

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Temuan berikut diperoleh dari analisis data yang dilakukan dalam penelitian yang berjudul "Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Produk Sepatu Sneakers Nike (Studi Pada Mahasiswa Upn "Veteran" Jawa Timur)" maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Analisis ketiga variabel sekaligus (Uji F) menunjukkan bahwa di Surabaya, loyalitas konsumen (Y) terhadap Sepatu Nike dipengaruhi secara signifikan oleh citra merek (X1), kualitas produk (X2), dan kepuasan konsumen (X3). Minat membeli suatu produk dapat muncul ketika konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti kualitas produk, bagaimana produk tersebut dibandingkan dengan pesaing, dan ulasan positif dari pembeli lain.
2. Citra Merek (X1) memiliki pengaruh parsial dan signifikan secara statistik terhadap Loyalitas Konsumen (Y) terhadap item Sepatu Nike di Surabaya, menurut hasil analisis uji parsial (Uji t). Hal ini disebabkan karena loyalitas konsumen terhadap suatu produk berkorelasi langsung dengan ketenaran selebriti dan kemampuan produk tersebut dalam menyampaikan informasi.
3. Ketiga, di Surabaya, kualitas produk (X2) Sepatu Nike memiliki pengaruh yang cukup signifikan terhadap loyalitas konsumen (Y), menurut hasil analisis uji parsial (uji-t). Hal ini disebabkan karena

reputasi yang lebih baik terhadap kualitas produk dapat menyebabkan peningkatan loyalitas konsumen.

4. Kepuasan konsumen (X3) memiliki pengaruh yang sebagian tetapi substansial terhadap loyalitas konsumen (Y) terhadap item Sepatu Nike di Surabaya, menurut hasil analisis uji parsial (uji-t). Hal ini karena loyalitas pelanggan meningkat secara proporsional dengan tingkat kepuasan konsumen.

5.2 Saran

Peneliti dapat mengusulkan berbagai ide berdasarkan temuan literatur yang ada, termasuk:

1. Penulis penelitian bertujuan agar temuan mereka akan menambah pengetahuan di bidang administrasi bisnis dan menjelaskan metode pemasaran yang efektif bagi perusahaan.
2. Peneliti masa depan dapat menggunakan kesimpulan penelitian ini sebagai titik awal untuk memperluas ukuran sampel mereka dan memeriksa elemen lain yang tidak dipertimbangkan dalam penelitian ini. Faktor-faktor ini berpotensi memengaruhi loyalitas konsumen dan menghasilkan hasil yang berbeda.
3. Untuk meningkatkan loyalitas konsumen, Nike Sneakers mengandalkan pemilihan selebritas populer sebagai duta merek. Para selebritas ini membantu penjualan sepatu dengan membuatnya tampak bagus, yang pada gilirannya memperkuat reputasi sepatu sebagai sepatu berkualitas tinggi di benak pembeli. Selain itu, dengan tetap fokus pada pemasaran daring untuk merek Nike Sneakers dan kualitas

produk, perusahaan dapat memastikan bahwa konsumen merasa puas dengan pembelian mereka dan mendorong orang lain untuk melakukan hal yang sama.

4. Di bidang pemasaran, informasi atau bacaan dari pihak ketiga dapat digunakan sebagai referensi untuk topik-topik seperti citra merek, kualitas produk, kepuasan konsumen, dan loyalitas produk.