

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Implikasi *Experiential Marketing* dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas dengan dimediasi oleh Kepuasan Konsumen pada Pengguna Pembalut Wanita Merek Charm di Universitas Lampung, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. *Experiential Marketing* (X1) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Z) pengguna pembalut wanita merek Charm di Universitas Lampung. Hal ini menunjukkan bahwa *experiential marketing* yang dimiliki perusahaan Uni-Charm memberikan kepuasan yang dirasakan konsumen.
2. Kualitas Produk (X2) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Z) pengguna pembalut wanita merek Charm di Universitas Lampung. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk yang dimiliki perusahaan Uni-Charm memberikan kepuasan yang dirasakan konsumen.

3. *Experiential Marketing* (X1) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen (Y) melalui Kepuasan Konsumen (Z) pengguna pembalut wanita merek Charm di Universitas Lampung. Hal ini menunjukkan bahwa *experiential marketing* yang dimiliki perusahaan Uni-Charm dapat menciptakan loyalitas melalui kepuasan yang dirasakan konsumen.
4. Kualitas Produk (X2) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen (Y) melalui Kepuasan Konsumen (Z) pengguna pembalut wanita merek Charm di Universitas Lampung. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk yang dimiliki perusahaan Uni-Charm dapat menciptakan loyalitas melalui kepuasan yang dirasakan konsumen.
5. Kepuasan Konsumen (Z) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen (Y) pengguna pembalut wanita merek Charm di Universitas Lampung. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan yang dirasakan konsumen dapat menciptakan loyalitas terhadap perusahaan Uni Charm.

5.2 Saran

Beberapa saran dalam penelitian ini antara lain :

1. Bagi penelitian selanjutnya disarankan untuk dapat mengkombinasikan penelitian ini pada objek penelitian lain yang juga merupakan produk yang memiliki kesamaan kriteria dengan produk Pembalut Wanita, sehingga dapat diketahui apakah penelitian ini dapat digunakan pada

penelitian selanjutnya dan menyempurnakan pemahaman terhadap variabel-variabel yang saling mempengaruhi.

2. Perusahaan Uni Charm harus dapat mempertahankan *experiential marketing*, kualitas produk yang sudah dimiliki sehingga dapat memberikan kepuasan terhadap konsumen dan menciptakan kesetiaan yang ditunjukkan oleh konsumen. Diharapkan penelitian ini mampu memberikan pemahaman baru kepada perusahaan Uni Charm untuk terus meningkatkan kualitas produk dan juga produktifitas perusahaan Uni Charm.