

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan Pengaruh *Product Quality* terhadap *Customer Loyalty* pada kosmetik halal melalui *Customer Satisfaction* dan *Religiosity* sebagai variabel intervening (Studi Kasus Muslimah Generasi Z) maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *Product Quality* berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction* pada kosmeik halal (Studi Kasus Muslimah Generasi Z)
2. *Customer Satisfaction* berpengaruh terhadap *Customer Loyalty* pada kosmetik halal (Studi Kasus Muslimah Generasi Z)
3. *Religiosity* berpengaruh terhadap *Customer Loyalty* pada kosmetik halal (Studi Kasus Muslimah Generasi Z)
4. *Product Quality*, *Customer Loyalty* berpengaruh dengan *Customer Satisfaction* sebagai variabel intervening pada kosmetik halal (Studi Kasus Muslimah Generasi Z)
5. *Product Quality*, *Customer Loyalty* berpengaruh dengan *Religiosity* sebagai variabel intervening pada kosmetik halal (Studi Kasus Muslimah Generasi Z)

#### 5.2 Saran

##### 5.2.1 Bagi Perusahaan

1. Menyarankan bagi perusahaan terutama dalam bidang kosmetik untuk lebih meningkatkan kualitas produk kosmetik halal sehingga para konsumen tetap mempercayai akan perusahaan dalam bidang kosmetik halal di Indonesia.
2. Menyarankan bagi perusahaan kosmetik halal agar dapat membuat startegi untuk konsumen agar mereka tetap loyal terhadap perusahaan kosmetik halal dengan cara meningkatkan layanan yang baik, melebihi harapan pelanggan serta memiliki nilai tambah bagi perusahaan tersebut.

3. menyarankan bagi perusahaan kosmetik halal untuk memiliki nilai keyakinan terhadap agamanya serta meyakini diri sendiri akan produk kosmetik halal yang akan di produksinya sangat disarankan terutama untuk di gunakan konsumen yang beragama muslim.

4. Menyarankan bagi perusahaan di bidang kosmetik halal agar dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dengan membuat produk yang berkualitas baik dari bahan dan sistem produksinya. Dan juga memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan sehingga dapat menciptakan kepuasan pelanggan serta meraih loyalitas pelanggan yang baik untuk perusahaan.

5. Menyarankan bagi perusahaan di bidang kosmetik halal untuk lebih mempunyai strategi yang baik serta dapat digunakan pada setiap aktivitas pemasaran yang dilakukan secara religiosity dalam produk kosmetik halal.

### **5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya**

Penelitian ini peneliti membahas tentang pengaruh *Product Quality* terhadap *Customer Loyalty* pada kosmetik halal melalui *Customer Satisfaction* dan *Religiosity* sebagai variabel intervening untuk pengembangan mendatang peneliti menyarankan kepada peneliti selanjutnya untuk mengukur kepuasan konsumen muslimah generasi Z.