

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan dan pengujian yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas produk berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Bahwa kualitas produk *hand body* citra berada di kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas produk di benak konsumen, maka akan semakin baik loyalitas pelanggan pada produk *hand body* citra sehingga penjualan perusahaan juga akan meningkat.
2. Citra merek berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan *hand body* citra dan berada di kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik citra merek yang dibangun *hand body* citra di benak konsumen, maka semakin tinggi pula loyalitas pelanggan pada produk tersebut.
3. Promosi berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan *hand body* citra. Tanggapan mayoritas konsumen menunjukkan bahwa mereka perlu melakukan promosi yang baik. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik promosi yang dilakukan oleh perusahaan, maka akan semakin tinggi pula loyalitas pelanggan pada produk tersebut dan penjualan juga akan terus meningkat.

4. Harga berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan *hand body* citra. Hal ini menunjukkan bahwa semakin kompetitif harga yang ditawarkan, maka akan semakin baik pula loyalitas pelanggan pada produk tersebut.

B. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi Produsen *Hand Body* Citra

- a. Berdasarkan penelitian dari variabel kualitas produk pada *hand body* citra. Dimana dalam hal ini manajemen *hand body* citra disarankan untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan terus kualitas produknya sehingga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan *hand body* citra.
- b. Berdasarkan penelitian dari variabel citra merek pada *hand body* citra, dimana tanggapan konsumen mengenai citra merek dalam kategori baik, dalam hal ini manajemen *hand body* citra disarankan untuk lebih memberikan perhatian khusus terhadap citra merek, sehingga citra yang dibangun oleh *hand body* citra memiliki reputasi yang baik dan dapat meningkatkan loyalitas konsumen..
- c. Berdasarkan penelitian dari variabel promosi pada *hand body* citra, memiliki hasil yang positif sehingga disarankan agar manajemen *hand body* citra lebih memperhatikan dan

mempertahankan promosi yang saat ini dikatakan baik bagi konsumen untuk meningkatkan loyalitas pelanggan *hand body* citra.

- d. Berdasarkan penelitian dari variabel harga pada *hand body* citra, dimana dalam hal ini manajemen *hand body* citra harus selalu memperhatikan harga yang relatif lebih baik dan kompetitif. Karena harga merupakan faktor penentu utama permintaan pasar dan juga merupakan pendorong dalam mempengaruhi posisi persaingan. Pentingnya harga tergantung dengan sifat pembeli semakin tinggi tingkat kesesuaian harga produk yang ditawarkan perusahaan maka semakin tinggi loyalitas pelanggan.

2. Penelitian mendatang

- a. Penelitian yang akan datang dapat menambah atau mengganti variabel lain yang belum diteliti pada penelitian ini, seperti variabel inovasi produk, kesadaran merek, hal ini dikarenakan dalam penelitian ini kualitas produk, citra merek, promosi dan harga hanya mampu menjelaskan 75,1% variasi loyalitas pelanggan dan 24,9% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain.
- b. Penelitian yang akan datang dapat menggunakan jenis penelitian gabungan antara penelitian kuantitatif dan penelitian kualitatif.