

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Temuan penelitian ini mengindikasikan bahwa loyalitas pelanggan produk Glad2Glow secara signifikan dipengaruhi oleh tiga variabel utama, yaitu Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk. Hasil pengujian parsial menunjukkan bahwa citra merek dan harga berpengaruh positif serta signifikan terhadap loyalitas pelanggan, sedangkan kualitas produk tidak berpengaruh signifikan. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun kualitas produk penting dalam membentuk kepuasan, namun dalam konteks Glad2Glow, citra merek yang kuat serta harga yang sesuai dengan daya beli konsumen memiliki peranan yang lebih besar dalam membangun loyalitas.

Dengan demikian, keberhasilan Glad2Glow dalam menarik dan mempertahankan pelanggan lebih banyak ditentukan oleh bagaimana perusahaan membangun citra merek yang positif dan menawarkan harga kompetitif yang sejalan dengan ekspektasi konsumen. Walaupun kualitas produk belum terbukti secara signifikan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, faktor ini tetap harus diperhatikan agar tidak menurunkan persepsi konsumen terhadap merek.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, Glad2Glow disarankan untuk terus memperkuat citra merek melalui strategi pemasaran digital yang konsisten, kolaborasi dengan influencer, serta menjaga interaksi positif dengan konsumen di media sosial. Selain itu, hasil penelitian menunjukkan bahwa harga merupakan variabel yang dominan dalam memengaruhi loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, perusahaan perlu menjaga strategi harga yang kompetitif dan terjangkau, namun tetap mencerminkan kualitas produk yang baik. Strategi promosi harga seperti potongan harga musiman, bundling produk, atau program loyalitas dapat digunakan untuk mempertahankan pelanggan lama sekaligus menarik pelanggan baru.

Sementara itu, hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini menjadi perhatian bagi perusahaan agar lebih meningkatkan aspek inovasi produk, baik dari segi formula, efektivitas, maupun desain kemasan, sehingga konsumen dapat merasakan perbedaan yang lebih nyata dibandingkan produk kompetitor. Peningkatan kualitas yang berkesinambungan diharapkan dapat memperkuat citra merek yang telah terbentuk dan menjadikan kualitas produk sebagai faktor pendukung utama loyalitas pelanggan di masa mendatang.

Selain itu, penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel lain seperti promosi, kepercayaan, atau kepuasan pelanggan, serta memperluas

objek penelitian pada konsumen di luar *followers* Instagram, misalnya pembeli di marketplace atau toko offline, sehingga hasil penelitian dapat lebih komprehensif dan representatif. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa citra merek dan harga menjadi faktor dominan dalam membentuk loyalitas pelanggan Glad2Glow, sementara kualitas produk tetap penting sebagai penunjang daya saing jangka panjang.