

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pengujian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas produk terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Dove di Kota Surabaya. Konsumen cenderung setia terhadap produk yang mampu memberikan manfaat sesuai ekspektasi mereka, seperti kelembutan, keamanan bagi kulit, dan daya tahan produk yang baik.
2. *Brand image* juga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. *Brand image* Dove yang kuat, terutama melalui kampanye yang menekankan pada nilai keaslian, keberagaman, dan kecantikan alami, mampu menciptakan keterikatan emosional dengan pelanggan.
3. *Packaging* memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Desain kemasan yang menarik, fungsional, serta memberikan rasa aman kepada pelanggannya berkontribusi terhadap kenyamanan konsumen dan menumbuhkan persepsi positif yang berdampak pada kesetiaan terhadap merek.

5.2 Saran

Adapun saran dari penelitian ini, guna pengetahuan dan pengembangan penelitian selanjutnya adalah :

1. Dove disarankan untuk terus mempertahankan dan meningkatkan daya tahan produknya agar tetap efektif digunakan dalam jangka waktu lama. Hal ini penting untuk memenuhi ekspektasi konsumen yang menginginkan produk yang awet dan berkualitas tinggi, serta menciptakan pengalaman penggunaan yang konsisten dari waktu ke waktu.
2. Dove perlu memperkuat citra pemakai sebagai individu yang peduli terhadap kesehatan kulit, percaya diri, dan menjunjung kecantikan alami. Strategi komunikasi merek seperti kampanye sosial dan iklan dapat diarahkan untuk menegaskan identitas positif ini, sehingga konsumen merasa bangga menjadi pengguna Dove.
3. Dove disarankan untuk terus mengembangkan kemasan yang mampu melindungi isi produk secara maksimal, seperti kemasan *refill* yang tidak mudah bocor, tumpah, maupun terkontaminasi. Perlindungan ini akan meningkatkan rasa aman bagi konsumen dan menjadi faktor penting dalam mempertahankan loyalitas pelanggan.