

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Dari analisis yang telah dipaparkan sebelumnya, dapat diketahui simpulan seperti yang tertera berikut:

1. Citra merek secara parsial berpengaruh positif dan signifikan loyalitas merek produk Scarlett.
2. Persepsi kualitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan loyalitas merek produk Scarlett.
3. *Social media influencer* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan loyalitas merek produk Scarlett.
4. Citra merek dan persepsi kualitas dan *social media influencer* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan loyalitas merek produk Scarlett.

#### **5.2 Saran**

Rangkaian hasil temuan yang dibahas sebelumnya menunjukkan berbagai saran seperti yang tertera di bawah ini:

1. Untuk meningkatkan suatu citra merek Scarlett, perusahaan perlu menjaga konsistensi kualitas produk dan pengalaman yang diberikan kepada konsumen. Setiap interaksi dengan konsumen, baik melalui produk maupun layanan, harus dirancang untuk memperkuat citra positif merek. Salah satu cara efektif adalah dengan menggunakan testimoni konsumen yang puas untuk menunjukkan kualitas dan keunggulan dari produk Scarlett. Selain itu, komunikasi yang jelas

mengenai nilai-nilai merek, seperti inovasi produk, dapat memperkuat citra merek di mata konsumen dan membantu menciptakan ikatan yang lebih dalam.

2. Untuk Scarlett, menjaga kualitas produk adalah hal yang sangat penting dalam membangun loyalitas merek. Produk yang selalu memenuhi harapan konsumen akan meningkatkan kepercayaan dan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, Scarlett harus memastikan bahwa setiap produk yang diluncurkan memiliki kualitas yang konsisten dan dapat memenuhi standar yang tinggi. Selain itu, transparansi mengenai bahan baku dan proses produksi produk dapat membantu memperkuat persepsi kualitas yang positif di mata konsumen, menjadikan mereka lebih yakin dan setia pada merek Scarlett.
3. *Influencer* memiliki suatu kekuatan untuk membentuk loyalitas terhadap merek. Untuk meningkatkan loyalitas merek, Scarlett dapat bekerja sama dengan para *influencer* yang memiliki audiens yang relevan dan kredibel. *Influencer* yang autentik dan juga mampu berbagi pengalaman positif secara personal dapat menciptakan hubungan yang lebih erat antara konsumen dan merek. Dengan menyampaikan pesan yang sesuai dengan nilai-nilai Scarlett, *influencer* dapat membantu meningkatkan keterlibatan konsumen dan, pada akhirnya, loyalitas terhadap produk Scarlett.
4. Penelitian yang akan datang sebaiknya memperluas area yang lebih luas untuk memberikan wawasan yang lebih komprehensif dan juga menarik. Dengan memperluas cakupan studi, peneliti dapat mengeksplorasi variabel atau faktor yang belum terungkap dalam penelitian sebelumnya, yang akan berpotensi memberikan hasil yang lebih beragam dan juga relevan. Hal ini juga dapat

membantu mengidentifikasi tren baru atau dinamika yang mungkin muncul di berbagai konteks atau lokasi, sehingga meningkatkan kualitas dan kedalaman temuan penelitian tersebut.