

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah diuraikan pada BAB IV pengaruh *Value Equity*, *Brand Equity*, dan *Relationship Equity* terhadap *Loyalty Intention* Lipstik Wardah di Bandar Lampung dan dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Dari hasil penelitian yang di lakukan terdapat pengaruh *Value Equity* (X1) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Loyalty Intention* (Y) pada objek produk lipstik Wardah di Bandar Lampung.
2. Dari hasil penelitian yang di lakukan *Brand Equity* (X2) tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Loyalty Intention* (Y) pada objek produk lipstik Wardah di Bandar Lampung.
3. Dari hasil penelitian yang di lakukan terdapat pengaruh *Relationship Equity* (X3) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Loyalty Intention* (Y) pada objek produk lipstik Wardah di Bandar Lampung.
4. Dari hasil penelitian yang di berdasarkan uji F yang telah dilakukan, dapat di simpulkan bahwa *Value Equity* (X1), *Brand Equity* (X2), dan *Relationship Equity* (X3) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Loyalty Intention* (Y) pada objek produk lipstik Wardah di Bandar Lampung.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan tersebut ada beberapa saran yang peneliti ajukan dan dapat di sajikan acuan sesuai hasil penelitian, diantaranya:

1. Sebaiknya produk lipstik Wardah harus lebih dapat meningkatkan kualitas dari produknya. Agar konsumen lipstik Wardah tidak beralih ke merek yang lain. Dengan demikian hal tersebut akan dapat meningkatkan profit perusahaan. Kemudian produk lipstik Wardah

harus lebih dapat menambahkan dalam memasarkan produknya sehingga konsumen dapat dengan mudah menemukan produk Wardah ditoko kosmetik dimana saja. Lalu produk kosmetik lipstik Wardah sebaiknya dapat membuat inovasi terbaru untuk produk lipstiknya. Sehingga konsumen tidak mudah bosan dengan produk lipstik yang itu – itu saja.

Kemudian penting untuk produk lipstik Wardah di Bandar Lampung untuk mempertahankan kualitas dari produk, harga dari produk/layanan perusahaan itu baik, sehingga hal tersebut dapat mempengaruhi *Value Equity* terhadap *Loyalty Intention*, peningkatan kepuasan pelanggan, niat pembelian dan pembelian kembali yang lebih besar, serta meningkatkan loyalitas merek. Peneliti memiliki pendapat bahwa *Value Equity* umumnya didapat oleh konsumen dari berbagai aspek seperti harga yang dibayar sebanding dengan kualitas yang didapat, seberapa baiknya produk tersebut, serta penilaian secara keseluruhan terhadap produk tersebut.

2. Sebaiknya produk lipstik Wardah harus lebih dapat menanamkan nilai dari merek produknya agar produk dari lipstik Wardah dapat disukai oleh konsumen yang akan menimbulkan keinginan konsumen untuk kembali membeli produk lipstik Wardah. Kemudian sebaiknya produk lipstik Wardah harus dapat lebih aktif lagi untuk meningkatkan iklan dari produknya dan selalu memberikan informasi terkait produk lipstik Wardah jika ada inovasi terbaru dari produk lipstiknya, kemudian agar selalu tertanam dalam benak konsumen adanya produk lipstik Wardah yang nantinya akan menimbulkan keinginan untuk membeli produk lipstik Wardah.

Lalu sebaiknya produk lipstik Wardah harus dapat mencoba untuk memberikan dan belajar untuk lebih mengetahui apa yang menjadi keinginan konsumennya. Selanjutnya sebaiknya produk lipstik Wardah harus lebih memperkenalkan perusahaan dan produknya kepada para konsumen. Seperti melakukan dan mengadakan kegiatan secara berkala dengan konsumen setianya pada waktu – waktu tertentu. Agar konsumen lebih dapat mengenal produk lipstik dari Wardah.

3. Sebaiknya produk lipstik Wardah harus lebih dapat sebaiknya produk lipstik Wardah harus berusaha untuk lebih meningkatkan hubungannya dengan para konsumennya seperti melakukan seminar tentang kecantikan mengadakan *beauty class* dalam sebuah organisasi atau lebih memperhatikan para konsumennya mengenalkan produk inovasi lipstik terbaru kepada para konsumennya. Kemudian sebaiknya produk lipstik merek Wardah harus dapat lebih ramah lagi ketika sedang berinteraksi dengan para konsumennya agar konsumen merasa mendapatkan pelayanan dan perhatian yang diberikan oleh pihak Wardah. Sehingga dapat menimbulkan keinginan konsumen untuk tetap tinggal dengan merek tersebut.

Lalu sebaiknya perusahaan harus lebih dapat mengayomi para karyawannya untuk lebih mudah didekati oleh konsumen. Perusahaan dapat memberikan pelatihan kepada para karyawannya agar lebih mudah dan mengerti bagaimana jika sedang berinteraksi dengan konsumen. Hal – hal tersebut penting bagi produk lipstik wardah dikarenakan saran tersebut berkaitan dengan *Relationship Equity* terhadap *Loyalty Intention* yang dapat dirasakan konsumen sehingga dapat mengarah pada niat kesetiaan dalam diri konsumen.

4. Sebaiknya produk lipstik Wardah dapat meningkatkan *Value Equity* *Brand Equity* dan *Relationship Equity* yang nantinya akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara terus – menerus yang akan berakhir pada *Loyalty Intention*.