

## BAB V

### KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Gambaran atribut produk kosmetik lipstik Revlon desain produk merupakan dimensi yang dinilai tinggi oleh pelanggan hal ini sesuai dengan skor yang diperoleh dimensi tersebut. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kosmetik lipstik Revlon memiliki desain yang unik dan menarik baik itu dari segi bentuk atau kemasannya sehingga diharapkan akan memberikan kepuasan bagi para konsumennya dengan produk yang berkualitas disertai desain yang menarik. Sedangkan fitur produk merupakan dimensi yang mendapat penilaian rendah dari responden hal ini dapat dilihat dari skor yang diperoleh dimensi tersebut, rendahnya penilaian fitur produk oleh responden hal ini dapat disebabkan karena dari segi kelengkapan responden tidak mengetahui secara keseluruhan semua rangkaian kosmetik lipstik Revlon
2. Gambaran *customer service* Kosmetik Lipstik Revlon dapat disimpulkan sebagai berikut dimensi *Tactful* (kebijaksanaan) menjadi dimensi yang dinilai tinggi oleh responden dengan item para konsultan kecantikan Revlon (*Beauty Advisor*) bersikap baik dan adil dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan hal ini dapat dilihat dari skor yang diperoleh dimensi tersebut. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa konsultan kecantikan kosmetik Revlon (*Beauty Advisor*) bersikap bijaksana terhadap semua pelanggan. Selain itu masih dalam dimensi *customer service responsibility* (bertanggung jawab) menjadi dimensi yang memperoleh skor paling rendah yaitu sekitar

Hal ini dapat disebabkan karena ada beberapa responden yang masih merasa kurang puas dengan pelayanan yang diberikan *Beauty Advisor*.

3. Tanggapan terhadap kepuasan pelanggan kosmetik lipstik Revlon yaitu sebagai berikut : pada dimensi kepuasan pelanggan terhadap atribut produk kepuasan terhadap kualitas produk merupakan dimensi yang dinilai tinggi oleh responden hal ini sesuai dengan skor yang diperoleh dimensi tersebut. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa responden sudah puas dengan kualitas produk kosmetik lipstik Revlon baik itu dari segi bahan yang digunakan maupun kekuatan serta daya tahan pemakaiannya. Sedangkan kepuasan terhadap desain produk merupakan dimensi yang mendapat penilaian rendah dari responden hal ini dapat disebabkan karena responden kurang mementingkan bentuk atau kemasan kosmetik lipstik Revlon tetapi mereka lebih mementingkan kualitas serta fungsi kosmetik lipstik itu sendiri.
4. Gambaran kepuasan pelanggan terhadap *customer service* kosmetik lipstik dapat disimpulkan sebagai berikut : *responsibility* (bertanggung jawab) menjadi item yang dinilai tinggi oleh responden, hal ini sesuai dengan skor yang diperoleh dimensi tersebut. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa responden sudah merasa puas dengan tanggung jawab yang diberikan *Beauty Advisor* kepada pelanggannya. Skor terendah pada *customer service* terdapat pada dimensi *Friendly* (Ramah), hal ini sesuai dengan skor yang diperoleh dimensi tersebut. Hal ini disebabkan karena masih ada sebagian responden yang merasa sikap *Beauty Advisor* belum sepenuhnya ramah dalam melayani pelanggan hal ini bisa disebabkan kejenuhan yang dirasakan *Beauty Advisor* ketika melayani pelanggan

5. Gambaran tingkat loyalitas pelanggan kosmetik lipstik Revlon dapat disimpulkan sebagai berikut : Kosmetik lipstik Revlon memiliki pelanggan yang setia, hal ini terlihat dari 70 responden 22 orang termasuk kategori *client*, 33 orang termasuk kategori *advocates* dan 32 orang termasuk katgori *patners*.
6. Atribut Produk memiliki pengaruh untuk yang cukup kuat untuk membangun dengan melakukan peningkatan unsur-unsur produk seperti kualitas, fitur serta desain diharapkan akan memberikan kepuasan bagi para konsumennya dan dari kepuasan itu akan menciptakan loyalitas pelanggan. Atribut produk yang terdiri dari kualitas, fitur serta desain kepuasan.
7. *Customer Service* berpengaruh kuat terhadap kepuasan pelanggan. Dengan memberikan *Customer service* yang terdiri dari *caring, observant, mindful, friendly, obliging, responsibility dan tactful* kepada para pelanggan kosmetik lipstik Revlon diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan kosmetik lipstik Revlon yang akan berdampak pada loyalitas pelanggan.
8. Kepuasan pelanggan berpengaruh cukup kuat terhadap loyalitas pelanggan. Dan pengaruh yang paling besar ditunjukkan oleh kepuasan terhadap *customer service*. Dengan semakin ditingkatkannya *customer service* yang diberikan kepada pelanggan diharapkan dapat mempertahankan serta meningkatkan loyalitas pelanggan kosmetik lipstik Revlon.

