

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan konsumen sebagai mediasi. Penelitian ini juga bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan, dan telah dikemukakan dalam penelitian sebelumnya. Namun, hasil analisis data menunjukkan temuan yang menarik dan cukup mengejutkan, yang memberikan wawasan penting dalam pemahaman kita terhadap fenomena ini

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dapat disampaikan beberapa kesimpulan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Citra merek tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna produk Skintific di Kota Padang.
2. Kualitas produk berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna produk Skintific di Kota Padang.
3. Citra merek berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada pengguna produk Skintific di Kota Padang.
4. Kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada pengguna produk Skintific di Kota Padang.
5. Kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna produk Skintific di Kota Padang.
6. Kepuasan konsumen memediasi hubungan antara citra merek dan loyalitas

pelanggan pada pengguna produk Skintific di Kota Padang.

7. Kepuasan konsumen memediasi hubungan antara kualitas produk dan loyalitas pelanggan pada pengguna produk Skintific di Kota Padang.

5.2 Implikasi Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pedoman dan masukan bagi Perusahaan produk Skintific di Kota Padang dan juga menjadi pedoman untuk penelitian selanjutnya. Dan diharapkan Hasil Penelitian ini dapat bermanfaat dan juga berguna sebagai referensi dalam ilmu manajemen pemasaran, khususnya yang berkaitan dengan Citra merek, Kualitas produk, Loyalitas pelanggan dan Kepuasan Konsumen.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan pengguna produk Skintific di Kota Padang masuk kedalam kategori cukup baik. Meskipun demikian, masih dipandang perlu untuk ditingkatkan dimasa yang akan datang menjadi kategori sangat baik.

Upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan pada pengguna produk Skintific di Kota Padang, sebagaimana dijelaskan diatas dapat dilakukan dengan cara meningkatkan kepuasan konsumen. Hal ini disebabkan karena hasil penelitian ini secara empiris telah membuktikan bahwa variabel kepuasan konsumen merupakan variabel penting yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan pada pengguna produk Skintific di Kota Padang.

Upaya meningkatkan kepuasan konsumen sebagaimana yang dijelaskan diatas adalah dengan cara memperhatikan item pernyataan yang memiliki skor rata-rata masih rendah dimana:

1. Perusahaan Skintific di Kota Padang hendaknya meningkatkan produk Skintific agar dapat melebihi harapan konsumen.

Hal lain yang harus diperhatikan oleh produk Skintific di Kota Padang dalam upaya meningkatkan kepuasan konsumen adalah memperhatikan atau meningkatkan citra merek dan kualitas produk. Hal ini disebabkan karena hasil penelitian ini telah membuktikan bahwa citra merek dan kualitas produk, sama-sama memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen. Hal-hal yang harus diperhatikan dalam rangka memperbaiki citra merek dan kualitas produk adalah dengan memperhatikan skor rata-rata item pernyataan yang masih rendah, dimana:

1. Perusahaan produk Skintific di Kota Padang hendaknya lebih meningkatkan produknya supaya pengguna produk Skintific di Kota Padang selalu membeli produk Skintific.
2. Perusahaan produk Skintific di Kota Padang hendaknya meningkatkan keamanan produk sehingga bebas dari efek samping penggunaan produk.

5.3 Keterbatasan dan Saran

Berdasarkan kesimpulan dan implikasi penelitian yang telah disampaikan sebelumnya, maka berikut ini dapat dikemukakan saran dan keterbatasan dalam penelitian ini:

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada pengguna produk Skintific di Kota Padang, sehingga hasil penelitian ini belum dapat berlaku sama pada pengguna produk Skintific di daerah lainnya. Dengan demikian disarankan bagi penelitian yang akan datang dapat mengujikan model penelitian ini pada produk Skintific atau produk *skincare* lain di daerah-daerah lainnya.
2. Penelitian ini hanya menggunakan tiga variabel yang mempengaruhi loyalitas pelanggan yaitu citra merek, kualitas produk, dan kepuasan konsumen, sehingga variabel-variabel lain yang berpotensi mempengaruhi loyalitas pelanggan seperti *social media marketing* dan *influencer endorsement* masih terabaikan. Dengan demikian, bagi peneliti yang akan datang hendaknya menambahkan variabel-variabel lain tersebut kedalam model penelitiannya .
3. Penelitian ini hanya menggunakan sebanyak 106 orang responden. Dengan demikian, disarankan bagi peneliti yang akan datang agar menggunakan jumlah responden yang lebih banyak lagi.

