

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan skripsi yang berjudul Pengaruh Brand Awareness terhadap Loyalitas Konsumen Kosmetik Wardah studi pada Outlet Wardah Carrefour Serang beralamatkan di Jalan Ahmad Yani No. 196-198, Sumur Pecung, Kecamatan Serang, Kota Serang-Banten. Maka penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Hasil analisis diperoleh dari uji hipotesis bahwa terdapat pengaruh positif *Brand Awareness* terhadap loyalitas konsumen yang dilakukan dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} yang menunjukkan bahwa t_{hitung} sebesar $7,997 >$ dari t_{tabel} $1,994$ dan tingkat signifikan $0,000 < 0,050$ hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima menunjukkan bahwa “*Brand Awareness* berpengaruh terhadap loyalitas konsumen”. Dan konstanta sebesar $0,074$ artinya bahwa jika *Brand Awareness* (X) yang dilakukan Outlet Wardah Carrefour Serang nilainya adalah nol, maka nilai loyalitas konsumen (Y) pada Outlet Wardah Carrefour Serang adalah $0,074$. Koefisien regresi variabel *Brand Awareness* (X) di Outlet Wardah Carrefour Serang sebesar $0,908$ artinya jika variabel mengalami kenaikan 1 point maka peningkatan Loyalitas Konsumen (Y) akan bertambah.
- 2) Angka koefisien determinasi yang dilakukan pada uji determinasi diperoleh nilai *r square* sebesar $0,481$ yang artinya menunjukkan bahwa *Brand Awareness* dapat menjelaskan

pengaruhnya terhadap loyalitas konsumen yaitu sebesar 48,1%. Sedangkan sisanya sebesar 51,9% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini seperti faktor harga, letak geografis dan lain sebagainya.

B. Saran

Berdasarkan uraian kesimpulan diatas, maka dengan ini penulis dapat memberikan beberapa saran yang mudah-mudahan dapat memberikan kontribusi pada peningkatan kinerja karyawan dalam membangun kesadaran merek yang baik sehingga akan menimbulkan loyalitas konsumen yang sangat berguna untuk kelangsungan perusahaan, adapun saran-saran tersebut adalah:

1. Pada Carrefour Serang dan PT.Paragon Technology and Innovation hendaknya berusaha untuk selalu senantiasa meningkatkan kinerja karyawan tentunya dalam hal melayani para konsumen.
2. Pada SPG (*Sales Promotion Girl*) Outlet Wardah Carrefour Serang diharapkan lebih inovatif dalam rangka membuat konsumen merasa aman, nyaman dan lebih berinteraksi dan menjalin hubungan yang baik pada setiap konsumen agar konsumen tetap setia dan loyal pada perusahaan.
3. Pada Carrefour Serang dan PT.Paragon Technology and Innovation untuk terus berfikir dan bertindak secara sistematis agar kualitas karyawan dan pelayanan harus selalu diperbaiki dan ditingkatkan dari waktu ke waktu.