

BAB V KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Penelitian itu bertujuan untuk menganalisis pengaruh Kualitas produk, *Customer Experience* dan *Electronic Word Of Mouth (e-wom)* terhadap *Repurchase Intention* pada pengguna produk Hand and Body Vaseline di Pati. Adapun sampel sejumlah 100 responden dipakai di penelitian ini. Analisis data yang dilakukan oleh peneliti menarik kesimpulan yaitu:

1. Variabel kualitas produk (X1) mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap *repurchase intention* pada pengguna produk Hand and Body Vaseline di Pati. Hal tersebut berdasarkan dari output SPSS uji t dengan nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($2,586 > 1,984$) dengan nilai p value (sig) sebesar 0,023 yang berada dibawah 0,05 (tingkat signifikansi). Dalam penelitian ini H1 di terima dan H0 di tolak sehingga bisa dikatakan bahwa kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan pada *repurchase intention* pada pengguna produk hand and body Vaseline di Pati. Makin besar tingkat kualitas produk maka *repurchase intention* produk hand and body vaselin di Pati akan makin positif.
2. Variabel *customer experience* (X2) berpengaruh positif secara signifikansi pada *repurchase intention* pada pengguna produk Hand and Body Vaseline di Pati. Hal ini dibuktikan dari output SPSS uji t dengan nilai thitung $>$ ttabel ($3,997 > 1,984$) dengan nilai p value (sig) sebesar 0,000 yang berada di bawah 0,05 (nilai signifikan). Dalam penelitian ini H2 diterima dan H0 ditolak sehingga bisa di katakan bahwa *customer experience* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *repurchase intention* pada pengguna produk hand and body vaseline di Pati. Dengan demikian, dapat dinyatakan bahwa *customer experience* yang diterima oleh konsumen pengguna produk hand and body vaseline dapat menaikkan *repurchase intention* pada produk tersebut.
3. Variabel *electronic word of mouth (e-wom)* (X3) tidak berpengaruh terhadap *repurchase intention* pada pengguna produk Hand and Body Vaseline di Pati. Hal tersebut terbukti dari output SPSS uji t dengan nilai thitung kurang dari ttabel ($0,372 < 1,984$) dengan nilai p-value (sig) sebesar $0,711 > 0,05$ (tingkat signifikan). Maka di penelitian ini H3 di tolak dan H0 diterima. Artinya bahwa *electronic word of mouth (e-wom)* secara parsial tidak mempunyai pengaruh yang signifikansi pada *repurchase intention* pada

penguna produk hand and body vaseline di Pati. Hal tersebut bisa di simpulkan bahwa *electronic word of mouth* pada pembelian produk masih rendah, sehingga *repurchase intention* produk juga akan semakin rendah.

B. Saran

Berdasar pada hasil penelitian, pembahasan, serta kesimpulan yang dijabarkan sebelumnya, maka rekomendasi penulis untuk penelitian selanjutnya, di antaranya:

1. Penelitian ini mengkaji tentang *repurchase intention* yang menggunakan tiga variabel dependen, yaitu kualitas produk, *customer experience* dan ewom, Oleh sebab itu, peneliti selanjutnya di sarankan agar dapat memakai lebih banyak sumber atau referensi terkait agar hasil penelitian selanjutnya menjadi lebih baik dan lengkap
2. Penelitian ini bisa di kembangkan dengan memakai variabel lain yang bisa memberikan pengaruh *repurchase intention* secara spesifik. Penelitian ini mendapat nilai *R square* sebesar 72,3%. Sementara itu, faktor variabel lain yang tidak di teliti di penelitian ini mempengaruhi sebesar 28,7%