

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data serta pembahasan mengenai pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan, maka diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Citra Merek berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas pelanggan Hayyu Syar'i Skin Clinic di Surabaya.
2. Kualitas Produk berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas pelanggan Hayyu Syar'i Skin Clinic di Surabaya.
3. Citra Merek dan Kualitas Produk berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas pelanggan Hayyu Syar'i Skin Clinic di Surabaya.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti menyadari bahwa penelitian ini memiliki keterbatasan, Adapun keterbatasan pada penelitian ini sebagai berikut :

- 1) Dalam penelitian ini jumlah usia $20 \leq x < 30$ mencapai 80%. Karena saat ini kondisi pandemi, maka lebih sulit untuk mencari responden dengan kelompok usia merata. Jadi penelitian ini lebih banyak menggunakan komunitas-komunitas usia muda. Hal ini yang menjadikan jumlah usia $20 \leq x < 30$ lebih banyak

- 2) Penelitian ini belum membedakan antara produk berupa barang dan produk berupa jasa (*treatment*) perawatan kulit.

5.3 Saran

Berdasarkan pembahasan dan simpulan yang ada dalam penelitian ini dapat dikembangkan menjadi beberapa saran dan masukan yang bisa diberikan bagi pihak-pihak yang mempunyai kepentingan dalam penelitian ini. Adapun beberapa saran yang dapat di berikan diantaranya:

1. Saran bagi klinik *Hayyu Syar'i Skin Clinic*

Berdasarkan dari hasil kuesioner variabel kualitas produk, didapatkan indikator yang paling rendah 4.25 pada item pertanyaan KP4 yaitu bebas dari efek samping. Berdasarkan nilai *mean* ini, maka disarankan agar *Hayyu Syar'i Skin Clinic* lebih memperhatikan efek samping produk dan melakukan upaya untuk meyakinkan konsumen bahwa produk *Hayyu Syar'i Skin Clinic* tidak memiliki efek samping.

Berdasarkan dari hasil kuesioner variabel citra merek, didapatkan indikator yang mempunyai respon paling rendah 4.33 pada item pertanyaan CM3 dan CM5 yaitu indikator melayani segmen tertentu dan memiliki nama yang baik di masyarakat. Berdasarkan nilai *mean* ini, maka disarankan agar *Hayyu Syar'i Skin Clinic* lebih mampu membidik segmen seperti apa dan lebih memperkenalkan merek *Hayyu Syar'i Skin Clinic* ke masyarakat. Karena sebagian masyarakat kurang mengenal klinik *Hayyu Syar'i Skin Clinic* sebagai klinik kecantikan yang ada di Surabaya.

Berdasarkan dari hasil kuesioner variabel loyalitas didapatkan indikator yang paling rendah 4.01 pada item pertanyaan L9 yaitu ketersediaan membayar lebih berdasarkan kebermanfaatan produk. Berdasarkan nilai *mean* ini, maka disarankan agar Hayyu Syar'i Skin Clinic untuk lebih memperhatikan dalam hal memberikan harga yang tidak begitu mahal sehingga pelanggan tetap loyal.

2. Peneliti selanjutnya

Berdasarkan latar belakang penelitian ini didapatkan informasi bahwa produk barang dan jasa perawatan sebenarnya memiliki karakteristik yang berbeda yang jika diteliti secara terpisahakan mendapatkan gambaran yang lebih menarik. Berdasarkan informasi ini, maka disarankan agar penelitian selanjutnya dapat meneliti produk Hayyu Syar'i Skin Clinic dengan pembedaan produk barang dan produk jasa perawatan (*skin treatment*) sehingga bisa lebih spesifik..

DAFTAR PUSTAKA

- Dewi, P. S. A., & Suprapti, N. W. S. (2018). Membangun Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Yang Dipengaruhi Oleh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Citra Merek (Studi Pada Produk Smartphone Merek Oppo). *Matrik : Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 87. <https://doi.org/10.24843/Matrik:Jmbk.2018.V12.I02.P01>
- Ghozali, I. Dan H. L. (2014). *Partia Least Square Konsep, Metode Dan Aplikasi Menggunakan Program Warppls 4.0*. Universitas Diponegoro.
- Ifana, V. M., & Suryani, T. (2019). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, Dan Kualitas Layanan Pada Loyalitas Merek Pakaian Zara. *Journal Of Business & Banking*, 6(2). <https://doi.org/10.14414/Jbb.V6i2.1302>
- Khoironi, T. A., Syah, H., & Dongoran, P. (2018). Product Quality, Brand Image And Pricing To Improve Satisfaction Impact On Customer Loyalty. *International Review Of Management And Marketing*, 8(3), 51–58.
- Kristiningsih, Hartini, S., & Usman, I. (2020). The Role Of Supply Chain Management On Consumer Service Innovativeness And Consumer Attitude. *International Journal Of Supply Chain Management*, 9(1), 732–739.
- Kuncoro, M. (2013). *Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi*. Erlangga.
- Lise Tiasanty, & Sitio, A. (2020). Analysis Of The Effect Of Service Quality, Product Quality And Brand Image On Customer Satisfaction And Its Implications On Consumer Loyalty Pt. Sharp Electronics Indonesia (Case Study At Karawang Sharp Direct Service Station). *International Journal Of Engineering Technologies And Management Research*, 6(6), 197–212. <https://doi.org/10.29121/Ijetmr.V6.I6.2019.408>
- Nilda, M. J., & Herianto. (2020). *Konsep Uji Validitas Dan Reliabilitas Dengan Menggunakan Spss. 18210047*.
- Novitasari, A., & Suryani, T. (2019). Peran Kepercayaan Merek, Citra Merek, Dan Celebrity Endorsement Terhadap Loyalitas Merek Bedak Tabur Wardah. *Journal Of Business & Banking*, 7(2). <https://doi.org/10.14414/Jbb.V7i2.999>
- Ramadhani, D. (2018). Pengaruh Citra Merek Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 445–449. <http://www.ejurnal.id/index.php/jsm/article/view/198>
- Sekolah, M., Ilmu, T., & Bengkalis, S. (2020). *Analisis Dimensi Loyalitas Pelanggan*. 9(1), 54–64.
- Supriyadi, S., Wiyani, W., & Nugraha, G. I. K. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. In *Jurnal Bisnis Dan*

Manajemen (Vol. 4, Issue 1). <https://doi.org/10.26905/jbm.v4i1.1714>

Tomida, M., & Satrio, B. (2016). Pengaruh Harga Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Footwear Yongki Komaladi Di Surabaya. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (Stiesia) Surabaya*, 5, 15.

Warusman, J. D., & Untarini, N. (2016). Pengaruh Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Anggota Komunitas Sepeda Motor Honda Vario 125cc Di Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen (Jim)*, 4(2), 35–41.

Yunaida, E. (2018). Pengaruh Brand Image (Citra Merek) Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas Evalube Di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(2), 798–807. <https://doi.org/10.33059/jmk.v6i2.685>

Zaluchu, S. E. (2020). Di Dalam Penelitian Agama. *Jurnal*, 4, 28–38.

Hr Al-Bukhari No 6491 Dan Muslim No 128

Qs Al-Maidah [5]: 87

Qs. Al-Mujadilah; Ayat 11

Qs An-Nur Ayat 24

Qs Al-Hujuraat Ayat 6

Qs. Asy- Syu'ara' Ayat 181-183

<https://hayyu.id/>

<https://www.sodexo.co.id/>

<https://www.suara.com>

<https://www.liputan6.com>

<https://www.industry.co.id>

