

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data serta pembahasan mengenai pengaruh kepuasan pelanggan, kepercayaan pelanggan dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan, maka diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Kepuasan pelanggan berpengaruh negatif signifikan terhadap loyalitas pelanggan produk sepatu Adidas di Surabaya. Sehingga hipotesis kesatu mengenai pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pelanggan ditolak.
2. Kepercayaan pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas pelanggan produk sepatu Adidas di Surabaya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin pelanggan percaya pada Adidas maka semakin tinggi juga loyalitas pelanggan yang akan diterima Adidas dari para pelanggan.
3. Citra merek berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan produk sepatu Adidas di Surabaya. Dengan demikian bisa disimpulkan bahwa ketika produk Adidas memiliki citra yang baik maka pelanggan akan seterusnya menaruh loyalitas yang tinggi terhadap Adidas.

Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti menyadari bahwa penelitian ini memiliki keterbatasan, adapun keterbatasan pada penelitian ini ada beberapa keterbatasan yang dialami dan dapat menjadi beberapa faktor yang agar dapat untuk lebih diperhatikan bagi peneliti-peneliti yang akan datang dalam lebih menyempurnakan penelitiannya sebagai berikut :

1. kondisi saat ini adanya pandemi dan kebijakan protokol kesehatan membuat peneliti terbatas untuk melakukan bertemu dan berkomunikasi secara langsung dengan konsumen, sehingga tidak dapat menilai maupun memandu responden dalam memahami item pernyataan yang disajikan.
2. Proses pengambilan data, informasi yang diberikan responden melalui kuesioner terkadang kurang memahami pernyataan dari kuesioner, hal ini terjadi karena kadang perbedaan pemikiran, anggapan dan pemahaman yang berbeda tiap responden, juga faktor lain seperti faktor kejujuran dalam pengisian pendapat responden dalam kuesionernya.

Saran

Berdasarkan pembahasan dan simpulan yang ada dalam penelitian ini dapat dikembangkan menjadi beberapa saran dan masukan yang bisa diberikan bagi pihak-pihak yang mempunyai kepentingan dalam penelitian ini. Adapun beberapa saran yang dapat di berikan diantaranya:

1. Bagi perusahaan

Diharapkan perusahaan pemegang merek Adidas dapat meningkatkan kualitas layanan dan kualitas dari produknya agar para pelanggan menjadi lebih loyal.

Kepuasan, kepercayaan, citra merek serta loyalitas merek merupakan hal yang penting bagi Adidas, dan diharapkan perusahaan dapat meningkatkan loyalitas bagi konsumen dengan memberi pelayanan dan kualitas yang terbaik kepada pelanggan Adidas.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Dalam penelitian selanjutnya, disarankan untuk, memperluas area penelitian. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan hasil penelitian yang lebih akurat.

Melakukan penelitian yang berkelanjutan, hal ini agar dapat melihat dan menilai setiap perubahan perilaku responden dari waktu ke waktu.

Diharapkan adanya tambahan variabel lain yang mungkin juga mempengaruhi banyak hal dalam penelitian ini.

3. Bagi masyarakat

Penelitian ini ditunjukan dan diharapkan untuk dapat menambah pengalaman dan pengetahuan masyarakat dalam memilih produk sepatu khususnya pada sepatu merek Adidas sebelum melakukan pembelian.

DAFTAR RUJUKAN

- Akbar, R. F. (2018). Studi Analisis Perilaku (Analisis Faktor-faktor Komitmen Organisasional dan Pengaruhnya terhadap Kinerja Guru Madrasah Swasta di Jawa Tengah. *Skripsi*, 121–180.
- AMILIA, S. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 6(1), 660–669.
- Amri, S., Ma'ruf, J. J., Tabrani, M., & Darsono, N. (2019). the Influence of Shopping Experience and Perceived Value Toward Customer Satisfaction and Their Impacts on Customer Loyalty At Minimarkets in Aceh. *International Review of Management and Marketing*, 9(4), 87–94. <https://doi.org/10.32479/irmm.7541>
- Amron, A. (2018). The Influence of Brand Image, Brand Trust, Product Quality, and Price on the Consumer's Buying Decision of MPV Cars. *European Scientific Journal, ESJ*, 14(13), 228. <https://doi.org/10.19044/esj.2018.v14n13p228>
- Bastian, D. A. (2014). Analisa Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Kepercayaan Merek (Brand Trust) Terhadap Loyalitas Merek (Brand Loyalty) ADES PT. Ades Alfindo Putra Setia. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2(1), 1–9.
- Budiarto, W., & Indrawati, M. (2015). Pengaruh Kualitas Produk dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. PAL Indonesia (Persero) Surabaya Melalui Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajerial Bisnis ISSN 2597 – 503X*, 34–46.
- Cahyani, N. M., Indriyanto, E., & Masripah, S. (2016). *Uji Validitas dan Reabilitas Terhadap Implementasi Aplikasi Penjualan dan Pembelian*. 1(1), 21–34.
- Dam, S. M., & Dam, T. C. (2021). Relationships between Service Quality, Brand Image, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(3), 585–593. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no3.0585>
- Feby Thung. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Mitra Gojek Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Bina Manajemen*, 8, 74–95.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2016). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Sage, 165.
- Handayati, R. (2016). *PENGARUH KARAKTERISTIK INDIVIDU TERHADAP KINERJA KARYAWAN DI BANK JATIM CABANG LAMONGAN (Suatu Studi Pada Bank Jatim Cabang Lamongan)*. 1(2), 127–140.

