

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dan analisis yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah:

Dari 100 konsumen di Situs Komunitas Online Female Daily terbagi ke dalam dua kelompok, yaitu kelompok konsumen yang loyal dan kelompok konsumen yang tidak loyal. Hal ini yang menyebabkan konsumen loyal diantaranya kepuasan konsumen, kepercayaan merek dan pengalaman konsumen. Secara keseluruhan kepuasan konsumen, kepercayaan merek dan pengalaman konsumen berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas konsumen. Hal tersebut dibuktikan dengan uji *Wilk's Lambda* yang memiliki nilai sig. Sebesar 0,0000. Pada analisis diskriminan, jika nilai sig. Kurang dari 0,05 maka di nyatakan variabel-variabel tersebut berpengaruh secara bersamaan. Variabel yang paling dominan membedakan diantara dua kelompok di akun Female Daily yaitu variabel kepuasan konsumen dan pengalaman konsumen. Hubungan antara kepuasan konsumen, kepercayaan merek, pengalaman konsumen terhadap loyalitas konsumen di kategorikan kuat. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil *Eigenvalues* sebesar 0,877.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

Dimana konsumen yang loyal dan tidak loyal dipengaruhi oleh variabel kepuasan konsumen, kepercayaan merek dan pengalaman konsumen. Namun variabel yang paling dominan membedakan dua kelompok konsumen di Situs Komunitas Online Female Daily yaitu variabel kepuasan konsumen dan pengalaman konsumen. Sebaiknya perusahaan garnier dapat memperhatikan kepuasan konsumen dan pengalaman konsumen yang lebih baik lagi. Dengan adanya peningkatan tersebut diharapkan dapat meminimalisir konsumen yang loyal dengan perusahaan Garnier.