

BAB V

PENUTUP

A. SIMPULAN

Berdasarkan hasil pengolahan analisis data dan penelitian yang telah dilakukan maka didapatkan beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. *Product Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Purchase Decision*. Dilihat dari tabel *Loading Factor* indikator yang paling besar dapat mengukur *Product Quality* adalah (X_{16}) yaitu Produk Ms Glow dapat dengan cepat mengatasi kulit berjerawat atau mencerahkan. Artinya dalam membuat keputusan pembelian indikator (X_{16}) adalah yang paling banyak dipertimbangkan oleh konsumen. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan hipotesis pertama yang menyatakan bahwa *Product Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Purchase Decision*. Dengan demikian hipotesis 1 diterima.
2. *Product Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Loyalty*. Kualitas produk adalah kunci utama dalam memenangkan persaingan, jika kualitas produk Ms. Glow sudah sesuai dengan harapan konsumen maka konsumen akan loyal pada perusahaan. Kualitas yang diharapkan konsumen seperti produk Ms. Glow dengan cepat mengatasi kulit berjerawat atau mencerahkan, pemakaian produk Ms. Glow dapat bertahan hingga 12 jam, dll. Hal ini yang nantinya akan mempengaruhi konsumen untuk loyal pada perusahaan. Sehingga hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis kedua yang menyatakan bahwa *Product Quality*

berpengaruh signifikan terhadap *Customer Loyalty*. Dengan demikian hipotesis 2 diterima. Hal ini berarti bahwa semakin baik *Product Quality* pada produk Ms Glow maka akan berpengaruh juga pada *Customer Loyalty*.

3. *Purchase Decision* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Loyalty*. Dilihat dari tabel *Loading Faktor* indikator yang mencerminkan variabel *Purchase Decision* adalah ($Y_{1\ 3}$) yaitu saya menggunakan produk Ms. Glow lebih dari 2x, dan variabel *Customer Loyalty* ($Y_{2\ 3}$) yaitu saya merekomendasikan produk Ms. Glow kepada orang lain. Artinya jika konsumen telah melakukan pembelian lebih dari 2x maka hal ini akan berdampak pada loyalitas konsumen terhadap perusahaan. Dan bentuk loyalitas konsumen pada perusahaan yaitu dengan merekomendasikan produk Ms. Glow pada orang lain. Sehingga hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa *Purchase Decision* berpengaruh signifikan terhadap *Customer loyalty*. Dengan demikian hipotesis 3 diterima. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat *Purchase Decision* pada produk Ms Glow maka akan berpengaruh pada *Customer Loyalty*.

B. SARAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah disimpulkan, maka peneliti dapat memberikan saran yang bermanfaat bagi pihak-pihak yang terkait, diantaranya:

1. Bagi Perusahaan

Peneliti menyarankan kepada perusahaan untuk tetap memberikan kualitas produk yang memenuhi harapan konsumen, seperti memberikan kemasan yang elegan pada produk, memperhatikan lama pemakaian produk Ms Glow dapat bertahan hingga berapa jam, dan apakah produk Ms Glow sudah bisa mengatasi permasalahan wajah dengan baik. Hal ini diharapkan agar bisa menciptakan keputusan pembelian konsumen pada produk Ms Glow yang akhirnya berdampak pada loyalitas konsumen terhadap perusahaan.

2. Peneliti Selanjutnya

Peneliti menyarankan pada peneliti selanjutnya sebagai berikut :

- a. Untuk menambahkan variabel lain yang bisa mempengaruhi *Purchase Decision* dan *Customer Loyalty*.
- b. Untuk memperluas jangkauan penelitian, populasi tidak hanya di khususkan pada masyarakat Samarinda saja.

- c. Peneliti selanjutnya bisa memperpanjang periode penelitian guna mendapatkan hasil penelitian yang lebih baik lagi.