

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pada keseluruhan rangkaian analisis serta pembahasan empiris yang telah diuraikan, dapat disarikan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas Produk, Citra Merek, dan Kepuasan Konsumen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen Masker Wajah Skintific Mugwort Anti Pores & Acne Clay Mask di Kota Surabaya. Dengan demikian hipotesis pertama penelitian diterima.
2. Kualitas Produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen Masker Wajah Skintific Mugwort Anti Pores & Acne Clay Mask di Kota Surabaya. Dengan demikian hipotesis kedua penelitian diterima.
3. Citra Merek secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen Masker Wajah Skintific Mugwort Anti Pores & Acne Clay Mask di Kota Surabaya. Dengan demikian hipotesis ketiga penelitian diterima.
4. Kepuasan Konsumen secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen Masker Wajah Skintific Mugwort Anti Pores & Acne Clay Mask di Kota Surabaya. Kepuasan Konsumen merupakan variabel yang memiliki pengaruh paling dominan dibandingkan variabel lainnya. Dengan demikian hipotesis keempat penelitian diterima.

Secara keseluruhan, keempat simpulan ini memberikan konfirmasi bahwa loyalitas konsumen terhadap Skintific merupakan hasil sintesis dari kualitas produk yang mumpuni, reputasi merek yang terjaga, serta tingkat kepuasan yang tinggi dari para penggunanya.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti Selanjutnya

Guna memperkaya literatur dan pendalaman teoretis, peneliti berikutnya diharapkan mampu melakukan eksaminasi yang lebih mendalam terhadap variabel-variabel yang telah diuji. Disarankan pula untuk mengintegrasikan variabel eksogen lain yang belum terakomodasi dalam model ini, seperti Kepercayaan Merek (*Brand Trust*), struktur harga, *Electronic Word-of-Mouth* (E-WOM), maupun proses pengambilan keputusan pembelian guna mendapatkan perspektif yang lebih multidimensional. Lebih lanjut, perluasan cakupan geografis penelitian di luar wilayah Kota Surabaya sangat dianjurkan agar diperoleh generalisasi data yang lebih luas, variatif, dan representatif dalam memetakan dinamika loyalitas konsumen pada industri perawatan kulit secara komprehensif.