

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Dengan mengacu pada rangkaian pembahasan sebelumnya, simpulan akan dipaparkan dalam bentuk berikut:

1. Kepercayaan konsumen berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan cosmetic Pixy di Kota Batam.
2. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan cosmetic Pixy di Kota Batam.
3. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan cosmetic Pixy di Kota Batam.
4. Kepercayaan konsumen, kualitas produk dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan cosmetic Pixy di Kota Batam.

5.2 Saran

Hasil yang diperoleh dari riset ini, maka saran dapat dipresentasikan melalui uraian berikut:

1. Pixy perlu meningkatkan upaya untuk membangun dan juga memperkuat kepercayaan konsumen terhadap produk bedak wajah yang mereka pasarkan. Jika konsumen merasa percaya bahwa produk yang mereka pilih aman, efektif, dan memberikan hasil yang diinginkan, maka akan lebih cenderung untuk terus memilih produk Pixy. Kepercayaan yang terbentuk dapat meningkatkan tingkat loyalitas, di mana pelanggan akan tetap setia meskipun ada pilihan lain di pasar.

Oleh karena itu, Pixy perlu berkomitmen untuk menjaga kualitas, transparansi, dan pelayanan yang dapat mendukung peningkatan kepercayaan tersebut.

2. Pixy diwajibkan untuk melakukan perbaikan berkelanjutan terhadap kualitas produk bedak wajah yang telah dipasarkan, karena kualitas yang lebih baik akan meningkatkan loyalitas pelanggan. Untuk menciptakan loyalitas yang lebih kuat, pelanggan harus merasa bahwa mereka mendapatkan nilai yang sebanding dengan uang yang dikeluarkan. Oleh karena itu, peningkatan kualitas produk bukan hanya soal memperbaiki fungsi produk itu sendiri, tetapi juga tentang memastikan bahwa setiap elemen dari produk, seperti tekstur, daya tahan, dan kemasan, memenuhi standar tertinggi.
3. Pixy perlu fokus pada penguatan citra merek produk bedak wajah yang mereka tawarkan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. Citra merek yang positif penting dalam menciptakan ikatan emosional konsumen. Penguatan citra merek dapat dilakukan melalui berbagai strategi, seperti komunikasi yang jelas dan konsisten tentang nilai produk, kampanye pemasaran yang menarik, dan upaya untuk selalu relevan dengan tren dan kebutuhan konsumen. Ketika citra merek semakin kuat di mata konsumen, maka loyalitas pelanggan pun akan meningkat karena mereka merasa terhubung dengan merek tersebut.
4. Penelitian selanjutnya perlu mengembangkan ruang lingkup penelitian ini untuk mencakup berbagai faktor lain yang mungkin turut memengaruhi, sehingga hasilnya akan lebih mendalam dan dapat memberikan wawasan yang lebih kaya serta lebih menarik bagi perkembangan ilmu pengetahuan. Dengan memperluas penelitian ini, peneliti dapat memperoleh gambaran yang lebih komprehensif

mengenai faktor yang berperan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, penelitian yang lebih luas akan lebih berguna bagi pihak yang berkepentingan dalam strategi pemasaran dan pengembangan produk.