Daftar Pustaka

- Agiesta, W., Sajidin, A., & Perwito. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan KA Lokal Bandung Raya. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(1), 1653.
- Al Aliyah, H., & Istiyanto, B. (2022). kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga dan Brand Image Terhadap Kepuasan Pelanggan Minuman Noni Juice Boyolali. *Jurnal Sinar Manajemen*, 09(01), 130–135.
- Anisah, D. S., & Nurfarida, I. N. (2018). Kepuasan pelanggan sebagai mediasi pengaruh brand image terhadap loyalitas pelanggan. *Management and Business Review*, 2(2), 123–131. <https://doi.org/10.21067/mbr.v2i2.3228>
- Apriliani, R. A. E. (2019). Pengaruh Brand Trust, Brand Equity dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Teh Botol Sosro di Wonosobo). *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat UNSIQ*, 6(2), 112–121. <https://doi.org/10.32699/ppkm.v6i2.687>
- Arikunto, A. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. PT. Rineka Cipta.
- Dewi, I. R., Jeges Michel, R., & Anggun Puspitarini, D. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Dengan Mediasi Kepuasan Pelanggan Pada Toko Prima Freshmart Cirebon. *Jurnal Maneksi*, 11(1), 314–321.
- Dewi, L. K., & Budiarti, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Queenstreetstore Anindhyta Budiarti Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya arus modernisasi yang ada di Surabaya bahkan dipenjuru dunia . Fashion meliputi beberapa secara cepat menu. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10(5), 1–19.
- Dharmmesta, & Handoko. (2014). *Manajemen Pemasaran*. BPFE.
- Fiqihtha, E., Kuraesin, E., & Muniroh, L. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Brand Image Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Manager: Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(3), 376. <https://doi.org/10.32832/manager.v2i3.3713>
- Griffin, & herres. (2002). *Customer Loyalty: How to Earn It, How to Keep It*.
- Gultom, D. K., Arif, M., & Muhammad Fahmi. (2020). Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan Dedek. *MANEGGGIO: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(2), 273–282. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/MANEGGIO>
- Gunardi, C. G., & Erdiansyah, R. (2019). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Mangkok Ku. *Prologia*, 3(2), 456. <https://doi.org/10.24912/pr.v3i2.6387>

- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective (7th ed.)*. New Jersey: Pearson Education.
- Hurriyati, R. (2015). Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen. In *Alfabeta*. alfabeta.
<http://dx.doi.org/10.1080/01443410.2015.1044943>[Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.sbspro.2010.03.581](http://dx.doi.org/10.1016/j.sbspro.2010.03.581)[Ahttps://publications.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/2547ebf4-bd21-46e8-88e9-f53c1b3b927f/language-en](https://publications.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/2547ebf4-bd21-46e8-88e9-f53c1b3b927f/language-en)[Ahttp://europa.eu/](http://europa.eu/)[Ahttp://www.leg.st](http://www.leg.st)
- Kotler. (2003). *manajemen pemasaran* (Edisi Kese). PT.Indeks Gramedia.
- Kotler, & Keller. (2017). *manajemen pemasaran* (Edisi 12). PT.Indeks Gramedia.
- Kotler, P. (1999). Kotler on Marketing. In *Syria Studies* (Vol. 7, Issue 1). simon and schuter.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *manajemen pemasaran* (B. Molan (ed.); 13th ed.). PT.Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (14th ed.). Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing Management*. In *Pearson Practice Hall* (15th Globa). Pearson.
- Lengkong, A. P., Pio, R. J., & Mangindaan, J. V. (2021). Pengaruh Brand Awareness dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Konsumen Pakaian H.A.R.V Official di Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, *11*(2), 61–68.
- Lupiyadi, R., & A.Hamdani. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa* (Edisi 2).
- Maharani, C. S., Amir, I. T., & Wijayati, D. (2024). Pengaruh Citra Merek , Promosi , dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk UMKM Bumbu Rujak Manis Cak Mimin. *15*(1), 94–115.
- Mariansyah, A., & Syarif, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, *1*(01), 1–14.
- Nurulita, C. S., & Wiyata, M. T. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Provider Telkomsel di Kota Sukabumi. *Winter Journal*, *1*(2), 82–93.
- Octaviani, D., Niswan, E., Arizona, N. D., Laurentina, A., & Hasyim, M. A. N. (n.d.).
- Othman, L., Safitri, S., Syarifah, K., Aditia, M. P., Putri, R. A., Sinambela, S. R., & Aprilia, Y. S. (2022). Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen Produk Wardah. *Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, *2*(2), 3401–3413.

