BAB V
PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Pengujian hipotesis yang dilakukan mendapatkan hasil atau kesimpulan sebagai berikut.

1. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang Produk Hanasui.

2. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Produk Hanasui.

3. Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang Produk Hanasui.

4. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang yang di mediasi oleh Kepuasan Pelanggan Produk Hanasui.

5.2 Saran

1. Bagi Perusahaan

Semakin tinggi tingkat persaingan dalam bisnis khususnya di industri kosmetik, Hanasui perlu untuk mempertahankan kualitas yang ada bahkan terus meningkatkan kualitas produknya. Terutama formula serta kandungan dari suatu produk sangat dijadikan pertimbangan utama bagi pelanggan dalam melakukan pembelian produk kosmetik. Kemudian dari segi kualitas serta keunikan *packaging* juga menjadi sorotan bagi pelanggan, dikarenakan pelanggan tidak hanya menginkan manfaat, namun juga dari segi estetika produk. Hanasui juga dapat mempertahankan strateginya dengan menciptakan produk-produk yang *trendy*, mengingat persaingan bisnis kecantikan yang semakin ketat dan permintaan pasar yang semakin luas dan meningtkat. Hanasui dapat meningkatkan inovasi produknya seperti yang sudah

dilakukan dengan kandungan skincare dalam produknya, hal tersebut juga dapat dilakukan dengan penambahan *shades* warna, khususnya yang cocok bagi warna kulit Indonesia.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan bagi peneliti selanjutnya untuk menggunakan variabel lainnya dalam melakukan peneltian produk Hanasui. Dikarenakan dalam penelitian ini hanya menggunakan 3 variabel. Untuk peneliti selanjutnya dapat ditambahkan dengan seperti variabel Harga, Promosi, dan variabel lainnya hingga dapat menyempurnakan penelitian sebelumnya.

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN JAYA