

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan maka dapat disimouulkan sebagai berikut:

1. Gambaran Kualitas Produk, Kepercayaan, dan Niat Membeli Ulang
 - a. Gambaran mengenai kualitas produk dapat dilihat dari kontribusi dimensi-dimensi yang membentuknya, dimensi tersebut yaitu fitur (*feature*), kualitas kinerja (*performance quality*), kesan kualitas (*perceived quality*), ketahanan (*durability*), keandalan (*reliability*), dan desain (*design*), berdasarkan hasil tanggapan responden yang merupakan *followers* Instagram *Hand and Body Lotion* Nivea di Indonesia secara keseluruhan dikategorikan tinggi, dikarenakan hampir seluruhnya responden setuju bahwa produk *Hand and Body Lotion* Nivea. Dimensi desain (*design*) memperoleh tanggapan tertinggi, sedangkan yang terendah yaitu dimensi ketahanan (*durability*).
 - b. Gambaran mengenai kepercayaan dapat dilihat dari kontribusi dimensi-dimensi yang membentuknya, dimensi tersebut yaitu *ability*, *integrity* dan *benevolence*, berdasarkan hasil tanggapan responden yang merupakan *followers* Instagram *Hand and Body Lotion* Nivea di Indonesia secara keseluruhan kepercayaan responden pada produk *Hand and Body Lotion* Nivea dikategorikan tinggi, dikarenakan hampir seluruhnya responden menyatakan bahwa kepercayaan responden sudah baik. Dimensi *benevolence* memperoleh tanggapan tertinggi, sedangkan yang terendah yaitu dimensi *ability*.
 - c. Gambaran mengenai niat membeli ulang dapat dilihat dari kontribusi dimensi-dimensi yang membentuknya, dimensi tersebut yaitu *continue to purchase in the future*, *try to buy*, dan *recommended to friends and colleague*, berdasarkan hasil tanggapan responden yang merupakan *followers* Instagram *Hand and Body Lotion* Nivea di Indonesia secara keseluruhan niat membeli ulang dikategorikan tinggi, dikarenakan hampir seluruhnya responden berkeinginan untuk melakukan pembelian

ulang produk *Hand and Body Lotion* Nivea sudah tinggi. Dimensi *try to buy* memperoleh tanggapan tertinggi, sedangkan yang terendah yaitu dimensi *recommended to friends and colleague*

2. Hasil temuan pada penelitian ini memperlihatkan bahwa pada variabel kualitas produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap niat membeli ulang pada *followers* Instagram *Hand and Body Lotion* Nivea di Indonesia.
3. Hasil temuan pada penelitian ini memperlihatkan bahwa pada variabel Kualitas produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepercayaan pada *followers* Instagram *Hand and Body Lotion* Nivea di Indonesia.
4. Hasil temuan pada penelitian ini memperlihatkan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh yang positif serta signifikan terhadap niat membeli ulang pada *followers* Instagram *Hand and Body Lotion* Nivea di Indonesia.
5. Hasil temuan pada penelitian ini memperlihatkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap niat membeli ulang melalui kepercayaan pada *followers* Instagram *Hand and Body Lotion* Nivea di Indonesia.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan dari kesimpulan, maka direkomendasikan sebagai berikut.

1. Kualitas produk *Hand and Body Lotion* Nivea berada pada kategori tinggi secara keseluruhan, akan tetapi masih terdapat beberapa aspek yang perlu untuk ditingkatkan berdasarkan penilaian dari tanggapan responden yang mendapatkan penilaian terendah. Yang dapat diberikan oleh penulis terkait hal yang harus diperbaiki yang bertujuan mendapatkan nilai kualitas produk yang lebih baik adalah dengan meningkatkan serta melakukan inovasi terkait daya tahan produk dalam jangka waktu yang lama, seperti dengan meningkatkan daya tahan produk tidak hanya soal mengurangi kerusakan fisik produk, tetapi juga menjaga efektivitas bahan aktif sepanjang masa pakainya. Melalui pemilihan bahan baku yang tepat, inovasi dalam formulasi dan pengemasan, serta pengujian yang teliti, daya tahan produk dapat bertahanan lama. Dengan demikian diharapkan akan meningkatkan kualitas produk, sehingga konsumen berkeinginan untuk

melakukan pembelian kembali.

2. Kepercayaan pada produk *Hand and Body Lotion* Nivea berada pada kategori tinggi secara keseluruhan, akan tetapi masih terdapat beberapa aspek yang perlu untuk ditingkatkan berdasarkan penilaian dari tanggapan responden yang mendapatkan penilaian terendah. Rekomendasi yang dapat diberikan yang bertujuan mendapatkan kepercayaan yang lebih baik adalah dengan meningkatkan kepercayaan konsumen seperti dengan memberikan informasi yang transparan dan edukatif mengenai kualitas dan manfaat produk, memastikan pengalaman pengguna yang memuaskan. Dengan memanfaatkan teknologi, influencer, dan testimoni konsumen yang kuat, meningkatkan keberagaman produk. Hal ini dikarenakan pada penelitian ini dimensi dengan persentasi penilaian terendah dari tanggapan responden pada kepercayaan adalah dimensi *ability* dengan pernyataan dengan penilaian paling rendah yaitu “Saya mempercayai produk *Hand and Body Lotion* Nivea sebagai solusi untuk perawatan kulit”.
3. Niat membeli ulang pada produk *Hand and Body Lotion* Nivea berada pada kategori baik secara keseluruhan, akan tetapi masih terdapat beberapa aspek yang perlu untuk ditingkatkan berdasarkan penilaian dari tanggapan responden yang mendapatkan penilaian terendah. Rekomendasi yang dapat diberikan dengan meningkatkan pengalaman yang memuaskan melalui produk yang berkualitas, kemasan yang praktis, serta komunikasi yang jelas tentang manfaat dan nilai produk, mengaktifkan konten interaktif di media sosial sehingga dapat mendorong konsumen untuk secara aktif merekomendasikan produk kepada orang lain. Hal tersebut dikarenakan pada penelitian ini dimensi dengan persentasi penilaian terendah dari tanggapan responden pada niat membeli ulang adalah dimensi *recommended to friends and colleague* dengan pernyataan terendah yaitu “Saya berkeinginan untuk merekomendasikan produk *Hand and Body Lotion* Nivea kepada teman”.
4. Pada penelitian ini masih terdapat keterbatasan yang perlu diperhatikan dalam interpretasi hasilnya. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian yang lebih luas dan mendalam, dengan peningkatan

dalam hal sampel, metode pengumpulan data, dan teknik analisis, akan sangat membantu dalam memberikan pemahaman yang lebih holistik dan representatif terhadap topik yang diteliti.

5. Bagi peneliti selanjutnya, hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai gambaran atau sebagai acuan dalam penelitian selanjutnya terkait efek mediasi kepercayaan pada pengaruh kualitas produk terhadap niat membeli ulang. Penelitian selanjutnya diharapkan bisa menambah variabel lain seperti citra merek, promosi, harga, dan lainnya. yang dapat mempengaruhi niat membeli kembali selain yang telah diteliti.