

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. Kesimpulan

1. Persepsi konsumen terhadap atribut-atribut produk sepatu running merek Adidas seperti kualitas produk, fitur produk, desain produk, harga produk, merek produk adalah baik atau setuju bahwa atribut-atribut sepatu running merek Adidas.
2. Kualitas produk memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap pembelian ulang sepatu running merek Adidas.
3. Fitur produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pembelian ulang sepatu running merek Adidas.
4. Desain produk berpengaruh signifikan terhadap pembelian ulang sepatu running merek Adidas.
5. Harga produk berpengaruh signifikan terhadap pembelian ulang sepatu running merek Adidas.
6. Merek produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pembelian ulang sepatu running merek Adidas.

B. Saran

Berdasarkan keseluruhan pembahasan yang telah dilakukan dalam penelitian, maka penulis menganjurkan saran-saran yang dapat bermanfaat bagi Adidas.

1. Bagi perusahaan Adidas.
 - a. Unsur atribut kualitas produk menunjukkan pengaruh yang tidak signifikan terhadap pembelian ulang sepatu *running* merek Adidas maka dapat disimpulkan

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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



bahwa atribut kualitas produk Adidas sudah mempunyai persepsi yang baik sehingga konsumen tidak begitu memperhatikan atribut kualitas dari sepatu *running* merek Adidas tersebut. Adidas perlu mempertahankan persepsi dari konsumen tersebut.

- b. Unsur atribut fitur, desain, harga, merek sudah menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap pembelian ulang sehingga Adidas harus dapat menjaga unsur atribut tersebut agar tetap menjadi lebih baik karena atribut diatas memberikan pengaruh yang signifikan terhadap pembelian ulang.
- c. Unsur atribut fitur harus mendapatkan perhatian lebih karena fitur yang ditawarkan oleh Adidas sudah baik dan tidak ditawarkan oleh pesaingnya namun skor untuk tabel distribusi frekuensi masih terlihat kecil (3,43) bahkan mendekati batas untuk memasuki kategori setuju (3,4) sehingga perlu dilakukan perbaikan oleh pihak Adidas.

2. Bagi peneliti selanjutnya.

Peneliti selanjutnya diharapkan agar bisa meneliti unsur-unsur lain yang terdapat pada atribut produk seperti faktor eksternal apa saja yang mempengaruhi pembelian ulang.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.