

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai kepercayaan merek, karakteristik merek, dan karakteristik hubungan pelanggan-merek terhadap loyalitas merek pada pelanggan bedak muka merek pixy di Bandar Lampung maka dapat diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut.:

1. Terdapat pengaruh signifikan antara variabel kepercayaan merek terhadap loyalitas merek pada pelanggan bedak muka merek pixy di Bandar Lampung. Artinya, semakin tinggi kepercayaan merek maka tingkat loyalitas merek semakin meningkat.
2. Tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel karakteristik merek terhadap loyalitas merek pada pelanggan bedak muka merek pixy di Bandar Lampung.
3. Terdapat pengaruh signifikan antara variabel karakteristik hubungan pelanggan- merek terhadap loyalitas merek pada pelanggan bedak muka merek pixy di Bandar Lampung. Artinya, semakin tinggi karakteristik hubungan pelanggan- merek maka tingkat loyalitas merek semakin meningkat

2. Secara simultan variabel kepercayaan merek karakteristik merek, dan karakteristik hubungan pelanggan-merek secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas merek pada pelanggan bedak muka merek pixy di Bandar Lampung.

5.2 Saran

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan, maka saran yang bisa diberikan diantaranya:

1. Bagi penelitian selanjutnya

Peneliti selanjutnya disarankan untuk dapat mengombinasikan penelitian ini pada penelitian lain yang juga merupakan penelitian yang memiliki kesamaan kriteria dengan produk kosmetik, sehingga dapat digunakan pada penelitian selanjutnya dan menyempurnakan pemahaman terhadap variabel-variabel yang saling mempengaruhi.

2. Bagi Perusahaan

PT Mandom Indonesia Tbk harus lebih memperhatikan kebijakannya pada usaha meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap bedak muka merek Pixy. Berdasarkan hasil penelitian ini bahwa terdapat beberapa aspek karakteristik merek yang belum sepenuhnya di terapkan dalam praktiknya seperti kompetensi merek, peramalan merek, dan kompetensi merek, sebaiknya perusahaan menjalin kedekatan serta menjalin hubungan jangka panjang yang lebih baik dengan pelanggan. PT Mandom juga perlu menaruh perhatian lebih pada peningkatan karakteristik mereknya karena saat ini perubahan-perubahan dalam selera dan

pilihan konsumen, munculnya pesaing baru atau teknologi baru atau pengembangan baru dalam lingkungan pemasaran dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan.