

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Banyaknya pengendara motor roda 2 (dua) di Indonesia ini masyarakat sudah sepatutnya membutuhkan produk-produk agar dapat melindungi tubuhnya saat berkendara. Respiro Ridingware sudah sejak lama hadir untuk memenuhi kebutuhan berkendara tersebut dengan mengeluarkan produk-produk *fashion riding* berdasarkan fungsi dan pengembangannya yang dikhususkan untuk konsumen dalam berkendara. Selain itu, Respiro Ridingware memiliki teknologi fabrikasi Piro-*Tex* (*Respiro Fabric Technology*) dikembangkan berdasarkan faktor iklim, pergerakan dan aktivitas manusia. Setiap Produk akan melalui tahap pengujian pada sisi keamanan, kenyamanan dan juga ergonomis pengguna. Pengujian tersebut didasari bahwa konsumen memiliki resiko yang tinggi dalam mengendarai motor. Oleh karena itu kebutuhan spesifik rider akan sisi-sisi tersebut menjadi prioritas Respiro Ridingware tanpa mengabaikan sisi *fashion*.

Maka dari itu peneliti memilih Respiro Ridingware untuk diteliti sebagai objek penelitian. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 152 responden dari konsumen Respiro Ridingware Madiun dengan teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. Teknik analisa data dalam penelitian ini menggunakan metode *Partial Least Square* (PLS) menggunakan aplikasi SmartPLS versi 4.1.0.4. *Partial Least Square* (PLS) sendiri yakni salah satu metode *Structural Equation Modeling* (SEM) yang berbasis komponen atau varian. Berdasarkan hasil dari olah data dan pengujian

hipotesis yang telah dilakukan di mana untuk menguji keempat hipotesis pada penelitian ini, yang meliputi pengaruh Reputasi merek terhadap *repurchase intention*, kualitas produk terhadap *repurchase intention*, harga terhadap *repurchase intention*, reputasi merek, kualitas produk, dan harga secara bersama-sama terhadap *repurchase intention*, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Reputasi Merek tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *Repurchase Intention* dari konsumen Respiro Ridingware Madiun. Kualitas Produk berpengaruh secara signifikan terhadap *Repurchase Intention* dari konsumen Respiro Ridingware Madiun. Harga berpengaruh secara signifikan terhadap *Repurchase Intention* dari konsumen Respiro Ridingware Madiun. Reputasi Merek, Kualitas Produk, dan Harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap *Repurchase Intention* dari konsumen Respiro Ridingware Madiun.

B. Implikasi dan Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang diperoleh, maka implikasi dan saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Implikasi

Pada hasil uji hipotesis ditunjukkan bahwa variabel Reputasi Merek tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *repurchase intention* dari konsumen. Hal ini berarti masih ada terdapat variabel lain yang mungkin akan memengaruhi *repurchase intention* dari konsumen.

2. Saran

a. Bagi Pemilik Usaha

Respiro Ridingware harus fokus pada dimensi responsif untuk meningkatkan *repurchase intention*. Untuk melakukan ini, Respiro Ridingware dapat meningkatkan kualitas layanan seperti menunjukkan perhatian dan kesabaran terhadap pelanggan, merespon, menyelesaikan, dan memproses keluhan pelanggan dengan cepat.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor lain yang dapat memengaruhi proses *repurchase intention*, misalnya faktor budaya, sosial, personal, dan psikologis konsumen. Peneliti selanjutnya juga dapat menggunakan metode lain dalam meneliti *repurchase intention* dan mengembangkan faktor-faktor yang memengaruhi tingkat penjualan Respiro Ridingware ataupun produk dan jasa dari perusahaan lainnya baik di bidang yang sama ataupun berbeda.

c. Konsumen

Diharapkan kepada para konsumen agar memperhatikan selalu reputasi merek, kualitas produk, dan harga yang akan dibeli terutama pada produk-produk khusus untuk berkendara. Setelah dilakukan penelitian ini hendaknya para konsumen mempunyai *repurchase intention* terhadap produk Respiro Ridingware karena produk ini sudah terbukti kualitasnya.