

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, di mana penulis menganalisis terkait *Brand Image* sebagai variabel X1, Kualitas Produk sebagai variabel X2, Loyalitas Pelanggan sebagai variabel Y, dan Kepuasan Pelanggan sebagai variabel Z, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *Brand Image* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan terhadap *skincare* SKIN1004 dikalangan Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
2. Kualitas Produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada *skincare* SKIN1004 dikalangan Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
3. Kepuasan Pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada *skinacre* SKIN1004 dikalangan Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
4. *Brand Image* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada *skincare* SKIN1004 oleh Mahasiswa Universitas Bayangkara Jakarta Raya Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

5. Kualitas Produk tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada skincare SKIN1004 di kalangan Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
6. *Brand Image* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan pelanggan terhadap *skincare* SKIN1004 di kalangan Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
7. Kualitas Produk memiliki dampak yang positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan terhadap *skincare* SKIN1004 di kalangan Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini penulis memiliki keterbatasan penelitian ini sebagai berikut:

1. Jumlah responden dalam penelitian ini hanya 150 orang, yang masih terbatas dan tidak sepenuhnya mewakili populasi.
2. Terdapat kemungkinan bahwa beberapa responden mengalami kesulitan dalam memahami pernyataan-pernyataan dalam kuesioner, serta adanya potensi ketidakjujuran dalam pengisian jawaban. Hal ini dapat memengaruhi tingkat akurasi data yang diperoleh.
3. Penelitian ini hanya fokus pada pengaruh *brand image* dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, perlu dikembangkan lagi

penelitian lebih lanjut untuk meneliti variabel lainnya yang belum diteliti dalam penelitian ini.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang diuraikan, maka dapat diberikan saran-saran yang diajukan bagi penelitian-penelitian selanjutnya sebagai berikut:

1. Bagi Penelitian Selanjutnya
 - a. Disarankan agar penelitian selanjutnya menggunakan jumlah sample yang lebih besar, guna meningkatkan akurasi dan representativitas data, sehingga hasil penelitian lebih valid dan dapat dieliti lebih luas.
 - b. Penelitian selanjutnya dilakukan secara berkelanjutan atau jangka panjang. ini dilakukan untuk melacak dan mengevaluasi perubahan perilaku responden seiring berjalannya waktu dan mendapatkan pemahaman yang lebih baik.
2. Bagi Perusahaan
 - a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan pertimbangan dan evaluasi bagi manajemen SKIN1004 dalam merumuskan pemasaran dan meningkatkan kualitas produk, guna meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.
 - b. Penting bagi perusahaan untuk terus membangun dan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk mereka agar dapat

mempertahankan keberlangsungan usaha dan tumbuh secara keberlanjutan di tengah persaingan yang semakin ketat di industri perawatan kulit.

