

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, analisis data, serta menganalisis pengaruh dari citra merek, *variety seeking* dan *electronic word of mouth* terhadap *brand switching* produk kosmetik lain ke produk kosmetik Wardah pada masyarakat di Kota Madiun, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand switching* produk kosmetik lain ke produk kosmetik Wardah pada masyarakat di Kota Madiun.
2. Variabel *variety seeking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand switching* produk kosmetik lain ke produk kosmetik Wardah pada masyarakat di Kota Madiun.
3. Variabel *electronic word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand switching* produk kosmetik lain ke produk kosmetik Wardah pada masyarakat di Kota Madiun.

B. Implikasi dan Saran

1. Implikasi

- a. Bagi Perusahaan

Penelitian ini menunjukkan pentingnya Wardah mempertahankan citra merek yang kuat dan terus mengembangkan variasi produk untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

- b. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan untuk dapat menambah pengetahuan dan pertimbangan dalam beralih merek produk kosmetik Wardah.

2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, diharapkan saran yang diberikan dapat menjadi pertimbangan bagi pihak terkait dalam melakukan inovasi untuk mempertahankan dan meningkatkan jumlah konsumen. Berikut adalah saran dari peneliti:

a. Pihak Perusahaan

Wardah diharapkan dapat mempertahankan dan meningkatkan citra merek, mengoptimalkan interaksi dengan konsumen melalui media sosial serta terus mengembangkan inovasi produk.

b. Konsumen atau Masyarakat

Bagi konsumen atau masyarakat perlu memanfaatkan informasi produk dari sumber terpercaya dan memakai produk lokal seperti Wardah untuk mendukung industri dalam negeri.

c. Akademis

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan meneliti dengan variabel-variabel lain diluar variabel dalam penelitian ini agar memperoleh hasil yang bervariasi dan dapat berpengaruh terhadap *brand switching*.