

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian, hipotesis yang diajukan, serta dari hasil pengolahan data yang dilakukan pada bab 4 dapat disimpulkan bahwa:

1. Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa tingkat *customer satisfaction* santriwati PP. ar-Roudloh pada produk krim pelembab wajah Fair & Lovely termasuk dalam kategori “Cukup”, bagi dari segi pemenuhan harapan maupun hal-hal yang berhubungan dengan keseluruhan atribut produk.
2. Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa tingkat *customer trust* santriwati PP. ar-Roudloh pada produk krim pelembab wajah Fair & Lovely termasuk dalam kategori “Cukup”, baik dari segi reputasi, manfaat, maupun keamanan dan kenyamanan produk.
3. Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa tingkat *customer loyalty* santriwati PP. ar-Roudloh pada produk krim pelembab wajah Fair & Lovely termasuk dalam kategori “Cukup”. Hal ini menunjukkan bahwa santriwati PP. ar-Roudloh sudah benar-benar merasa cukup puas dan percaya terhadap produk krim pelembab wajah Fair & Lovely.
4. Variabel *Customer Satisfaction* (X_1) berpengaruh signifikan dan positif secara parsial terhadap *Customer Loyalty* santriwati PP. ar-Roudloh Kota

Kediri pada produk krim pelembab wajah Fair & Lovely karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yakni $9,102 > 1.99897$. Adapun nilai koefisien korelasi parsial untuk variabel *Customer Satisfaction* (X_1) sebesar 51,34%. Dengan demikian, hipotesis pertama berbunyi “Terdapat pengaruh *Customer Satisfaction* terhadap *Customer Loyalty* santriwati PP. ar-Roudloh Kota Kediri pada produk krim pelembab wajah Fair & Lovely” adalah terbukti kebenarannya.

5. Variabel *Customer Trust* (X_2) berpengaruh signifikan dan positif secara parsial terhadap *Customer Loyalty* santriwati PP. ar-Roudloh Kota Kediri pada produk krim pelembab wajah Fair & Lovely karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yakni $5,931 > 1.99897$. Adapun nilai koefisien korelasi parsial untuk variabel *Customer Trust* (X_2) yaitu sebesar 29,84%. Dengan demikian, hipotesis kedua berbunyi “Terdapat pengaruh *Customer Trust* terhadap *Customer Loyalty* santriwati PP. ar-Roudloh Kota Kediri pada produk krim pelembab wajah Fair & Lovely”, adalah terbukti kebenarannya.
6. Variabel *Customer Satisfaction* (X_1) dan *Customer Trust* (X_2) secara simultan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap *Customer Loyalty* (Y) santriwati PP. ar-Roudloh Kota Kediri pada produk krim pelembab wajah Fair & Lovely karena nilai $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ yaitu $133,473 \geq 3,14$. Dengan demikian, hipotesis ketiga yang berbunyi “Terdapat pengaruh *customer satisfaction* dan *customer trust* terhadap *customer loyalty* santriwati PP. ar-Roudloh Kota Kediri pada produk krim pelembab wajah Fair & Lovely” adalah terbukti kebenarannya.

Sedangkan R^2 ditemukan hasil 0,812 yang berarti bahwa sebesar 81,2% *Customer Loyalty* dapat dijelaskan oleh *Customer Satisfaction* (X_1) dan *Customer Trust* (X_2). Sedangkan sisanya 18,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang meliputi ikatan emosi, kemudahan, dan pengalaman dengan perusahaan.

B. Saran

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian, hipotesis yang diajukan, serta dari hasil pengolahan data yang dilakukan pada bab 4 dapat disimpulkan yang telah diuraikan diatas, maka saran-saran yang diajukan adalah sebagai berikut:

1. Dalam hal kepuasan, diharapkan produsen krim pelembab wajah Fair & Lovely untuk lebih memperhatikan dan memenuhi apa yang menjadi kebutuhan pelanggannya yaitu kaum wanita secara mendetail sehingga tercipta kepuasan yang dirasakan oleh pihak pelanggan.
2. Dalam hal kepercayaan, diharapkan produsen krim pelembab wajah Fair & Lovely untuk terus membangun hubungan yang baik dengan pelanggannya. Dengan membangun hubungan, maka kepercayaan juga akan terbangun dengan pelanggan.
3. Saran untuk peneliti selanjutnya, diharapkan dapat menggunakan variabel bebas lainnya, yang dapat mempengaruhi besar kecilnya loyalitas pelanggan, sehingga akan diperoleh informasi yang lebih lengkap tentang faktor-faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan.

