BAB V
KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh pengetahuan produk, kualitas produk, dan nilai yang dipersepsikan terhadap kepuasan konsumen serta dampak pada loyalitas konsumen Wardah Kosmetik pada Mahasiswa Universitas Lampung maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Pengetahuan Produk (X1) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) Wardah Kosmetik pada mahasiswa Universitas Lampung. Hal ini menunjukan bahwa pengetahuan produk yang dimiliki perusahaan Paragon Technology memberikan kepuasan yang dirasakan konsumen.

2. Kualitas Produk (X2) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) Wardah Kosmetik pada mahasiswa Universitas Lampung. Hal ini menunjukan bahwa kualitas produk yang dimiliki perusahaan Paragon Technology memberikan kepuasan yang dirasakan konsumen.

3. Nilai Yang Dipersepsikan (X3) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) Wardah Kosmetik pada mahasiswa Universitas Lampung. Hal ini menunjukan bahwa nilai yang dipersepsikan yang dimiliki perusahaan Paragon Technology memberikan kepuasan yang dirasakan konsumen.

4. Pengetahuan Produk (X1) berpengaruh tidak signifikan terhadap Loyalitas Konsumen (Z) Wardah Kosmetik pada mahasiswa Universitas Lampung. Hal ini menunjukan bahwa pengetahuan produk yang dimiliki perusahaan Paragon Technology tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen, karena loyal tidak harus mengetahui pengetahuan produk dari suatu produk tersebut.

5. Kualitas Produk (X1) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen (Z) Wardah Kosmetik pada mahasiswa Universitas Lampung. Hal ini menunjukan bahwa kualitas produk yang dimiliki perusahaan Paragon Technology dapat menciptakan loyalitas yang dirasakan konsumen.

6. Nilai Yang Dipersepsikan (X3) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen (Z) Wardah Kosmetik pada mahasiswa Universitas Lampung. Hal ini menunjukan bahwa nilai yang dipersepsikan yang dimiliki perusahaan Paragon Technology dapat menciptakan loyalitas yang dirasakan konsumen.

7. Kepuasan Konsumen (Y) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen (Z) Wardah Kosmetik pada mahasiswa Universitas Lampung. Hal ini menunjukan bahwa kepuasan konsumen yang dirasakan konsumen dapat menciptakan loyalitas terhadapperusahaan Paragon Technology.

5.2 Saran

Beberapa saran dan pertimbangan dalam penelitian ini antara lain:

1. Perusahaan Paragon Technology harus mampu menjaga dan meningkatkan pengetahuan produk, kualitas produk, nilai yang dipersepsikan, dan kepuasan konsumen yang mampu mambangun loyalitas konsumen. Diharapkan penelitian ini mampu memberikan pemahaman baru kepada perusahaan PT. Paragon Technology untuk meningkatkan kualitas produk dan juga produktifitas PT. Paragon Technology.

2. Perusahaan harus dapat mengembangkan suatu produk yang bermanfaat dan inovatif sesuai dengan harapan konsumen dan kebutuhan pasar.

3. Agar penelitian dapat digeneralisasi, sebaiknya dapat dilakukan penelitian oleh peneliti lain dengan jalan mengembangkan model penelitian yang lebih baik lagi, dengan memperluas jumlah sampel dan lokasi penelitian.