

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai “**Pengaruh Harga Produk dan Kualitas Pelayanan Beauty Advisor Wardah Cosmetics Terhadap Kepuasan serta Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pelanggan Wardah Cosmetics di Wardah Beauty House (WBH) Bandung)**” melalui kuesioner yang dibagikan kepada 83 responden dapat disimpulkan bahwa :

- (1) Besar pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,292 atau 29,2% dan terdapat sisa sebesar 70,80% yang dipengaruhi oleh hal lain. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, dapat dikatakan bahwa harga produk yang ditawarkan sudah sesuai dengan kualitas yang diberikan sehingga pelanggan merasa puas terhadap produk yang dibeli. Tetapi disisi lain, tidak semua harga yang ditetapkan produk Wardah dapat bersaing dengan produk kompetitor lainnya, hal ini berkaitan dengan perbedaan kualitas yang dihasilkan, semakin mahal harga suatu produk, semakin tinggi juga kualitas yang diberikan.
- (2) Besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan sebesar 0,213 atau 21,3%. terdapat sisa sebesar 78,7% yang dipengaruhi oleh hal lain. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, kualitas pelayanan yang diberikan sudah baik, dapat dilihat saat kemampuan BA memahami keluhan pelanggan mengenai masalah kulit yang dihadapi, namun BA Wardah di WBH dinilai belum mampu memberikan saran yang sesuai dengan keinginan pelanggan untuk mengatasi keluhan yang dihadapi, karena pelanggan ingin masalah kulit wajah tersebut dapat teratasi dengan cara pemakaian dan waktu yang singkat, sedangkan perawatan kulit yang baik teratasi secara bertahap.
- (3) Pengaruh harga produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan adalah sebesar 0,928 atau 92,8%.

Sedangkan sisanya sebesar 7,5% merupakan pengaruh faktor-faktor lain diluar ketiga variabel independen tersebut. Dilihat dari pengaruh tidak langsung harga produk terhadap loyalitas pelanggan sebesar 39,7% dimana saat harga produk Wardah yang diinginkan pelanggan sesuai dengan keinginannya, maka pelanggan akan merasa puas dan akan kembali membeli produk tersebut setelah produk habis. Kemudian pengaruh tidak langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 33,9% yang dapat dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan saat BA cepat dan tanggap menanggapi permasalahan yang dihadapi pelanggan, sehingga pelanggan akan kembali ke WBH untuk konsultasi dan membeli produk Wardah kembali.

- (4) Besar pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 0,540 atau 5,4% dan terdapat sisa sebesar 94,6% yang dipengaruhi oleh hal lain. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, karena produk – produk Wardah yang terbaru akan di-*launching* dan penjualan pertama kali hanya di WBH, maka pelanggan akan segera bergegas untuk membeli produk tersebut ke WBH, namun setelah produk tersebut terjual di toko – toko terdekat, pelanggan tidak kembali ke WBH dan akan membeli produk Wardah ke lokasi terdekat saja meskipun tidak selengkap produk yang ditawarkan di WBH.

## 5.2 Saran

Saran yang dapat peneliti berikan agar WBH Bandung dapat memberikan yang lebih baik lagi untuk pelanggan dengan :

- (1) Harga produk yang ditawarkan brand Wardah terjangkau, dan lokasi WBH Bandung ini sudah sangat strategis berada di area tengah kota, dan berada diantara kampus dan instansi di Bandung, agar semakin menarik antusias dari masyarakat dapat diadakan promo produk Wardah dan perawatan yang menarik lagi, seperti diskon untuk produk *best seller*, *voucher* potongan pembelian Wardah ataupun bekerja sama dengan

kafe sekitar WBH dan pemberian hadiah dengan minimal pembelanjaan tertentu.

- (2) Peningkatan kualitas pelayanan BA Wardah di WBH ,erupakan salah satu hal yang penting, karena BA WBH merupakan salah satu contoh bagi BA lainnya ketika menanggapi masalah pelanggan saat datang ke toko. Hal yang dapat dilakukan dengan mengadakan *re-training* mengenai kesehatan kulit, cara berkomunikasi mengenai bagaimana cara meyakinkan pelanggan dan memahami tahapan yang perlu dilakukan dalam mengatasi masalah kulit yang dihadapi. Harapannya, pelanggan akan paham apa saja tahapan yang dihadapi untuk mengatasi masalah kulit yang dihadapi.
- (3) Keinginan dari pelanggan Wardah tentunya selalu berinovasi produk terbaru dengan kualitas yang baik dan harga terjangkau, dapat dilakukan dengan adanya survey pada pelanggan terkait produk yang diinginkan pelanggan dan selalu konsisten meningkatkan pelayanan dan produk yang ditawarkan agar menarik perhatian dari pelanggan.
- (4) Peningkatan rasa loyalitas pada pelanggan di WBH, salah satu cara yang dilakukan oleh BA yaitu dengan membuat *group chat* untuk menginfokan promo ataupun kegiatan yang ditawarkan pada pelanggan agar tertarik membeli produk Wardah kembali di WBH, jadi tidak hanya melalui media sosial seperti instagram atau twitter untuk mempromosikan promo tersebut, agar semua pelanggan Wardah mengetahui informasi tersebut.

Diharapkan dengan saran diatas dapat menciptakan rasa kepuasan dari pelanggan dalam bertransaksi dan akan meningkatkan rasa loyalitas pelanggan untuk kembali ke WBH Bandung.