

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh kesadaran merek, harga dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dan implikasinya terhadap loyalitas pelanggan (studi pada mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya) didapatkan hasil sebagai berikut :

1. Brand Awareness tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Hand Body Lotion Vaseline dikarenakan nilai t hitung $1,158 < t$ tabel $1,98525$ atau nilai signifikan hitung $0,250 > \alpha=0,05$.
2. Harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan Hand Body Lotion Vaseline, dengan nilai t hitung $2,069 > t$ tabel $1,98525$ atau nilai signifikan hitung $0,041 < \alpha=0,05$.
3. Kualitas Produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Hand Body Lotion Vaseline karena nilai t hitung $1,120 < t$ tabel $1,98525$ atau nilai signifikan hitung $0,265 > 0,050$
4. Brand Awareness berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan Hand Body Lotion Vaseline, dengan nilai t hitung $2,393 > t$ tabel $1,98525$ atau nilai signifikan hitung $0,019 < \alpha=0,05$.
5. Kualitas Produk berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan Hand Body Lotion Vaseline, dengan nilai t hitung $3,011 > t$ tabel $1,98525$ atau nilai signifikan hitung $0,003 < \alpha=0,05$.
6. Kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, dengan nilai t hitung $2,370 > t$ tabel $1,98525$ atau nilai signifikan hitung $0,020 < \alpha=0,05$.

Variabel brand awareness lebih berpengaruh secara langsung terhadap loyalitas pelanggan dibandingkan dengan pengaruh tidak langsung melalui kepuasan pelanggan dengan nilai pengaruh langsung yaitu $0,223 >$ lebih besar $0,026$ dari nilai pengaruh tidak langsung.

Variabel kualitas produk lebih berpengaruh secara langsung terhadap loyalitas pelanggan dibandingkan dengan pengaruh tidak langsung melalui kepuasan pelanggan dengan nilai pengaruh langsung yaitu $0,313 >$ lebih besar $0,045$ dari nilai pengaruh tidak langsung.

Kualitas produk memiliki pengaruh langsung yang tertinggi terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai pengaruh $0,313$ dibandingkan dengan brand awareness dengan nilai pengaruh langsung $0,223$ dan kepuasan pelanggan dengan nilai pengaruh $0,233$ terhadap loyalitas pelanggan.

Pada persamaan 1 secara simultan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel Brand Awareness, Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Handbody Lotion Vaseline dengan nilai F hitung $19,758 > 3,09$ F tabel dengan signifikansi $0,000 < \alpha = 0,05$.

Pada persamaan 2 secara simultan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel Brand Awareness, Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Hand Body Lotion Vaseline dengan nilai F hitung $21,373 > 3,09$ F tabel dengan signifikansi $0,000 < \alpha = 0,05$.

5.2. Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini, implikasi manajerial yang di tuangkan yaitu sebagai berikut :

1. Hand Body Lotion Vaseline harus terus memperhatikan kualitas produk yang ditawarkan dalam upaya meningkatkan Kepuasan Konsumen dan menciptakan Loyalitas Pelanggan. dikarenakan perkembangan semakin pesat maka akan mempengaruhi persepsi konsumen dimana hamper semua perusahaan yang memproduksi produk kecantikan khususnya hand body lotion akan berlomba-lomba

dalam meningkatkan mutu dan kualitas produk demi mencapai kepuasan dan loyalitas dari pelanggan.

2. Kesadaran merek dimana saat ini suatu symbol atau merek produk sudah bermacam-macam bentuk dan nama atau merek, merek yang unik akan dapat dengan mudah diingat oleh konsumen, merek yang unik akan merangsang keingintahuan akan produk yang ditawarkan
3. Hand Body Lotion Vaseline harus senantiasa meningkatkan kepuasan pelanggan dalam upaya menciptakan pelanggan yang loyal, hal ini karena kepuasan merupakan kunci perusahaan untuk membentuk loyalitas pelanggan.

