

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian terkait Pengaruh Citra Merek, Persepsi Kualitas, Harga, Promosi terhadap Loyalitas Konsumen Produk Kosmetik Merek *Make Over* adalah sebagai berikut.

Citra Merek, Persepsi Kualitas, Harga, Promosi berpengaruh terhadap Loyalitas Merek Kosmetik *Make Over* sebesar 83,5% dari hasil uji hipotesis yang telah dilakukan dapat ditunjukkan nilai $\text{sig } 000 \leq 0,05$ yang artinya H_0 ditolak dan H_a diterima dengan demikian secara simultan Citra Merek, Persepsi Kualitas, Harga, Promosi berpengaruh terhadap Loyalitas Merek Kosmetik *Make Over*.

5.2 Keterbatasan Penelitian

1. Keterbatasan penelitian ini salah satunya responden yang kurang beragam sebab sampel hanya diambil mahasiswa Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen sehingga tidak mengeneralisasi.
2. Kuesioner yang disebar dengan format *google form* sehingga peneliti tidak bisa menemani responden secara langsung saat mengisi kuesioner.

5.3 Implikasi Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan produk kosmetik *Make Over* dapat meningkatkan loyalitas konsumennya dengan memperbaiki kekurangan-kekurangannya seperti dengan mengeluarkan inovasi produk varian baru untuk kaum pria yang membutuhkan.

5.4 Saran

Ada beberapa saran yang ingin disampaikan dalam hasil penelitian ini yaitu seperti berikut.

1. Perlu adanya pengembangan teori pemasaran, serta jurnal-jurnal terdahulu baik nasional maupun internasional sehingga akan memperkaya hasanah pengetahuan mengenai pemasaran. Seperti teori pemasaran online yang saat ini sedang trend.
2. Bagi peneliti selanjutnya, sebaiknya menggunakan variabel mediasi sehingga akan diketahui pengaruhnya terhadap loyalitas konsumen. Selain itu peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah metode pengumpulan data bukan hanya melalui kuesioner saja namun juga bisa melalui wawancara atau observasi responden secara langsung sehingga hasil data yang didapatkan lebih spesifik dan akurat.
3. Sebaiknya perusahaan membuat inovasi produk baru untuk pria agar setiap orang bisa memakai produk make over.

