

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa hasil hipotesis awal yang menyatakan Kepercayaan Merek yang terdiri dari Karakteristik Merek, Karakteristik Perusahaan, dan Karakteristik Konsumen-Merek berpengaruh positif terhadap Loyalitas Konsumen dalam menggunakan *Hand and Body Lotion Vaseline Healthy Whitening Solution* di Bandar Lampung, diterima. Hal ini berdasarkan pada alasan berikut,

1. Hasil uji f hitung lebih besar dibandingkan nilai f tabel ($39,424 > 2,70$), serta hasil uji t sub variabel diketahui bahwa nilai t hitung pada variabel Kepercayaan Merek (X) yaitu Karakteristik Merek, Karakteristik Perusahaan, dan Karakteristik Konsumen-Merek lebih besar dari t tabel yaitu 1,985. Hal ini berarti menunjukkan semua variabel Kepercayaan Merek (X) memiliki pengaruh yang positif terhadap Loyalitas Konsumen dalam menggunakan *Hand and Body Lotion Vaseline Healthy Whitening Solution* di Bandar Lampung.
2. Hasil uji R^2 sebesar 0.552 yang berarti faktor-faktor yang mempengaruhi variabel X (Kepercayaan Merek) berperan dalam mempengaruhi variabel Y (Loyalitas Konsumen) sebesar 55,2% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lainnya, seperti harga produk, atribut produk, dan kualitas produk.

3. Jika dilihat dari besar persentase masing-masing variabel Kepercayaan Merek, variabel Karakteristik Konsumen-Merek memberikan nilai pengaruh yang paling besar yakni dengan nilai pengaruh (β) sebesar 40.0%. Namun, masih ada 7% responden yang memberikan tanggapan Sangat Tidak Setuju dan Tidak setuju, yaitu tidak yakin dengan hasil kinerja yang akan diberikan. Meskipun demikian, ada juga sebagian besar responden yang tetap percaya bahwa produk tersebut akan memberikan hasil kinerja sesuai yang diharapkan. Selanjutnya, Karakteristik Merek berpengaruh paling rendah terhadap Loyalitas Konsumen dalam menggunakan *Hand and Body Lotion Vaseline Healthy Whitening Solution* di Bandar Lampung, dengan nilai pengaruh (β) 30,4%. Hal ini dikarenakan ada sebagian responden yang masih mendengar komentar negatif tentang merek ini, khususnya pada hasil kinerja produk yang kurang sesuai dengan ekspektasi para konsumen, seperti dapat memutihkan kulit dalam waktu yang singkat.

5.2 Saran

Saran yang dapat diberikan kepada perusahaan terkait penelitian ini adalah sebagai berikut,

1. Perusahaan sebaiknya senantiasa mempertahankan dan meningkatkan karakteristik konsumen atas merek. Hal ini disebabkan variabel karakteristik konsumen atas merek merupakan variabel dominan pertama yang berpengaruh besar terhadap loyalitas konsumen. Karakteristik konsumen atas merek juga dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan konsumen terhadap merek, sehingga perusahaan sebaiknya terus meningkatkan kualitas dan

kinerja produknya agar produk *hand and body lotion* Vaseline *Healthy Whitening Solution* tersebut menjadi merek kesukaan bagi para konsumen.

Hal ini juga dapat membantu mempertahankan kepercayaan konsumen terhadap merek produk perusahaan.

2. PT Unilever Indonesia, Tbk., sebaiknya senantiasa mempertahankan dan meningkatkan karakteristik perusahaan. Hal ini disebabkan variabel karakteristik perusahaan merupakan variabel dominan kedua yang berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Perusahaan sebaiknya senantiasa mempertahankan reputasi yang baik dalam berhubungan dengan pelanggan dan tindakan yang dilakukan perusahaan seharusnya tidak hanya memikirkan kesejahteraannya sendiri akan tetapi mengutamakan kepuasan para konsumennya, serta terus meningkatkan kepedulian perusahaan terhadap keluhan-keluhan para konsumen agar tercipta kepercayaan konsumen terhadap perusahaan, yang pada akhirnya akan tercipta juga loyalitas konsumen.
3. PT Unilever Indonesia, Tbk., sebaiknya senantiasa meningkatkan karakteristik merek. Hal ini disebabkan variabel karakteristik merek merupakan variabel terkecil yang berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Perusahaan sebaiknya lebih meningkatkan konsistensi kualitasnya sebagai merek yang terbaik dalam kategori produk *hand and body lotion* dan terus meningkatkan harapan akan reputasi merek yang baik tersebut, sehingga hal ini dapat membantu menciptakan loyalitas konsumen terhadap merek *hand and body* tersebut.