

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab IV, dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antaran variabel citra merek terhadap kepuasan pelanggan pada studi pengguna Sepatu Converse di Daerah Istimewa Yogyakarta
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada studi pengguna Sepatu Converse di Daerah Istimewa Yogyakarta
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada studi pengguna Sepatu Converse di Daerah Istimewa Yogyakarta
4. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel citra merek terhadap loyalitas pelanggan pada studi pengguna Sepatu Converse di Daerah Istimewa Yogyakarta
5. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada studi pengguna Sepatu Converse di Daerah Istimewa Yogyakarta
6. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel citra merek terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh variabel kepuasan

pelanggan pada pada studi pengguna Sepatu Converse di Daerah Istimewa Yogyakarta

7. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh variabel kepuasan pelanggan pada studi pengguna Sepatu Converse di Daerah Istimewa Yogyakarta

## **B. Saran**

1. Akademik
  - a. Memperluas atau menyalurkan metode penelitian yang lebih representatif.
  - b. Menambahkan variabel penelitian yang lebih relevan untuk mengukur pengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan
2. Praktek
  - a. Dalam pengumpulan data, dapat menambahkan dengan metode lain seperti wawancara atau observasi langsung kepada responden.
3. Untuk Sepatu Converse agar terus menjaga citra merek, yang telah dipercaya oleh konsumen serta terus meningkatkan kualitas produk yakni kualitas sepatu yang dimiliki. Karena dari hasil penelitian yang dilakukan kedua variabel tersebut telah menghasilkan kepuasan bagi pelanggan yang berlanjut menjadi sikap loyalitas yang mereka ciptakan. Adapun saran dari peneliti agar dapat mempertahankan citra

merek yaitu dengan diferensiasi, artinya selalu membuat sesuatu yang berbeda dari para pesaing. Selain itu menjalin *relation marketing* juga merupakan cara yang efektif untuk membangun hubungan dengan para konsumen.

### **C. Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini tentu memiliki keterbatasan sehingga hasil penelitian yang dicapai belum menunjukkan hasil yang begitu maksimal. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Dalam penarikan kuesioner yang telah peneliti sebarkan kepada responden, terdapat kuesioner yang tidak kembali dikarenakan beberapa alasan.
2. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini hanya 150 responden, akan lebih baik jika sampel yang diambil berjumlah lebih besar sehingga hasil penelitian dapat dilihat dalam sudut pandang yang luas serta persepsi responden yang lebih bervariasi.
3. Penelitian ini hanya menggunakan indikator dalam lingkup yang sempit. Diharapkan untuk penelitian selanjutnya agar dapat mencari dan memperluas indikator lain yang masih terkait dengan variabel