

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil analisis dan pembahasan diatas, maka kesimpulan Pengaruh *Brand Image*, *Brand Trust* Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *Brand Image* pada produk Madame Gie mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Artinya yaitu semakin tinggi *brand image* yang ada maka akan semakin tinggi juga tingkat loyalitas pelanggan, ketika Madame Gie memiliki citra yang positif dimata pelanggannya maka timbulnya sebuah loyalitas atau kesetiaan dari pelanggan dikarenakan citra perusahaan sudah baik.
2. *Brand Trust* pada produk Madame Gie mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Artinya yaitu semakin tinggi *brand trust* yang ada maka akan semakin tinggi pula loyalitas pelanggan.
3. *Brand Image* pada produk Madame Gie mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Artinya yaitu

semakin baik *brand image* Madame Gie maka akan semakin tinggi juga tingkat kepuasan pelanggan.

4. *Brand Trust* pada produk Madame Gie mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Artinya semakin tinggi *brand trust* yang ada maka akan semakin tinggi kepuasan pelanggan.
5. Kepuasan Pelanggan pada produk Madame Gie mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Artinya jika semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan, maka akan semakin tinggi pula rasa loyal yang dimiliki oleh pelanggan Madame Gie.
6. Kepuasan Pelanggan memediasi pengaruh *brand image* terhadap loyalitas pelanggan pada produk kosmetik Madame Gie. Hal tersebut berarti *brand image* produk Madame Gie yang terdiri dari penampilan fisik produk, kualitas produk, keunggulan produk, dan kemudahan merek telah memberikan kepuasan terhadap pelanggan yang berakibat pelanggan menjadi loyal terhadap *brand image* dari Madame Gie
7. Kepuasan Pelanggan memediasi pengaruh *brand trust* terhadap loyalitas pelanggan pada produk kosmetik Madame Gie. Hal tersebut berarti *brand trust* produk Madame Gie yang terdiri dari

Kepercayaan terhadap merek, Keamanan suatu merek, Kejujuran suatu merek telah memberikan kepuasan terhadap pelanggan yang menimbulkan pelanggan menjadi loyal terhadap *brand trust* dari Madame Gie.

8. Dalam sudut pandang Islam, *brand image*, *brand trust*, loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan yang diberikan Madame Gie dinilai sesuai dengan syariat Islam.

6.2. Saran

Berdasarkan dengan hasil penelitian diatas, maka dapat disarankan untuk Madame Gie terkait dengan *brand image*, *brand trust* terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan yaitu sebagai berikut:

1. Jumlah responden yang hanya 128 orang, tentunya masih kurang untuk menggambarkan keadaan yang sesungguhnya.
2. Adanya keterbatasan penelitian dengan menggunakan kuesioner yaitu terkadang jawaban yang diberikan oleh sampel tidak menunjukkan keadaan sesungguhnya.
3. Madame Gie perlu memperhatikan *brand image*, terutama kualitas produk yang harus ditingkatkan agar menjadikan pelanggan lebih percaya diri sehingga perlu meningkatkan *brand image* yang baik bagi pelanggan dengan menjaga kualitas produk.

4. Madame Gie harus memperkuat tingkat kepercayaan merek terhadap produknya agar para pelanggan bisa dapat lebih percaya pada produk Madame Gie.
5. Madame Gie diharapkan tetap sesuai syairat Islam dalam *brand image*, *brand trust* agar tetap memberikan manfaat dan tidak memberikan mudhorot bagi para pelanggan.
6. Penelitian ini jauh dari sempurna, maka untuk penelitian berikutnya diharapkan lebih baik dari sebelumnya.
7. Penelitian selanjutnya di sarankan untuk meneliti mengenai variabel harga, dan kualitas produk.