

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, terdapat beberapa hal penting yang perlu diperhatikan sebelum menarik simpulan, yaitu tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat pengaruh kualitas produk jeans Indonesia, persepsi konsumen terhadap produk Indonesia, dan citra merek terhadap merek ini. Tujuan selanjutnya adalah untuk mengetahui apakah kualitas produk jeans Indonesia, persepsi konsumen terhadap produk Indonesia, dan citra merek dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan *repurchase intention*.

Setelah melalui proses pengumpulan data dan analisis hasil studi dengan menggunakan analisis deskriptif dan *linier regresi* dalam *software* SPSS 15.0 for *Windows Evaluation Version* untuk masing-masing pengukuran, berikut ini adalah kesimpulan yang dapat ditarik secara berurutan sesuai dengan pertanyaan penelitian, yaitu:

1. Kualitas produk jeans Indonesia mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian kembali. Dengan demikian, semakin baik atau jeleknya kualitas jeans Indonesia, maka akan mempunyai pengaruh yang berbeda-beda pula terhadap *repurchase intention* konsumen. Hal ini dapat dilihat dari diterimanya hipotesa  $H_1$ .

2. Persepsi konsumen terhadap produk Indonesia mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian kembali. Dengan demikian, semakin baik persepsi konsumen terhadap produk Indonesia, maka akan mempunyai pengaruh yang baik pula terhadap *repurchase intention* konsumen. Hal ini dapat dilihat dari diterimanya hipotesa H<sub>2</sub>.
3. Citra merek dari produk jeans Lea mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian kembali. Dengan demikian, semakin baik Citra merek dari produk jeans Lea, maka akan mempunyai pengaruh yang baik pula terhadap *repurchase intention* konsumen. Hal ini dapat dilihat dari diterimanya hipotesa H<sub>3</sub>.

#### **B. Saran**

Saran yang dapat diberikan oleh penulis kepada PT. Lea Sanent sebagai salah satu industri jeans terbesar di Indonesia adalah:

1. Persaingan industri jeans sekarang saat ini sangat ketat sehingga perusahaan perlu menciptakan atau menjaga persepsi konsumen yang baik terhadap kualitas produk jeans Indonesia agar senantiasa baik dimata konsumen, sehingga konsumen jeans Lea tetap puas dan loyal, sehingga produk jeans Lea dari PT. Lea Sanent tetap menjadi pilihan konsumen dalam melakukan pembelian ulang kembali produk tersebut.
2. PT. Lea Sanent hendaknya memperhatikan dalam menciptakan citra merek yang baik bagi pemakai produk Lea karena citra merek sangat penting bagi perusahaan yang menawarkan produknya. Namun PT. Lea Sanent juga tidak

dapat mengesampingkan program pemasaran yang telah dijalankan oleh perusahaan. Jika dapat menciptakan citra merek yang baik, maka hal tersebut akan menciptakan *repurchase intention* terhadap pengguna produk Lea, dengan demikian pemasaran produk akan lebih efektif tanpa mengeluarkan biaya yang lebih banyak.

Untuk penelitian selanjutnya penulis menyarankan para peneliti lain untuk:

1. Untuk penelitian selanjutnya, perlu dipertimbangkan untuk melakukan penelitian tidak hanya di lingkungan Universitas Indonesia saja tetapi juga bisa dilakukan pada pengguna produk Lea diluar Universitas Indonesia, dengan demikian tingkat keberlakuan hasil penelitian bisa lebih besar.
2. Menambah objek penelitian, dalam hal ini bukan hanya produk Lea tetapi ditambahkan dengan merek produk jeans lainnya agar hasil penelitian *country of origin* dalam menimbulkan *repurchase intention* di dalam industri jeans akan lebih terlihat dengan jelas.
3. Lebih memperdalam teori-teori mengenai pengaruh negara asal (*country of origin*), citra merek, dan *repurchase intention* untuk lebih mendukung hasil penelitian dan mempermudah dalam menganalisis hasil penelitian.