- Putra, A. S. (2018). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Kepercayaan (Brand Trust) Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi pada Konsumen Smartphone Lenovo di DIY). *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*, 05(2), 252–260. <https://eprints.uny.ac.id/59717/>
- Rosyihuddin, M. (2020). Kualitas Produk, Harga Terhadap Loyalitas Dan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pengguna Tokopedia Di Kabupaten Gresik. *Manajerial*, 7(01), 19. <https://doi.org/10.30587/manajerial.v7i01.1067>
- Rusandy, D. S. (2018). Pengaruh Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan yang Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Titin Trenggalek. *Jurnal Riset Inspirasi Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(1), 1–11. <https://doi.org/10.35130/jrimk.v2i1.25>
- Santoso, J. B. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 16(01), 127–146. <https://doi.org/10.36406/jam.v16i01.271>
- Sapitri, E., Sampurno, & Hayani, I. (2020). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pelanggan Minyak Telon Cussons Baby di DKI Jakarta). *Jurnal Mandiri*, 4(2), 231–240. <https://doi.org/10.33753/mandiri.v4i2.144>
- Sianipar, G. J. . (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Ojek Online (Studi Pada Pelanggan GrabBike Di Kota Medan). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 19, 183–196. <https://doi.org/10.54367/jmb.v19i2.576>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV AFABETA.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV AFABETA.
- Supertini, N. P. S., Telagawati, N. L. W. S., & Yulianthini, N. N. (2020). Pengaruh kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Pusaka Kebaya di Singaraja. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 61. <https://doi.org/10.23887/pjmb.v2i1.26201>
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa : Prinsip, Penerapan, Penelitian* (Andi (ed.); Edisi ke-3). andi.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa: prinsip, penerapan, penelitian*. In *Pemasaran jasa : Prinsip, Penerapan, Penelitian* (p. 560). Penerbit Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2016). *Service, Quality, and Satisfaction* (4th ed.). CV Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Candra, G. (2012). *Pemasaran Strategik*. In *Yogyakarta: Andi* (andi, Vol. 9, Issue 2).
- Usmar Wicaksono, P. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga,

Promosi Terhadap Citra Merek Dan Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Kartu Perdana XI Axiata Di Semarang. *Diponegoro Journal of Management*, 6(2), 1–11. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>

- Widayatma, C. P., & Lestari, S. P. (2018). Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Rifa Kuliner Kendal). *Serat Acitya – Jurnal Ilmiah UNTAG Semarang*, 7(3), 25–38. <https://doi.org/ISSN : 2302-2752, Vol. 7 No. 3, 2018>
- Winarto, H. (2011). Strategi Pemasaran. di Makalah Ilmiah Ekonomika (Vol. 14, Issue 3). penerbit andi.
- Zeithalm, Valerie A, Bitner Mary Jo, Gremler, D. D. (2013). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. CV Andi Offset.
- Zhao, X., Lynch Jr, J. G., & Chen, Q. (2010). Reconsidering Baron and Kenny : *Myths and Truths about Mediating Analysis*. *Journal of Consumer Research*, 3(7), 197–206.