

BAB V

SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dapat disimpulkan bahwa;

1. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, sehingga semakin positif citra merek di benak pelanggan maka pelanggan akan semakin loyal terhadap produk Naavgreen *skin care*.
2. Kualitas Persepsian berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, sehingga semakin positif persepsi pelanggan terhadap kualitas produk, semakin loyal pelanggan terhadap produk Naavagreenskin *care*.
3. Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk Naavagreenskin *care* maka semakin tinggi pula loyalitas pelanggan yang terbentuk.
4. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Semakin positif citra merek yang tertanam di benak pelanggan terhadap produk Naavagreenskin *care* maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan akan semakin meningkat.
5. Kualitas persepsian berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Semakin baik persepsi pelanggan terhadap kualitas produk Naavagreenskin *care* maka kepuasan pelanggan juga akan semakin meningkat.

6. Citra merek berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Semakin positif citra merek yang melekat di benak pelanggan maka pelanggan akan merasa puas, dengan adanya kepuasan yang dirasakan pelanggan maka dapat membentuk loyalitas pelanggan. Dalam hal ini, kepuasan pelanggan berperan sebagai pemediasi pengaruh citra merek terhadap loyalitas pelanggan.
7. Kualitas persepsian berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Semakin positif kualitas persepsian suatu produk maka pelanggan akan merasa puas, sehingga kepuasan yang timbul dapat menjadikan pelanggan menjadi loyal terhadap produk yang ditawarkan. Dalam hal ini, kepuasan pelanggan berperan sebagai pemediasi pengaruh kualitas persepsian terhadap loyalitas pelanggan.

B. Keterbatasan

1. Sampel penelitian terbatas hanya pada pelanggan Naavagreen *skin care* yang berada di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta, Bagi penelitian selanjutnya dapat memperluas sampel pelanggan Naavagreen *skin care* yang berada diluar Yogyakarta.
2. Variabel yang diteliti dalam mempengaruhi loyalitas pelanggan hanya citra merek, kualitas persepsian dan kepuasan pelanggan, Bagi penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel lain seperti harga atau promosi.

C. Saran

1. Bagi Naavagren Natural Skin care
 - a. Naavagreen *skin care* hendaknya terus meningkatkan citra merek yang positif di benak pelanggannya agar tetap mendapatkan loyalitas pelanggan, Serta memaksimalkan kinerja dari setiap indikator variabel citra merek.
 - b. Naavagreen *skin care* hendaknya tetap menjaga dan meningkatkan kualitas persepsian agar pelanggan merasa puas. Variabel kualitas persepsian sangat penting bagi Naavagren *natural skin care* untuk dapat tetap mempertahankan pelanggan, mengingat banyak *skin care* sejenis dengan merek lain banyak bermunculan. Serta memaksimalkan kinerja dari masing masing indikator kualitas persepsian.
2. Bagi peneliti selanjutnya
 - a. Penelitian yang akan datang hendaknya memperluas sampel penelitian pada pelanggan produk Naavagreen *skin care* di luar Yogyakarta. Seperti di Jakarta, Wonosobo.
 - b. Bagi peneliti yang akan datang, penulis menyarankan untuk menambah variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan seperti harga, promosi.