- Huaman-Ramirez, R., & Merunka, D. (2019). Brand experience effects on brand attachment: the role of brand trust, age, and income. *European Business Review*, 31(5), 610–645. <https://doi.org/10.1108/EBR-02-2017-0039>
- Ilham, D., Sunarsi, D., Suryakencana, U., & Barat, J. (2021). *Jurnal Ilmiah, Manajemen Sumber Daya Manusia*. 4(3), 332–346.
- Insani, N. A., & Madiawati, P. N. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan , Harga dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan GoFood di Kota Bandung*. 4(3), 112–122.
- Jung, J., Kim, S. J., & Kim, K. H. (2020). Sustainable marketing activities of traditional fashion market and brand loyalty. *Journal of Business Research*, 120(August 2019), 294–301. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.04.019>
- Khairawati, S. (2020). *Research in Business & Social Science Effect of customer loyalty program on customer satisfaction and its impact on customer loyalty*. 9(1), 15–23.
- Kim, R. B., & Chao, Y. (2019). Effects of brand experience, brand image and brand trust on brand building process: The case of chinese millennial generation consumers. *Journal of International Studies*, 12(3), 9–21. <https://doi.org/10.14254/2071-8330.2019/12-3/1>
- Minta, Y. (2018). *Link between Satisfaction and Customer Loyalty in the Insurance Industry : Moderating Effect of Trust and Commitment*. 6(2), 25–33. <https://doi.org/10.15640/jmm.v6n2a3>
- Mohammed, A., & Rashid, B. (2018). A conceptual model of corporate social responsibility dimensions, brand image, and customer satisfaction in Malaysian hotel industry. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 39(2), 358–364. <https://doi.org/10.1016/j.kjss.2018.04.001>
- Moreira, A. C., Da Silva, P. M. F., & Ferreira Moutinho, V. M. (2017). Les effets des expériences de marque sur la qualité, la satisfaction et la fidélité: Une étude empirique dans le domaine des services multiples de télécommunications. *Innovar*, 27(64), 23–38. <https://doi.org/10.15446/innovar.v27n64.62366>
- Nasution, A. E., Putri, L. P., & Lesmana, M. T. (2019). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart di Kota Medan. *Proseding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1(1), 194–199. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/snk/article/view/3594/3325>
- Nguyen, Q., Nisar, T. M., Knox, D., & Prabhakar, G. P. (2018). Understanding customer satisfaction in the UK quick service restaurant industry: The influence of the tangible attributes of perceived service quality. *British Food Journal*, 120(6), 1207–1222. <https://doi.org/10.1108/BFJ-08-2017-0449>
- Norhermaya, Y. A. (2016). *DAN LOYALITAS PELANGGAN UNTUK MENINGKATKAN MINAT BELI ULANG (Studi Kasus Online Store Lazada*

. co . id).

- Pratiwi, H., Rosmawati, P., & Usman, O. (2019). Effect of Price, Promotion, Brand Trust, and Customer Satisfaction on Customer Loyalty in Packaging Products Mineral Water Aqua. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3316254>
- Putri, F. K., Tumbel, A. L., & Djemly, T. W. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pt . Matahari Department Store Di Mantos 2 Effect Of Service Quality And Customer Satisfaction On Customer Loyalty At Pt . Matahari Department Store In Mantos 2 Jurnal Em. *Jurnal EMBA*, 9(1), 1428–1438.
- Samad, A., & Wibowo, I. (2016). Pengaruh Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Merek Specs di Kota Bekasi. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 4(3), 1–9.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business* (6th ed.). John Wiley & Sons, Inc.
- Septiani, I. T., & Any, W. (2020). Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen Produk Fashion Shopie Paris Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*, XII(2), 285–299.
- Simanjuntak, D. C. Y., Salimi, V. A., Louis, V., & Johanes, T. (2020). Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan Dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Baja Pada Pt Suminsuryamesindolestari. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(7), 2872. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i07.p20>
- Solihin, D. (2020). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mandiri : Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 4(1), 38–51. <https://doi.org/10.33753/mandiri.v4i1.99>
- sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. alfabeta.
- Sukmawati, I. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pt Air Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(3), 729–742. <https://doi.org/10.35794/emba.v3i3.9573>
- Syukri, S. H. A. (2014). Penerapan Customer Satisfaction Index (CSI) dan Analisis Gap pada Kualitas Pelayanan Trans Jogja. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, 13(2), 103–111. journals.ums.ac.id/index.php/jiti/article/view/618.
- Tria, P., Viani, O., Wulandari, C., Safei, R., & Kaskoyo, H. (2021). *Perhutanan sosial merupakan salah satu kebijakan pemberdayaan masyarakat sekitar yang dikeluarkan oleh pemerintah terkait dengan penyelesaian konflik dan untuk memaksimalkan aliran manfaat hutan dari aspek social , ekonomi dan*

ekologi (Novayanti et al ., 11, 1–13.

Yusup, F., Studi, P., Biologi, T., Islam, U., & Antasari, N. (2018). *UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS*. 7(1), 17–23.

