

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan mengenai pengaruh *Customer Bonding* dan Harga terhadap Loyalitas Konsumen pada penggunaan produk *Skintific Skincare*. Maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengaruh *Customer Bonding* dan Harga terhadap Loyalitas Konsumen yang di uji secara simultan diperoleh sebesar 53,421 sedangkan nilai F tabel sebesar 2,30 maka dapat diketahui nilai F hitung $53,421 > F$ tabel 3,09 dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. Sehingga hipotesis simultan yang berbunyi terdapat pengaruh antara *Customer Bonding* dan Harga secara simultan terhadap Loyalitas Konsumen diterima (H_a diterima dan H_0 ditolak). Dengan kata lain dapat dikatakan bahwa variabel *Customer Bonding* dan Harga secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap variabel Loyalitas Konsumen.
2. Diketahui bahwa hasil Variabel *Customer Bonding* setelah melakukan uji hipotesis secara parsial (uji T), menunjukkan besaran $T_{hitung} < T_{tabel}$ yaitu $10,180 > 1,66$ dengan nilai probabilitas signifikansi $0,000 < 0,05$ yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *Customer Bonding* terhadap Loyalitas Konsumen.
3. Diketahui bahwa hasil variabel Harga Setelah melakukan uji hipotesis secara parsial (uji T), menunjukkan besaran $T_{hitung} > T_{tabel}$ yaitu $5,137 >$

1,66 yang artinya terdapat pengaruh dengan nilai probabilitas signifikansi $0,000 < 0,05$ antara Harga terhadap Loyalitas Konsumen.

Berdasarkan hasil diatas maka pengaruh *Customer Bonding* dan Harga terhadap Loyalitas Konsumen pada penggunaan produk *Skincare Skintific* dapat disimpulkan bahwa *Customer Bonding* dan Harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen pada penggunaan produk *Skintific Skincare*.

5.2 Saran

Berikut adalah berbagai saran yang diajukan oleh peneliti berdasarkan hasil penelitian :

1. Hal ini menunjukkan bahwa pihak pengelola produk *Skincare Skintific* hendaknya selalu meningkatkan *Customer Bonding* serta selalu menstabilkan Harga produk agar dapat berdampak pada Loyalitas Konsumen. Hal ini didukung oleh hasil penelitian bahwa nilai *Customer Bonding* dan Harga berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen.
2. Untuk pengelola *Skincare Skintific* diharapkan selalu memberikan pelayanan yang terbaik dan *feedback* yang baik terhadap pelanggan agar terjalin ikatan yang baik antara pelanggan dan konsumen serta mengontrol harga produk dengan baik karena nilai itu dapat berdampak pada Loyalitas Konsumen. Hal ini didukung oleh hasil penelitian bahwa nilai *Customer Bonding* dan Harga berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen.
3. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor lain yang belum diteliti dalam penelitian ini,

sehingga dapat meningkatkan Loyalitas Konsumen pada produk *Skintific Skincare*.