BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

- Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Mahasiswa UII Yogyakarta (nilai probabilitas t_{-hitung} (0,000) < Level of Significant (0,05)).
 Hal ini dapat diartikan, jika Citra Merek meningkat, maka Loyalitas Pelanggan Mahasiswa UII Yogyakarta mengalami peningkatan.
- 2. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Mahasiswa UII Yogyakarta (nilai probabilitas t_{-hitung} (0,000) < Level of Significant (0,05)). Hal ini dapat diartikan, jika Citra Merek meningkat, maka Kepuasan Pelanggan Mahasiswa UII Yogyakarta mengalami peningkatan.</p>
- 3. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Mahasiswa UII Yogyakarta (nilai probabilitas t_{-hitung} (0,000) < Level of Significant (0,05)). Hal ini dapat diartikan, jika Kepuasan Pelanggan meningkat, maka Loyalitas Pelanggan Mahasiswa UII Yogyakarta mengalami peningkatan.

5.2. Saran

Berkaitan dengan dominannya pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan Mahasiswi UII Yogyakarta, maka dapat diberikan saran untuk lebih meningkatkan Kepuasan Pelanggan, dengan cara:

- 1. Karena dari hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa konsumen yang merasa puas ketika membeli Kosmetik Wardah belum tentu konsumen akan merasa loyal. Maka penulis menyarankan kepada Kosmetik Wardah untuk lebih meningkatkan Kepuasan Pelanggan dengan cara Kosmetik Wardah selalu memproduksi merek yang tidak menipu konsumen, Kosmetik Wardah selalu memproduksi produk yang teruji kualitasnya, Kosmetik Wardah selalu membuat produk yang dapat membuat konsumen merasa aman, dalam hal pelayanan Kosmetik Wardah tidak akan pernah mengecewakan responden, dan Kosmetik Wardah selalu memproduksi produk terbaik dalam setiap kategori produknya.
- Saran bagi peneliti selanjutnya yang tertarik melakukan penelitian lebih lanjut disarankan untuk menambah variabel penelitian, misalnya harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan lain-lain yang dapat berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan.