

BAB V

PENUTUP

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Terdapat hubungan yang positif antara citra merek dengan kepuasan konsumen sepatu converse pada mahasiswa (r_{xy}) sebesar $= 0,211$ dengan $p = 0,047$ ($p < 0,050$)
2. Berdasarkan analisis data, diketahui bahwa nilai koefisien determinan (R^2) yang memperoleh sumbangan efektif sebesar $0,078$ yang menunjukkan bahwa variabel citra merek menunjukkan kontribusi $7,8\%$ terhadap kepuasan konsumen dan sisanya $92,2\%$ dipengaruhi oleh faktor lainnya yang tidak teliti
3. Subjek penelitian ini memiliki kepuasan konsumen pada kategori tinggi sebanyak 21 subjek ($32,8\%$), dan subjek yang berada pada kategori sedang sebanyak 51 subjek ($79,6\%$), dan 0 subjek pada yang memiliki kepuasan konsumen pada kategori rendah.
4. Berdasarkan kategorisasi citra merek, diketahui bahwa terdapat 62 subjek ($98,8\%$) yang memiliki citra merek dalam kategori sedang. Sisanya 2 orang ($3,5\%$) dalam kategori rendah dan 0 subjek yang memiliki citra merek pada kategori tinggi.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah didapat dari penelitian ini, maka ada beberapa saran yang penulis perlu sampaikan, antara lain:

1. Bagi Perusahaan *Converse* Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh yang menyatakan bahwa ada pengaruh signifikan citra merek dengan kepuasan konsumen maka penulis ingin menyampaikan saran kepada pihak perusahaan. Saran tersebut adalah agar perusahaan tetap menjaga citra merek dari sepatu *Converse* bahkan dapat meningkatkan citra merek sepatu *Converse*. Sebab di zaman sekarang ini banyak sekali merek sepatu yang beredar di pasaran sehingga lebih sulit untuk mempertahankan para konsumen yang sudah ada. Dengan semakin positifnya citra merek sepatu *Converse* maka kepuasan konsumen akan semakin tinggi pula.
2. Bagi Penelitian Selanjutnya Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan variabel independen citra merek dengan variabel dependen kepuasan konsumen. Alangkah baiknya nanti jika penulis selanjutnya mengembangkan penelitian ini dengan menambah variabel independen lainnya selain hubungan citra merek dengan kepuasan konsumen. Dan subjek yang menggunakan sepatu *converse* itu yang original atau fake.