BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan analisis PLS untuk menguji pengaruh variabel dalam penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini menunjukkan *brand image* memberikan kontribusi terhadap *customer loyalty* produk lipstik Wardah di Kota Surabaya. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin baik *brand image* yang dimiliki oleh suatu produk, maka semakin baik juga tingkatan *customer loyalty* suatu pelanggan.
2. Hasil penelitiann ini menunjukkan *perceived value* memberikan kontribusi terhadap *customer loyalty* produk lipstik Wardah di Kota Surabaya. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin besar nilai yang dirasakan konsumen, maka semakin besar juga peluang konsumen dalam meningkatkan loyalitasnya.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, dikemukakan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan dan dimanfaatkan sebagai bahan dalam pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Bagi pihak Wardah diharapkan untuk mempertahankan atau bahkan meningkatkan *brand image* yang sudah dibangun, terutama dalam citranya sebagai pencetus kosmetik halal di Indonesia, sehingga dapat menjadi salah satu pertimbangan utama konsumen ketika ingin bertahan pada produk tersebut atau tidak.
2. Bagi pihak Wardah diharapkan untuk memperhatikan *perceived value* produk lipstiknya, terutama pada kualitas yang ditawarkan harus sesuai dengan nilai harga. Hal tersebut dikarenakan konsumen cenderung memilih dan bertahan pada produk yang memiliki kualitas dan manfaat yang setara dengan harga yang diberikan.
3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan melakukan penelitian terhadap produk lipstik Wardah dengan variabel yang berbeda yang dapat mempengaruhi serta memberikan kontribusi terhadap *customer loyalty*. Peneliti selanjutnya juga dapat memperluas populasi dan memperbanyak jumlah sampel agar penelitian dapat mencakup wilayah yang lebih luas dan menyeluruh.