

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari data yang telah dibahas pada penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa:

1. Variabel Citra Merek dan Kepercayaan Merek secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Merek Lipstik Wardah pada pelanggan di Surabaya. Dengan demikian maka hipotesis penelitian diterima.
2. Variabel Citra Merek secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Merek Lipstik Wardah pada pelanggan di Surabaya.
3. Variabel Kepercayaan Merek secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Merek Lipstik Wardah pada pelanggan di Surabaya.

5.2 Saran

Dari hasil penelitian secara keseluruhan dan kesimpulan diatas, saran yang dapat diberikan yaitu sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan
 - a. Dalam penelitian ini variabel Citra Merek khusus ketahanan produk saat diaplikasikan, serta hasil dari analisis Loyalitas Merek para pelanggan masih memiliki loyalitas yang relatif rendah khususnya indikator menjadikan suatu merek tertentu menjadi pilihan utama, setia pada merek, dan tidak memakai merek lain walaupun ada produk yang sama. Sehingga diperlukan upaya bagi

perusahaan untuk meningkatkan kualitas produk sehingga daya tahan produk yang diaplikasikan lebih tahan lama dan konsumen akan loyal terhadap produk Lipstik Wardah.

- b. Dalam penelitian ini variabel Kepercayaan Merek terdiri atas indikator kepuasan, nilai (*value*), *security*, dan *trust*. Diharapkan perusahaan dapat terus menjaga kepercayaan konsumen agar konsumen tidak kecewa saat menggunakan produk lipstik Wardah.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil pada penelitian ini peneliti hanya mengkaji pengaruh secara langsung Citra Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas merek. Penelitian yang akan datang diharapkan mengkaji beberapa determinan yang membentuk Kepercayaan Merek seperti karakteristik merek, karakteristik perusahaan serta karakteristik hubungan pelanggan-merek agar memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif.