

## BAB V PENUTUP



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka penelitian mengenai pengaruh *Co-branding* dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan sepatu Adidas di Karawang dengan 100 responden, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Menurut uji Parsial (uji t) Variabel *Co-branding* memiliki t hitung senilai 2,041 dengan nilai sig. 0,044. Hasil penelitian pada penelitian ini, memperoleh nilai t hitung > t tabel ( $2,041 > 1,980$ ) dan nilai signifikansi sebesar  $0,044 < 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis menyatakan hasil variabel *Co-branding* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
2. Seperti pada variabel *Co-branding*, variabel kepuasan pelanggan dalam penelitian memiliki t hitung senilai 3,542 dengan nilai sig. 0,001. Hasil penelitian pada penelitian ini, memperoleh nilai t hitung > t tabel ( $3,542 > 1,980$ ) dan nilai signifikansi sebesar  $0,001 < 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis menyatakan hasil variabel kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.





## B. Saran

Ⓒ Berdasarkan hasil analisis dan simpulan, dapat diajukan beberapa saran untuk penelitian selanjutnya dan untuk pihak-pihak yang berkepentingan.

Beberapa saran yang dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya yaitu:

### A. Bagi Adidas

#### **Co-branding**

Dilihat dari penelitian dan olah data Adidas di karawang dapat disimpulkan bahwa *Co-branding* secara nyata memiliki nilai yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Namun Adidas harus berhati-hati lagi dalam memilih perusahaan yang dipilihnya untuk melakukan *Co-branding* karena dilihat dari Kanye West dan Balenciaga, mereka melakukan hal yang tercoreng pada awal tahun 2023.

#### **Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan pelanggan pada Adidas sudah memiliki nilai signifikan yang sangat kuat, maka dari itu Adidas harus tetap mempertahankan Performanya dan/atau meningkatkan Performanya.

### B. Bagi peneliti selanjutnya

membuka peluang untuk peneliti selanjutnya meneliti dengan variabel yang sama ataupun berbeda atau menambah variabel penelitian karena diketahui Adidas masih memiliki persentase 78,8% variabel yang mempengaruhi loyalitas pelanggan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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.