## 5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian yang menjadi rekomendasi bagi perusahaan kosmetik Revlon untuk meningkatkan loyalitasnya adalah sebagai berikut :

1. Rekomendasi yang berkaitan dengan Atribut Produk . Untuk komponen atribut produk kosmetik lipstik Revlon yang harus mendapatkan perhatian yaitu berhubungan dengan fitur produk khususnya yang berhubungan dengan rangkaian jenis dan inovasi yang dilakukan hal ini dapat dilakukan dengan cara perusahaan Revlon mengadakan *launching product* pada konsumen untuk setiap jenis kosmetik yang baru, selain itu dapat dilakukan juga dengan cara melakukan pemajangan yang lengkap pada setiap *counter* atau katalog sehingga dengan demikian konsumen akan mengetahui secara menyeluruh semua rangkaian jenis kosmetik yang dimiliki Revlon selain itu dari segi inovasi sebaiknya perusahaan kosmetik Revlon melakukan inovasi secara menyeluruh bukan hanya pada kosmetik jenis lipstik saja sehingga semua jenis kosmetik Revlon memiliki variant yang berbeda untuk setiap tahunnya.
2. Rekomendasi yang berkaitan dengan *Customer Service*. yang harus mendapat perhatian dari perusahaan kosmetik Revlon yaitu yang berhubungan dengan *responsibility* (bertanggung jawab) dari para *Beauty Advisor*. Khususnya yang berhubungan dengan informasi yang diberikan serta produk kosmetik yang dianjurkan. Hal ini dapat dilakukan dengan cara memberikan garansi produk untuk setiap produk kosmetik yang dianjurkan yang tidak cocok dengan konsumen, selain itu yang berhubungan dengan informasi perusahaan Revlon harus lebih meningkatkan pengetahuan para *Beauty Advisor*nya khususnya yang berhubungan dengan pengetahuan

kosmetik dan kecantikan sehingga tidak mengalami kesalahan dalam memberikan informasi.

3. Rekomendasi terhadap peningkatan kepuasan pelanggan yang berhubungan dengan Atribut Produk. Kepuasan pelanggan dari segi desain, dalam hal ini yang berhubungan dengan bentuk kosmetik lisptik Revlon yang harus dilakukan perusahaan yaitu perusahaan Revlon adalah menciptakan bentuk serta kemasan kosmetik yang lebih menarik lagi sehingga hal ini akan dianggap penting oleh konsumen. Dengan kualitas yang baik ditunjang bentuk serta kemasan yang menarik hal ini akan menjadi daya tarik tersendiri bagi suatu produk khususnya kosmetik. Dengan demikian konsumen akan lebih puas dengan produk yang berkualitas tinggi disertai bentuk yang menarik.
4. Rekomendasi terhadap peningkatan kepuasan pelanggan terhadap *customer service* dalam hal ini yang berhubungan dengan tingkat keramahan atau *Friendly* dari *Beauty Advisor*. Yang harus dilakukan perusahaan kosmetik Revlon yaitu dengan cara memberikan pelatihan kepada para *Beauty Advisor*nya terutama yang berhubungan dengan perilaku dan tata cara pemberian pelayanan yang baik kepada konsumennya. Hal ini bertujuan untuk membentuk kepribadian dari *Beauty Advisor* sebagai seorang konsultan yang memiliki kepribadian yang ramah dan menyenangkan bagi para konsumennya. sehingga konsumen akan merasa lebih nyaman saat berkonsultasi, dengan demikian konsumen akan merasa lebih puas dengan pelayanan yang diberikan.

