

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang penulis lakukan terhadap Loyalitas Konsumen produk Wardah di Wilayah berdasarkan pengalaman pelanggan dan reputasi merek maka kesimpulan dalam penelitian ini yaitu:

1. Variabel *Experiential Marketing* dan Reputasi Merek secara keseluruhan/ simultan mempunyai pengaruh terhadap Loyalitas Konsumen, hal tersebut dibuktikan dengan uji F sebesar $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($13,438 > 3,09$).
2. Variabel *Experiential Marketing* secara parsial mempunyai pengaruh terhadap Loyalitas Konsumen, hal tersebut dibuktikan dengan uji t dengan nilai thitung sebesar $3,277 > t_{tabel}$ ($3,277 > 1,985$).
3. Variabel Reputasi Merek secara parsial mempunyai pengaruh terhadap Loyalitas Konsumen, hal tersebut dibuktikan dengan uji t dengan nilai thitung sebesar $3,836 > t_{tabel}$ ($3,836 > 1,985$).

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan yang telah dilakukan, maka saran yang dapat diberikan yaitu,

1. Sebaiknya produk lipstik Wardah harus bisa Mempertahankan dan memberikan pengalaman yang lebih berkesan agar konsumen merasa puas sehingga akan

melakukan pembelian ulang atau loyal serta dapat merekomendasikan produk lipstik Wardah untuk semua kalangan. Hal tersebut nantinya dapat memperluas pasar dari produk lipstik Wardah.

2. Sebaiknya perusahaan lebih meningkatkan lagi pada desain produk lipstik Wardah agar wardah mudah diingat oleh masyarakat sehingga wardah memiliki tampilan yang menarik dan melakukan pembelian ulang.
3. Sebaiknya Jika produk lipstik Wardah dijual secara eceran atau tidak pada *official store*, sebaiknya ditetapkan harga eceran tertinggi dan terendah untuk setiap produknya.

