

BAB IV

PENUTUP

Berdasarkan temuan-temuan yang dipaparkan dalam penelitian ini, terutama pada bab 3 yang membahas mengenai pengaruh *product quality* terhadap loyalitas konsumen dengan *trust* sebagai variabel mediasi (studi pada konsumen Lipstik Revlon di Kota Semarang), maka terdapat kesimpulan dan saran yang perlu dijadikan sebagai bahan referensi dan acuan bagi berbagai pihak yang berkepentingan.

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian yang telah disajikan pada bab 3 penelitian ini, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel *product quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *trust*, yang berarti semakin tinggi kualitas produk yang dirasakan oleh konsumen, semakin tinggi pula tingkat kepercayaan mereka terhadap produk atau merek tersebut. Dengan demikian maka **H1 diterima**.
2. Variabel *trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen, yang menunjukkan bahwa semakin tinggi kepercayaan konsumen terhadap suatu produk atau merek, semakin tinggi pula loyalitas mereka. Dengan demikian maka **H2 diterima**.
3. Variabel *product quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen, yang berarti bahwa kualitas produk yang baik dapat meningkatkan loyalitas konsumen secara langsung. Dengan demikian maka **H3 diterima**.
4. Variabel *trust* berpengaruh positif dan signifikan, serta mampu memediasi *product quality* terhadap loyalitas konsumen, yang berarti bahwa kualitas

produk tidak hanya berpengaruh langsung terhadap loyalitas konsumen tetapi juga secara tidak langsung melalui *trust*. Dengan demikian **H4 diterima**.

4.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang diambil, peneliti mengajukan sejumlah rekomendasi yang layak untuk dipertimbangkan. Berikut adalah saran-saran yang diajukan:

1. Bagi Pengembangan Teori

Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa kualitas produk memiliki dampak terhadap kepercayaan dan loyalitas konsumen. Oleh karena itu, penelitian di masa depan dapat menggunakan pendekatan metode yang berbeda, seperti studi eksperimen atau longitudinal, guna menganalisis bagaimana perubahan kualitas produk dalam periode tertentu dapat memengaruhi tingkat kepercayaan serta loyalitas pelanggan. Pendekatan ini dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai proses pembentukan dan keberlanjutan persepsi konsumen terhadap kualitas produk dalam jangka panjang.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini masih memiliki keterbatasan dalam hal cakupan subjek dan area penelitian. Oleh karena itu, disarankan agar penelitian dilakukan lebih lanjut untuk mencakup area yang lebih luas.