

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil olah data yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka penulis dapat simpulkan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dapat diartikan bahwa pelanggan yang membeli produk *lipcream* pada gerai kosmetik wardah merasa aman menggunakan lipcream wardah serta merasa puas karena setiap keluhan dari pelanggan direspon dengan baik dan cepat oleh gerai kosmetik wardah.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dapat diartikan bahwa ketika pelanggan merasakan terdapat informasi yang sesuai dengan informasi produk, misalnya produk tercantum informasi kadaluarsa, akan membuat konsumen merasa puas dengan kualitas produk lipcream dari gerai kosmetik wardah.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dapat diartikan bahwa pelanggan akan puas dengan produk *lipcream* wardah karena gerai kosmetik wardah menetapkan harga yang terjangkau serta harga yang bersaing dengan produk pesaing.
4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini dapat diartikan bahwa pelanggan yang merasa puas dengan produk *lipcream* wardah karena *lipcream* wardah memiliki banyak pilihan warna akan tetap menetapkan pilihan membeli produk lipcream wardah dan tidak berpindah pada produk lipcream pesaing.
5. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan meintervening kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini dapat diartikan bahwa semakin pelanggan puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan gerai kosmetik wardah maka akan terciptanya loyalitas pelanggan.
6. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan meintervening kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini dapat diartikan bahwa semakin pelanggan puas dengan kualitas produk yang baik pada produk

lipcream wardah maka pelanggan akan membeli produk *lipcream* wardah secara berulang hal ini akan terciptanya loyalitas pelanggan.

7. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan meintervening persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini dapat diartikan bahwa produk *lipcream* wardah dengan harga yang terjangkau memberikan kepuasan kepada pelanggan, semakin pelanggan puas dengan yang harga yang diberikan produk *lipcream* wardah maka akan terciptanya loyalitas pelanggan.

5.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil simpulan di atas, ada beberapa saran yang dapat dikemukakan bagi pihak yang terkait dengan penelitian ini dan juga penelitian selanjutnya, saran tersebut antara lain sebagai berikut :

1. Bagi Gerai Kosmetik Wardah

Dari sisi kualitas pelayanan, diharapkan karyawan gerai kosmetik wardah sebaiknya lebih komunikatif dalam memberikan penjelasan mengenai informasi produk. sementara itu dari sisi kualitas produk, agar pelanggan gerai kosmetik wardah tidak berpaling ke produk pesaing, maka produk *lipcream* wardah sebaiknya memiliki kemasan yang lebih praktis dan menarik. Lebih lanjut dari sisi persepsi harga gerai kosmetik wardah sebaiknya menetapkan harga yang sesuai dan terjangkau.

2. Bagi Akademisi

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi dan memperkaya khasanah ilmu manajemen khususnya manajemen pemasaran.

3. Saran

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel lain dalam penelitiannya, misalkan nilai pelanggan atau pengalaman pelanggan setelah menggunakan produk *lipcream* wardah.