

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pengujian hipotesis yang telah dijelaskan sebelumnya pada bab IV, maka kesimpulan yang didapat adalah :

1. Harga yang diberikan oleh Nike kepada konsumen secara keseluruhan sudah baik karena 2 dari 3 indikator yang digunakan untuk mengukur harga sudah dinilai baik oleh konsumen Nike. Maka dapat dikatakan harga yang diberikan Nike sudah baik.

2. Tingkat kualitas produk Nike yang diberikan oleh Nike kepada konsumen secara keseluruhan sudah baik karena 7 dari 7 indikator yang digunakan untuk mengukur kualitas produk sudah dinilai baik oleh konsumen Nike. Maka dapat dikatakan kualitas produk yang diberikan Nike sudah baik.

3. Citra Merek yang diberikan oleh Nike kepada konsumen secara keseluruhan sudah baik karena 10 dari 11 indikator yang digunakan untuk mengukur citra merek sudah dinilai baik oleh konsumen Nike. Maka dapat dikatakan citra merek yang diberikan Nike sudah baik.

4. Loyalitas pelanggan Nike secara keseluruhan belum bisa dikatakan baik karena 3 dari 6 indikator yang digunakan untuk menilai loyalitas pelanggan masih dinilai buruk oleh konsumen. Maka dapat disimpulkan konsumen Nike belum loyal terhadap Nike.

5. Terdapat pengaruh dari harga terhadap loyalitas pelanggan tetapi tidak besar, hanya sebesar 0,371 dan nilai signifikansi harga diatas 0.05 jadi pengaruhnya tidak signifikan. Hal itu disebabkan karena responden tidak terlalu mementingkan harga tetapi mereka lebih menilai loyalitas dari citra merek yang baik.





6. Terdapat pengaruh dari kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan tetapi tidak besar, hanya sebesar 0,334 dan nilai signifikansi kualitas produk diatas 0.05 jadi pengaruhnya tidak signifikan. Hal itu disebabkan karena responden tidak terlalu mementingkan kualitas produk tetapi mereka lebih menilai loyalitas dari citra merek yang baik.
7. Terdapat pengaruh yang signifikan dari citra merek terhadap loyalitas pelanggan, hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan citra merek dibawah 0.05.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

## B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka dapat disarankan sebagai berikut :

### 1. Bagi Perusahaan

- Dalam tingkat harga manajemen Nike perlu melakukan penyesuaian harga yaitu memberikan harga sesuai dengan mamfaat, menyesuaikan harga agar konsumen tidak terbebani, memperhatikan harga pesaing, dan memberikan harga sesuai dengan kualitas produknya. Untuk penyesuaian-penyessuaian tersebut dapat dilakukan dengan melakukan riset kepada para konsumen yang mengunjungi outlet Nike tentang pemberian harga, juga melihat harga dari sisi pesaing agar dapat bersaing dengan baik, dan memberikan kualitas bahan baku yang baik agar para konsumen mendapatkan produk yang sesuai dengan harga yang dikeluarkan.
- Dalam tingkat kualitas produk manajemen Nike perlu melakukan peningkatan dalam membuat tampilan kemasan produk yang unik dan menarik, memperbanyak lagi variasi produk sepatu olahraga Nike, mempertahankan kualitas produknya, menambah fasilitas-fasilitas di outlet Nike. Untuk



melakukan penyesuaian-penyesuaian tersebut dapat dilakukan dengan melakukan riset kepada konsumen yang mengunjungi outlet Nike untuk membuat tampilan kemasan dan produk yang unik dan menarik juga dapat meminta pendapat tentang variasi-variasi baru agar dapat bersaing dengan para pesaingnya agar para konsumen semakin loyal dengan Nike.

- c. Dalam tingkat citra merek manajemen Nike perlu melakukan peningkatan dalam menyampaikan iklan dan promo-promo, juga meningkatkan kualitas SDM-nya, dan juga mendengarkan kritik dan saran dari konsumennya. Untuk melakukan penyesuaian-penyesuaian tersebut dapat dilakukan dengan melakukan riset kepada konsumen yang mengunjungi outlet Nike untuk mengetahui kritik dan saran yang baik untuk Nike, meningkatkan kualitas SDM agar para karyawan dapat menjadi lebih tanggap dalam menghadapi berbagai macam masalah, dan juga dapat melakukan promo yang lebih baik dari sebelumnya agar dapat bersaing dengan para pesaingnya sehingga para konsumen semakin loyal terhadap Nike.
- d. Dalam tingkat loyalitas pelanggan manajemen Nike perlu melakukan strategi agar konsumen semakin loyal terhadap Nike, seperti menyesuaikan harga produk agar terjangkau bagi konsumen, harga produk yang belum sebanding dengan apa yang didapat konsumen serta menjaga, meningkatkan kualitas produk, mengencarkan promo-promo agar konsumen selalu loyal terhadap merek sepatu olahraga Nike. Untuk mengatasi masalah tersebut maka perusahaan perlu melakukan strategi harga, peningkatan kualitas produk dan citra merek.

**C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## 2. Untuk Peneliti Selanjutnya

- C** Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
- a. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperbaiki keterbatasan yang terdapat dalam penelitian ini dengan menggunakan pendekatan-pendekatan lainnya.
  - b. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian dengan memasukkan variable lain seperti kepuasan konsumen, kualitas layanan dan ekuitas merek.
  - c. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas wilayah penelitian ke lingkup yang lebih besar.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.