

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa *brand awareness* berada pada kategori sangat kuat sehingga *brand awareness* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan terhadap produk kosmetik kecantikan pada pelanggan Dyns Accessories di TikTok, dengan demikian hipotesis dapat diterima atau teruji kebenarannya. Artinya semakin kuat kesadaran merek pelanggan maka loyalitas pelanggan juga akan semakin meningkat begitu juga sebaliknya.
2. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa *augmented reality* berada pada kategori sangat kuat sehingga *augmented reality* berpengaruh kepada loyalitas pelanggan terhadap produk kosmetik kecantikan pada pelanggan Dyns Accessories di TikTok. Dengan demikian hipotesis dapat diterima dan teruji kebenarannya. Artinya semakin kuat pengalaman interaktif pelanggan melalui *augmented reality* maka loyalitas pelanggan juga akan semakin meningkat begitu juga sebaliknya.
3. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa *brand awareness* dan *augmented reality* terhadap loyalitas pelanggan berada pada kategori sangat kuat, sehingga *brand awareness* dan *augmented reality* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan terhadap produk kosmetik kecantikan Dyns Accessories di TikTok. Dengan demikian hipotesis dapat diterima dan teruji kebenarannya, artinya semakin kuat kesadaran merek pada pelanggan dan

pengalaman interaktif melalui *augmented reality* maka loyalitas pelanggan juga akan semakin meningkat begitupun sebaliknya.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan tersebut, dapat diperoleh beberapa saran yang diharapkan bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Berikut saran yang dapat diberikan :

1. *Brand awareness* pada Dyns Accessories di TikTok sudah tergolong baik, hal ini terlihat dari tingginya kemampuan pelanggan dalam mengenali produk melalui tampilan visual maupun *live streaming*. Oleh karena itu, disarankan agar Dyns Accessories tetap mempertahankan dan meningkatkan konsistensi identitas merek, seperti penggunaan logo, warna, serta konsep konten yang khas. Selain itu, perlu meningkatkan frekuensi *live streaming* dan konten interaktif agar pelanggan lebih sering terpapar merek sehingga dapat meningkatkan *brand recall* yang masih relatif lebih rendah.
2. Pemanfaatan *augmented reality* pada Dyns Accessories sudah baik, namun masih perlu ditingkatkan terutama pada aspek interaktivitas dan kepercayaan pelanggan. Oleh karena itu, disarankan agar Dyns Accessories mengembangkan fitur *augmented reality* yang lebih interaktif, seperti simulasi penggunaan produk atau *virtual try-on*, serta menambahkan informasi yang lebih detail agar pelanggan semakin yakin terhadap produk yang ditawarkan. Selain itu, perlu didukung dengan testimoni atau ulasan pelanggan untuk meningkatkan tingkat kepercayaan.

3. Loyalitas Pelanggan pada Dyns Accessories di TikTok sudah cukup baik, terutama dalam hal kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk kepada orang lain. Namun, aspek ketahanan terhadap produk pesaing masih perlu ditingkatkan. Oleh karena itu, disarankan agar Dyns Accessories membuat program loyalitas pelanggan seperti pemberian diskon khusus, promo eksklusif, atau *reward* bagi pelanggan setia agar pelanggan tidak mudah beralih ke produk pesaing.
4. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan referensi dan perbandingan. Peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan, seperti kualitas produk, harga, kepuasan pelanggan, maupun kepercayaan (*trust*). Selain itu, dapat memperluas objek penelitian pada *platform* lain atau *brand* yang berbeda agar hasil penelitian menjadi lebih luas dan komprehensif.