

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Hasil penelitian ini memberikan temuan empiris bahwa niat membeli kembali produk hijau Skincare Leafhea secara fundamental dipengaruhi oleh sikap konsumen terhadap produk merek hijau, dan kecintaan terhadap produk hijau.

Hasil penelitian menunjukkan meningkatnya kecintaan pada produk dan niat beli produk hijau Skincare Leafhea dipengaruhi oleh sikap konsumen. Sikap konsumen yang sangat menyukai merek green produk Skincare Leafhea akan membuatnya mau menggunakan produk dan melakukan pembelian ulang produk tersebut.

Kepercayaan juga diprediksi menjadi faktor yang berpengaruh terhadap meningkatnya rasa cinta konsumsun terhadap produk hijau Skincare Leafhea sehingga bisa meningkatkan keinginannya melakukan pembelian ulang. Tinggnya kepercayaan bahwa Merek Leafhea merupakan merek skincare yang berkualitas dan merupakan merek yang dapat memecahkan masalah konsumen khususnya perawatan wajah akan membuat konsumen semakin cinta terhadap produk bahkan mau menggunakannya secara rutin hingga berniat membeli kembali produk tersebut.

Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa niat membeli ulang produk hijau Skincare Leafhea juga dipengaruhi kecintaan konsumen terhadap produk hijau Skincare Leafhea. Kecintaan terhadap pada produk karena merasa merek

Skincare Leafhea cocok/sesuai dengan kulit dan kebutuhan membuat konsumen akan mau melakukan pembelian ulang produk tersebut.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti memberikan saran untuk perbaikan yang lebih baik di masa mendatang sebagai berikut:

1. Niat Membeli Kembali Produk Hijau

Dalam kaitannya dengan niat melakukan pembelian ulang dapat dilakukan dengan terus berinovasi membuat produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Hal ini akan membuat konsumen memilih Leafhea dan merupakan pilihan skincare yang tepat.

Meningkatkan sikap konsumen terhadap produk hijau khususnya produk Skincare Leafhea. Perusahaan juga dapat melakukannya dengan menampilkan komposisi produk sehingga konsumen merasa jelas dan yakin bahwa merek produk khusus Skincare Leafhea aman dipakai.

2. Sikap Terhadap Merek Produk Hijau

Dalam kaitannya meningkatkan sikap konsumen terhadap produk hijau khususnya produk Skincare Leafhea. Perusahaan harus memiliki ciri kas yang mudah diingat. Selain itu juga menampilkan komposisi produk sehingga konsumen merasa jelas dan yakin bahwa merek produk khusus Skincare Leafhea aman dipakai.

3. Kepercayaan Terhadap Produk Hijau

Dalam kaitannya dengan kepercayaan terhadap produk hijau perusahaan harus mampu meyakinkan konsumen dengan memberikan bukti atau

testimoni hasil pemakaian Skincare Leafhea. Kepercayaan konsumen akan tumbuh apabila melihat secara langsung mengenai produk yang dihasilkan.

4. Kecintaan Terhadap Merek Produk Hijau

Kecintaan konsumen terhadap produk hijau Skincare Leafhea dapat diperbaiki dengan image merek serta menjaga kualitas sehingga konsumen bisa merasakan manfaat produk dan senantiasa mengingat merek produk saat akan menggunakan produk kecantikan termasuk Skincare Leafhea.

C. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yaitu :

1. Pada penelitian ini terdapat sejumlah kuesioner yang tidak kembali dan tidak bisa dipakai. Hal ini terjadi karena calon responden tidak menjawab ga kuesioner dengan baik dan benar. Beberapa responden belum mengetahui cara mengisi kuesioner melalui google form, dan masih belum sepenuhnya memahami pernyataan pada kuesioner.

D. Saran Bagi Peneliti Selanjutnya

1. Bagi peneliti selanjutnya apabila menggunakan kuesioner dan disebarakan melalui google form, diharapkan memberikan arahan cara mengisi kuesioner yang baik atau melakukan pendampingan kepada responden agar mereka mampu menjawab kuesioner penelitian dengan baik dan benar.

2. Reponden pada penelitian ini hanya fokus pada konsumen Skincare Leafhea di Purwokerto. Peneliti selanjutnya akan lebih baik jika menggunakan lebih dari satu kota, atau perbandingan antar kota.

