

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data dan pembahasan yang telah dilakukan, maka disimpulkan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada produk *Scarlett Whitening* di Bandar Lampung. Hal ini dilihat dari nilai *P-Value* 0.000 yang lebih kecil dari nilai signifikan yaitu 5%. Dengan nilai pengaruh 0,485.
2. *Brand Image* berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada produk *Scarlett Whitening* di Bandar Lampung. Hal ini dibuktikan dari nilai *P-Value* 0,000 yang lebih kecil dari nilai yaitu signifikan 5%. Dengan nilai pengaruh 0,407.
3. Kepuasan Pelanggan dan *Brand Image* berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada produk *Scarlett Whitening* di Bandar Lampung dengan pengaruh 0,892.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka penulis akan memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan bisa mengembangkan penelitian ini menjadi lebih bervariasi seperti menambahkan variabel mediasi atau *intervening* untuk menambah variasi penelitian terkait dan disarankan untuk menambah jumlah responden agar penelitian mendapatkan hasil yang lebih relevan dibandingkan penelitian ini.

2. Bagi *Scarlett Whitening*

Scarlett Whitening harus dapat mempertahankan *ingredients* yang sudah ada, menjadikan artis atau tokoh publik yang banyak digemari konsumen untuk mempengaruhi konsumen agar tetap menggunakan produk *Scarlett Whitening*, menyediakan semua produk-produk *Scarlett Whitening* di semua toko *offline* maupun *online* agar memudahkan konsumen mencari produk *Scarlett Whitening*, *Scarlett Whitening* perlu mempertahankan kualitas produk dan kualitas produk dan menjadikan tokoh publik yang banyak digemari konsumen untuk mengajak dan memberikan *review* yang baik agar konsumen tetap menggunakan produk secara teratur, perlu meningkatkan kualitas produk dan menyediakan produk di setiap *beauty store* agar konsumen tidak kesulitan mencari produk dan tidak membeli produk lain.