

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penjabaran secara metode penelitian dan pembahasan serta hasil uji analisis data pada SPSS 25, dapat ditarik kesimpulan hasil dan pembahasan diatas pada skripsi Pengaruh Pemasaran Media Sosial TikTok, Kualitas Produk, dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen (Studi pada Pengguna Scarlett Whitening di Surabaya) yaitu:

1. Pengaruh Pemasaran Melalui TikTok, kualitas produk dan kepuasan konsumen menunjukkan bahwa pemasaran melalui *platform* TikTok (X_1), serta kualitas produk (X_2) yang diberikan dan kepuasan yang dirasakan oleh konsumen (X_3) secara simultan (uji F) memiliki dampak yang signifikan terhadap peningkatan loyalitas konsumen (Y).
2. Dari hasil uji olah data melalui SPSS 25 hasil analisis secara parsial (Uji t) dapat disimpulkan sebagai berikut:
 - a. Pemasaran media sosial TikTok secara parsial (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen pengguna Scarlett Whitening di Kota Surabaya Jawa Timur.
 - b. Kualitas produk (X_2) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen pengguna Scarlett Whitening di Kota Surabaya Jawa Timur.

- c. Kepuasan konsumen (X_3) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen pengguna Scarlett Whitening di Kota Surabaya Jawa Timur.
3. Perusahaan seperti Scarlett Whitening dapat mempertimbangkan untuk terus mengoptimalkan pemasaran melalui TikTok sebagai alat efektif untuk mempertahankan *base* konsumen dan menarik pelanggan baru. Selain itu, menjaga kualitas produk dan memperhatikan kepuasan konsumen harus menjadi fokus utama dalam strategi pemasaran mereka. Dalam rangka mempertahankan loyalitas konsumen, integrasi strategi pemasaran melalui media sosial, menjaga dan meningkatkan kualitas produk, serta memaksimalkan kepuasan konsumen menjadi faktor utama yang harus diperhatikan oleh Scarlett Whitening atau merek sejenisnya dalam menjaga hubungan yang kuat dengan konsumen mereka.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah dijelaskan maka peneliti ingin menyampaikan beberapa saran yaitu sebagai berikut:

- a. Hasil penelitian yang membuktikan bahwa Pemasaran Media Sosial TikTok, Kualitas Produk, dan Kepuasan Konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen. Maka diharapkan Scarlett Whitening untuk tetap menjaga kualitas produknya, pentingnya pemasaran di platform media sosial, memerhatikan kualitas sebuah produk yang akan dikeluarkan, dan menerima *feedback* serta kritik saran dari konsumen akan membangun hubungan erat antara merek dan konsumen.

- b. Bagi manajemen Scarlett Whitening disarankan dapat menyajikan konten-konten yang lebih kreatif, relevan, dan menghibur yang nantinya akan membantu Scarlett Whitening mempertahankan dan menarik konsumen baru. Dengan terbuktinya bahwa pemasaran media sosial TikTok, Kualitas Produk, dan Kepuasan Konsumen berpengaruh signifikan Loyalitas Konsumen sehingga disarankan Scarlett Whitening untuk terus memperbaiki dan mempertahankan standar kualitas produk adalah kunci utama dalam mempertahankan kepercayaan konsumen. Pelanggan loyal seperti konsumen Scarlett Whitening akan lebih cenderung bertahan jika produk- produk yang mereka beli berkualitas tinggi dan konsisten. Scarlett Whitening juga dapat program penghargaan atau insentif dengan mempertimbangkan program loyalitas atau insentif bagi konsumen setia dapat menjadi cara yang efektif untuk meningkatkan tingkat loyalitas. Ini dapat berupa diskon, hadiah, atau keuntungan khusus bagi pelanggan yang konsisten dalam membeli produk Scarlett Whitening.
- c. Bagi peneliti lain yang akan emulai penelitian dengan topik yang sama dapat membedakan dalam segi variabel sehingga semua aspek yang mempengaruhi loyalitas konsumen dapat dijelaskan secara jelas dan detail demi keberlangsungan sebuah *brand* atau perusahaan.