

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari uji analisis yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa :

1. *Brand Image* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Viva Cosmetics memiliki nilai sebesar 0,353 dengan nilai *p-values* sebesar 0,000.
2. *Brand Image* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Viva Cosmetics memiliki nilai sebesar 0,269 dengan nilai *p-values* sebesar 0,000.
3. *Customer Relationship Management* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Viva Cosmetics memiliki nilai sebesar 0,532 dengan nilai *p-values* sebesar 0,000.
4. *Customer Relationship Management* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Viva Cosmetics memiliki nilai sebesar 0,187 dengan nilai *p-values* sebesar 0,011.
5. Kepuasan Pelanggan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Viva Cosmetics memiliki nilai sebesar 0,430 dengan nilai *p-values* sebesar 0,000.
6. Secara tidak langsung *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan Viva Cosmetics memiliki nilai sebesar 0,152 dengan nilai *p-values* sebesar 0,000.

7. Secara tidak langsung *Customer Relationship Management* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan Viva Cosmetics memiliki nilai sebesar 0,229 dengan nilai *p-values* sebesar 0,000.

Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa semakin baik *brand image* dan *customer relationship management* maka akan meningkatkan loyalitas pelanggan serta terciptanya suatu kepuasan pelanggan.

## 5.2 Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian ini, dapat dikemukakan beberapa saranyang dapat dipertimbangkan atau dimanfaatkan sebagai bahan dalam pengambilan keputusan sebagai berikut :

1. Saat ini industri kosmetik sangat beragam, hal ini menunjukkan bahwa banyak pesaing yang sejenis dalam industri kosmetik seperti Viva Cosmetics. Maka dari itu perusahaan harus lebih memperhatikan *brand image* yang dirasa sangat penting dalam menamkan citra atau *image* perusahaan yang baik di dalam benak konsumen. Tentunya dengan meningkatkan keunggulan merek (*favorability*) yang dimiliki oleh Viva Cosmetics sehingga produk tersebut akan lebih unggul dalam persaingan. Serta memiliki keunggulan yang tidak dapat ditemukan pada merek lainnya. Juga melakukan inovasi produk yang akan menguntungkan bagi perusahaan karena produknya akan diminati dan mudah untuk diingat konsumen.
2. Dalam menjaga hubungan dengan pelanggannya, Viva Cosmetics sangat penting untuk memperhatikan hubungan dengan pelanggannya agar terjalin

hubungan yang baik antara perusahaan dengan konsumennya. Viva Cosmetics harus lebih memperhatikan customer relationship management yakni mengidentifikasi pelanggan sebagai langkah perusahaan untuk menumbuhkan sebuah relasi dengan pelanggan sehingga perusahaan dapat mengenal pelanggan dan mengetahui kebutuhan serta keinginan pelanggan. Maka dari itu, perusahaan lebih meningkatkan pelayanan yang baik kepada pelanggan sehingga akan terjalin hubungan relasi yang baik antara perusahaan dengan pelanggannya dalam jangka waktu yang panjang.

3. Dalam menjaga kepuasan pelanggan Viva Cosmetics, perusahaan dalam memberikan kepuasan bagi pelanggannya harus lebih diperhatikan yaitu dengan memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sesuai dengan harapannya. Sehingga kepuasan akan tercipta berdasarkan ekspektasi pelanggan dengan kinerja atau hasil yang diberikan perusahaan. Diharapkan perusahaan dapat menciptakan suatu kepuasan setiap saat terhadap pelanggan.
4. Dalam menjaga loyalitas pelanggan Viva Cosmetics, perusahaan hendaknya meningkatkan kinerja faktor-faktor yang membentuk kepuasan pelanggan sehingga nantinya akan semakin meningkatkan loyalitas pelanggan. Apabila konsumen merasa puas terhadap produk tersebut maka akan timbul rasa untuk melakukan pembelian ulang sehingga akan terciptanya rasa loyalitas pelanggan terhadap produk tersebut.