

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan tujuan penelitian, perumusan masalah, landasan teori, serta hasil analisis data yang telah dipaparkan pada Bab I hingga Bab IV, maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini berhasil menjelaskan pengaruh customer experience dan brand trust terhadap customer loyalty produk skincare Kahf pada Generasi Z di e-commerce TikTok. Kesimpulan disusun berdasarkan temuan empiris dari 120 responden yang telah dianalisis menggunakan regresi linear berganda.

Adapun kesimpulan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *Customer Experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Loyalty* skincare khaf pada generasi z di e-commerce tiktok.
2. *Brand Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Loyalty* skincare khaf pada generasi z di e-commerce tiktok.

3. *Customer experience* dan *brand trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty* skincare kahf pada generasi z di *ecommerce* tiktok.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diuraikan, maka saran yang dapat diberikan diharapkan mampu memberikan kontribusi baik secara praktis maupun akademis. Saran disusun dengan mempertimbangkan keterbatasan penelitian serta peluang pengembangan penelitian selanjutnya.

Adapun saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan, khususnya pengelola brand skincare Kahf, disarankan untuk terus meningkatkan kualitas customer experience di TikTok Shop, terutama pada aspek interaksi live shopping, kejelasan informasi produk, dan kemudahan proses transaksi, karena pengalaman berbelanja yang positif terbukti mampu meningkatkan loyalitas konsumen Generasi Z.
2. Perusahaan juga disarankan untuk mempertahankan dan memperkuat brand trust melalui konsistensi kualitas produk, transparansi informasi, serta pelayanan purna jual yang responsif. Mengingat brand trust memiliki pengaruh paling dominan, upaya membangun kepercayaan jangka panjang menjadi strategi penting dalam mempertahankan loyalitas pelanggan.

3. Perusahaan disarankan untuk terus memperkuat customer loyalty dengan mendorong pembelian ulang, meningkatkan preferensi merek, dan menjaga komitmen pelanggan agar tidak berpindah ke merek lain. Upaya ini penting untuk mempertahankan loyalitas pelanggan skincare Kahf di TikTok Shop secara berkelanjutan.