

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan data yang telah dijelaskan dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa :

1. Brand image berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen produk kecantikan Wardah pada Mahasiswa FISIP Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
2. Brand awareness berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen produk kecantikan Wardah pada Mahasiswa FISIP Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
3. Brand trust berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen produk kecantikan Wardah pada Mahasiswa FISIP Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
4. Brand image berpengaruh signifikan terhadap brand loyalty pelanggan produk kecantikan Wardah pada Mahasiswa FISIP Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
5. Brand awareness berpengaruh signifikan terhadap brand loyalty pelanggan produk kecantikan Wardah pada Mahasiswa FISIP Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
6. Brand trust berpengaruh signifikan terhadap brand loyalty pelanggan produk kecantikan Wardah pada Mahasiswa FISIP Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
7. Kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap brand loyalty pelanggan produk kecantikan Wardah pada Mahasiswa FISIP Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
8. Brand image berpengaruh signifikan terhadap brand loyalty pelanggan melalui kepuasan konsumen sebagai variabel intervening produk kecantikan Wardah pada Mahasiswa FISIP Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

9. Brand awareness berpengaruh signifikan terhadap brand loyalty pelanggan melalui kepuasan konsumen sebagai variabel intervening produk kecantikan Wardah pada Mahasiswa FISIP Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
10. Brand trust berpengaruh signifikan terhadap brand loyalty pelanggan melalui kepuasan konsumen sebagai variabel intervening produk kecantikan Wardah pada Mahasiswa FISIP Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

#### **4.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian diatas, Adapun saran yang dapat diberikan yaitu sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat menjadi acuan bagi Perusahaan dalam meningkatkan citra merek, kesadaran merek, dan kepercayaan merek terhadap produk kecantikan Wardah yang berdampak pada loyalitas merek, sehingga mampu membuat konsumen merasa puas dengan produk Wardah, dimana hal ini mampu memberikan keuntungan, yaitu produk kecantikan Wardah banyak diminati oleh konsumen karena citra positif yang mereka miliki.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti berikutnya diharapkan dapat lebih mempersiapkan diri dengan baik dalam tahap pengambilan dan pengumpulan data serta aspek-aspek lainnya agar pelaksanaan penelitian dapat lebih optimal. Peneliti selanjutnya juga diharapkan dapat menggunakan hasil dari penelitian ini sebagai referensi dan dasar untuk penelitian selanjutnya dengan mempertimbangkan variabel lain, yang dapat menghasilkan beragam temuan yang berpengaruh pada loyalitas konsumen.