

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan pada bab sebelumnya dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas Produk (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) produk Bening's *Skincare* di Batam. Ini terbukti dengan  $2,998 (t_{hitung}) > 1,984 (t_{tabel})$  dan nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05.
2. *Brand Trust* (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) produk Bening's *Skincare* di Batam. Ini terbukti dengan  $2,360 (t_{hitung}) > 1,984 (t_{tabel})$  dan nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05.
3. Kepuasan Pelanggan (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) produk Bening's *Skincare* di Batam. Ini terbukti dengan  $4,180 (t_{hitung}) > 1,984 (t_{tabel})$  dan nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05.
4. Kualitas Produk (X1), *Brand Trust* (X2) dan Kepuasan Pelanggan (X3) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) produk Bening's *Skincare* di Batam.

#### **5.2. Saran**

Beberapa saran yang bisa diberikan peneliti berdasarkan temuan dan pembahasan dalam penelitian ini, meliputi:

1. Bening's *Skincare* diharapkan untuk memperbarui dan meningkatkan proses produksi dengan fokus pada pengendalian kualitas. Ini termasuk implementasi praktik-praktik terbaik dalam industri perawatan kulit, seperti penggunaan bahan baku berkualitas tinggi, pengujian produk yang ketat, dan pemantauan proses produksi secara berkala.
2. Bening's *Skincare* diharapkan untuk meningkatkan komunikasi dengan pelanggan, khususnya terkait dengan keamanan produk. Bening's *Skincare* dapat melakukan ini dengan menawarkan informasi yang mudah dipahami dan mudah diperoleh tentang bahan-bahan yang digunakan dalam produk mereka, proses produksi, dan hasil pengujian keamanan. Hal ini dapat membantu membangun kembali kepercayaan pelanggan.
3. Bening's *Skincare* diharapkan untuk meluncurkan program atau inisiatif yang ditujukan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Ini bisa berupa program penghargaan untuk pelanggan setia, layanan pelanggan yang lebih responsif, atau survei pelanggan rutin untuk mengumpulkan *feedback* dan memperbaiki kekurangan.
4. Bening's *Skincare* diharapkan untuk memperbarui strategi pemasaran dan *branding* mereka untuk menekankan komitmen terhadap kualitas dan keamanan produk. Ini dapat mencakup perubahan dalam pesan-pesan yang disampaikan melalui kampanye pemasaran mereka, serta peningkatan dalam *branding* produk mereka untuk menunjukkan kualitas dan keamanan.

5. Untuk menghasilkan data yang lebih bervariasi, peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas variabel dan cakupan sampel untuk meningkatkan kualitas penelitian ini.