

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Mengacu pada serangkaian analisis data dan pengujian yang telah dilaksanakan, studi ini merumuskan beberapa simpulan pokok sebagai berikut:

1. Pengujian secara serentak (simultan) membuktikan bahwa Kualitas Produk (X1), Citra Merek (X2), serta Kepercayaan Konsumen (X3) memberikan dampak yang nyata terhadap Loyalitas Konsumen (Y) pada produk Foundation Make Over.
2. Secara individual (parsial), faktor Kualitas Produk (X1) terbukti memiliki kontribusi yang bermakna dalam menentukan tingkat Loyalitas Konsumen (Y) Foundation Make Over.
3. Evaluasi terpisah menunjukkan bahwa variabel Citra Merek (X2) juga menyumbang pengaruh yang positif dan signifikan atas terciptanya Loyalitas Konsumen (Y).
4. Sebaliknya, pengujian secara mandiri untuk variabel Kepercayaan Konsumen (X3) mengonfirmasi bahwa elemen ini tidak memberikan dampak yang krusial atau signifikan terhadap Loyalitas Konsumen (Y) pada jenama tersebut

## 5.2 Saran

Berdasarkan temuan penelitian, manajemen perusahaan perlu memberikan atensi khusus pada penguatan loyalitas konsumen. Adanya nilai konstanta yang bernilai negatif mengindikasikan bahwa tanpa dukungan optimal dari variabel-variabel independen, loyalitas konsumen terhadap produk *Foundation Make Over* berpotensi mengalami penurunan.

Selain itu, mengingat variabel Kepuasan Konsumen menunjukkan hasil yang tidak signifikan dalam memengaruhi loyalitas, pihak PT Paragon Technology and Innovation disarankan untuk melakukan evaluasi mendalam terhadap indikator-indikator penyusun kepuasan yang masih memiliki skor persepsi rendah. Perbaikan pada aspek-aspek tersebut diharapkan dapat mentransformasi kepuasan menjadi faktor pendorong loyalitas yang lebih kuat di masa depan.