

## BAB V

### SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN

#### 5.1 Simpulan

1. Kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan produk *skincare*. *The. Originote*, dibuktikan dari perolehan hasil  $t_{hitung}$  kualitas produk (X) sebesar 4.429 sedangkan  $t_{tabel} = 1.66123$ , maka nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$ . Sementara nilai signifikansi  $t_{hitung}$  variabel kualitas produk (X) sebesar 0,000, artinya  $< 0,05$ . Hal ini berarti bahwa semakin tinggi kualitas produk maka semakin tinggi pula loyalitas pelanggan.
2. Kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan produk *skincare*. *The. Originote*, dibuktikan dari perolehan hasil  $t_{hitung}$  kepuasan pelanggan (Z) sebesar 3.439 sedangkan  $t_{tabel} = 1.66123$ , maka nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$ . Sementara nilai signifikansi  $t_{hitung}$  variabel kepuasan pelanggan (Z) sebesar 0,001, artinya  $< 0,05$ . Hal ini berarti bahwa semakin tinggi kepuasan pelanggan maka semakin tinggi pula loyalitas pelanggan.
3. Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan produk *skincare*. *The. Originote*, dibuktikan dari perolehan hasil  $t_{hitung}$  kualitas produk (X) sebesar 3.630 sedangkan  $t_{tabel} = 1.66123$ , maka nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$ . Sementara nilai signifikansi  $t_{hitung}$  variabel kualitas produk (X) sebesar 0,000, artinya  $< 0,05$ . Hal ini berarti bahwa semakin tinggi kualitas produk maka semakin tinggi pula loyalitas pelanggan.
4. Kepuasan Pelanggan dapat memediasi Pengaruh Dimensi Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk *Skincare*. *The. Originote*, dibuktikan dari perolehan nilai  $t_{hitung} = 3.270418$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  dengan tingkat

signifikansi 0,05 yaitu sebesar 1.66123, maka dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh mediasi. Jadi, kepuasan pelanggan dapat menjadi variabel mediasi antara kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan.

## 5.2 Saran

### 1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini bagi pihak usaha dapat lebih memperhatikan lagi kualitas yang ada pada produknya agar semakin banyak konsumen yang mengetahui produk-produk yang ada pada *skincare. The. Originote*. Serta perlu adanya strategi promosi yang lebih baik lagi dan kreatif yang dapat menarik perhatian konsumen, serta mengedukasi konsumen mengenai jenis kulit apa saja yang cocok dengan permasalahan pada kulit, ini dapat membantu konsumen dalam membuat loyalitas pelanggan semakin meningkat segitupun dengan keputusan pelanggan.

### 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi dan acuan bagi peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian yang lebih luas dan mendalam.

## 5.3 Keterbatasan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan bahan bacaan bagi peneliti-peneliti selanjutnya. Namun, penulis tidak menutup kemungkinan akan kritik, saran ataupun langkah untuk melakukan verifikasi terhadap hasil penelitian ini. Hal ini sebagai langkah penyempurna, karena masih adanya kekurangan dalam proses penelitian ini, seperti masih kurangnya instrumen wawancara untuk mencari tahu faktor-faktor yang lebih terperinci terkait kepuasan dan loyalitas pelanggan yang menggunakan produk kecantikan *The. Originote*.