konsisten sertifikasi halal, bebas alkohol, dan *cruelty-free* kepada konsumen melalui platform Tokopedia agar *brand trust* semakin menguat dan berdampak pada peningkatan *repurchase intention*.
4. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variable memperluas cakupan wilayah penelitian guna memperoleh hasil yang lebih representatif terhadap karakteristik konsumen di berbagai daerah.
5. Disarankan untuk menambah jumlah responden agar hasil penelitian dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor pembentuk *repurchase intention* konsumen produk kosmetik di *e-commerce*.