BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan penjelasan dari bab sebelumnya, serta pembahasan yang disertai dengan teori dan konsep yang mendukung mengenai penelitian ini yang berjudul Peran *Brand Equity* Memedisi Pengaruh *Country Of Origin* Terhadap *Repurchase Intention* Produk Mascara Maybelline New York(Survey pada pengguna produk mascara Maybelline *New York* di kota bandung), maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut

1. Negara Asal atau Country of Origin yang didalamnya diukur melalui 3 indikator, yaitu country belief, people affect, dan desired interaction. Ketiga indikator tersebut memperoleh skor cukup tinggi dengan kategor cukup baik, cukup baik dan baik. Tanggapan pelanggan mengenai *country of origin* pada pengguna produk mascara Maybelline New York .masih tergolong cukup baik, Dari ketiga indikator tersebut *desired interaction* memperoleh skor yang paling tinggi dengan kategori baik. Hal ini menunjukkan pengetahuan mayoritas konsumen terhadap negara asal pembuat iphone yaitu Amerika memiliki layak untuk dikunjungi. Namun pada kedua indicator lainnya masih menunjukan nilai yang cukup baik yang menunjukan bahwa masih ada permasalahan dilapangan yang perlu diperbaiki kembali sesuai fenomena yang ada.

2. *repurchase intention* di ukur kedalam lima indikator yaitu, Kecenderungan untuk membeli merek yang sama, Tidak akan mempertimbangkan merek lain, Merek tersebut selalu menjadi pilihan pertama, Kesediaan membeli produk X sangat tinggi dan Memperkirakan untuk melakukan pembelian ulang dalam waktu dekat. Tanggapan pelanggan mengenai *repurchase intention* pada pengguna produk mascara Maybelline New York sudah tergolong baik, dari kelima indicator tersebut mendapat hasil Baik, Baik, Cukup Baik, Baik. meskipun sudah tergolong baik namun masih ada permasalahan dilapangan yang perlu diperbaiki kembali salah satunya berkaitan dengan pembelian ulang dalam waktu dekat.

3. *Brand equity* diukur kedalam empat indicator yaitu Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Persepsi Kualitas, Loyalitas Merek. Dari Tanggapan pelanggan mengenai *brand equity* pada pengguna produk mascara Maybelline New York sudah tergolong baik, dari kelima indicator tersebut didapatt hasil Baik, Baik, Baik, Baik, Baikmeskipun sudah tergolong baik namun masih ada permasalahan dilapangan yang perlu diperbaiki kembali salah satunya berkaitan dengan loyalitas merek.

4. *Brand equity* memediasi pengaruh *country of origin* terhadap *repurchase intention* produk mascara Maybelline *New York* dikalangan konsumen di Kota bandung dengan kontribusi sebesar tiga puluh koma nol persen untuk pengaruh langsung dari *country of origin* terhadap *repurchase intention* mencapai enam belas koma empat persen

sedangkan terhadap *brand equity* secara langsung sebesar empat puluh empat koma nol persen dan dari *brand equity* langsung terhadap *urchase intention* mencapai tiga puluh koma dua persen.

1.2 Saran

Setelah penulis memberikan kesimpulan dari hasil penelitian tentang peran *Brand Equity* memediasi pengruh *Country Of Origin* terhadap *Repurchase Intention* produk mascara Maybelline *new York* (study kasu pada pengguna produk mascara Maybelline *new York* di bandung), maka penulis akan memberikan beberapa saran yang dapat digunakan.

i. Country of Origin merupakan pandangan suatu produk kepada konsumen akan asal negara produk dibuat. Sebagian besar calon konsumen menganggap bahwa Amerika Serikat adalah negara yang maju, negara yang inovatif, negara yang memiliki prestise tinggi, tentu hal ini berkorelasi positif dengan apa yang dipersepsikan calon konsumen mengenai kualitas mascara itu sendiri, namun sebaliknya ada beberapa calon konsumen yang memang tidak menyukai negara Amerika Serikat tentu akan berpikir sebaliknya mengenai kualitas produk mascara. Oleh karena itu, akan lebih baik jika PT loreal sebagai produsen mascara maybelline memperkuat kualitas sebagai mascara yang berkualitas terlepas dari Country of Origin nya yakni negara Amerika Serikat sebagai negara asal mereknya karena tidak semua

calon konsumen di negara pasar produk maybelline merupakan negara yang mementingkan Country of Origin.

ii. Repurchase intention mengukur seberapa mengenai kemungkinan pembelian kembali konsumen. pembelian ulang produk mascara Maybelline sudah tergolong baik karena produk ini mempunyai citra negara yang cukup baik pula, namun tidak semua warga disuatu negara mengetahui dan memperdulikan negara asal produk sehingga di butuhkan factor lain yang akan menyebabkan produk dibelu ulang kembali oleh para konsumen.

iii. Brand equity merupakan nilai tambah yang diberikan kepada suatu produk. Brand equity pada produk mascara Maybelline sudah tergolong baik, Akan tetapi masih mempunyai beberapa masalah, maka akan lebih baik jika kedepannya PT.loreal sebagai produsen Maybelline lebih mementingkan loyalitas konsumenya.

iv. Peran Brand Equity Memediasi Pengaruh Country Of Origin Terhadap Repurchase Intention Produk Mascara Maybelline New York (Survey pada pengguna produk mascara Maybelline New York di Kota Bandung)dapat dikatakan besar pengaruh efek mediasinya. Namun akan lebih baik jika untuk penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan menggunakan sampel yang lebih pasti.