

BAB 5

SIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan dari pembahasan, simpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Citra Merek (CM) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (KP) pada Sepatu Air Jordan di Surabaya maka dapat menyimpulkan dengan meningkatnya citra merek pada Sepatu Air Jordan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Jadi, hipotesis pertama dalam penelitian ini citra merek mempengaruhi kepuasan pelanggan secara signifikan, diterima.
2. Desain Produk (DP) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (KP) pada Sepatu Air Jordan di Surabaya maka dapat menyimpulkan dengan meningkatkan desain produk pada Sepatu Air Jordan di Surabaya dapat meningkatnya kepuasan pelanggan. Jadi, hipotesis kedua dalam penelitian ini desain produk mempengaruhi kepuasan pelanggan secara signifikan, diterima.
3. Kepuasan Pelanggan (KP) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang (MBU) pada Sepatu Air Jordan di Surabaya maka dapat menyimpulkan dengan meningkatkan kepuasan pelanggan pada Sepatu Air Jordan di Surabaya dapat meningkatkan minat beli ulang. Jadi, hipotesis ketiga dalam penelitian ini kepuasan pelanggan mempengaruhi minat beli ulang secara signifikan, diterima.
4. Citra Merek (CM) berpengaruh negative terhadap Minat Beli Ulang (MBU) pada Sepatu Air Jordan di Surabaya, maka dapat menyimpulkan dengan meningkatkan citra merek pada Sepatu Air Jordan di Surabaya tidak dapat serta merta meningkatkan minat beli ulang. Jadi, hipotesis keempat dalam penelitian ini citra merek mempengaruhi minat beli ulang, ditolak.
5. Desain Produk (DP) memiliki pengaruh signifikan terhadap Minat Beli Ulang (MBU) secara langsung, maka dapat disimpulkan bahwa dengan meningkatkan desain produk pada Sepatu Air Jordan di Surabaya dapat meningkatkan minat beli ulang. Jadi, hipotesis kelima dalam penelitian ini desain produk mempengaruhi minat beli ulang secara signifikan, diterima.

5.2 Keterbatasan

Berikut adalah keterbatasan yang dialami antara lain :

1. Penelitian ini hanya mengambil responden yang berdomisili di Surabaya.
2. Pada penelitian ini berdasarkan hasil dari *Univariate Normality* dari 12 indikator variabel hanya 4 indikator variabel yang berdistribusi normal dan sisanya tidak berdistribusi normal.

5.3 Saran

5.3.1 Saran Akademis

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan, untuk dapat mempertimbangkan variabel lainnya, misalnya variabel keputusan pembelian, Customer trust, dan kualitas layanan yang memiliki kaitan dengan minat beli ulang agar pada penelitian-penelitian berikut bisa mendapat hasil yang bisa melengkapi hasil penelitian ini.

5.3.2 Saran Praktis

Saran Praktis diberikan adalah sebagai berikut :

1. Pada variabel citra merek, sebaiknya Sepatu Air Jordan lebih memperhatikan bagaimana meningkatkan citra merek agar dapat lebih terlihat oleh para konsumen. Membuat segmen pasar pada harga yang terjangkau tanpa mengabaikan kualitas .Karena bila perusahaan bisa membuat sepatu dengan harga yang terjangkau maka akan menimbulkan pembeli ulang produk sepatu Air jordan tersebut. Lebih sering melakukan promosi diskon untuk produk tertentu melalui berbagai event.
2. Pada variabel desain produk, sebaiknya Sepatu Air Jordan agar tetap mempertahankan desain yang selalu diperbaharui untuk konsumen dapat melihat *release* terbaru dari Sepatu Air Jordan sendiri.
3. Pada variabel kepuasan pelanggan, sebaiknya pertahankan kepuasan pelanggan dalam minat beli ulang, karena hal ini bisa meningkatkan kepuasan pelanggan membeli Sepatu Air Jordan.
4. Pada variabel minat beli ulang, sebaiknya Sepatu Air Jordan tetap mempertahankan citra merek, desain produk, dan kepuasan pelanggan agar konsumen memiliki rasa untuk membeli ulang Sepatu Air Jordan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, R. D. Y. S. Y. (2015). Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Konsumen Produk Busana Muslim Dian Pelangi Di Malaysia) . *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 21(1), 857-95.
- Adidas Sekarang Lebih Populer dari Air Jordan (2017, Oktober 10). *mdlsport.com*.
- Alexi, M., Zulkarnain, Z., & Musfar, T. (2016). Pengaruh Brand Image Dan Product Design Terhadap Purchase Decision Dan Repurchase Intention Pada Produk Sepatu Futsal Merek Specs Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Riau*, 4(1), 350–363.
- 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.
- Ariella, I. R. (2018). “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mazelnid”. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 3(2), 215–221.
- Arifin, R. (2016). *Bab II Tinjauan Pustaka Pengetahuan. 1969*, 9–26. Didapat dari <http://digilib.unimus.ac.id/files//disk1/121/jtptunimus-gdl-monikafebr-6025-2-ba bii.pdf>
- Basyarudin. (2018). Analisis Pengaruh Desain Produk dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen: Studi Kasus di Rasa Lokal Denpasar, Bali. *Analisis Pengaruh Desain Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen: Studi Kasus Di Rasa Lokal Denpasar, Bali*, 2, 227–249.
- Durianto, D., Sugiato., dan Sitingjak, T. (2001). *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Firdaus. (2020). Pengaruh Presepsi dan Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Pembelian Ulang Produk Private Label Indomaret (Studi Pada Konsumen Indomaret di Kecamatan Telanaipura Kota Jambi). *Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 9(01), 1–14.
- Gizca Regiana, S. (2008). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan di Kartini Restoran Surabaya Plaza Hotel . *Accounting Analysis Journal*, 4(672013167), 0–18.
- Gloria Tengor¹, Lotje Kawet², S. L. (2016). Pengaruh Merek, Desain Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Studi Kasus Pada Mahasiswa Stie Eben Haezar Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(4), 367–375.
- Hariyanto. (2016). *Pengaruh Harga, Desain Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan*. (Disertasi, Program Pascasarjana Universitas Nusantara

- PGRI Kediri, Kediri, Indonesia). Didapat dari http://simki.unpkediri.ac.id/mahasiswa/file_artikel/2016/12.1.02.02.0538.
- Handono, C. A. (2015). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang pada Produk McDonald di Surabaya. *Jurnal GEMA AKTUALITA*, 4(1), 95–100.
- Hughes, R. (2008). Peningkatan Minat Pembelian Merek Lokal Melalui Consumer Ethnocentrisme. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 287. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Ishaq, M. I., Bhutta, M. H., Hamayun, A. A., Danish, R. Q., & Hussain, N. M. (2014). Role of Corporate Image, Product Quality and Customer Value in Customer Loyalty: Intervening Effect of Customer Satisfaction. *Journal of Basic and Applied Scientific Research*, 4(4), 89–97. file:///C:/Users/Steven Chin/Downloads/J. Basic. Appl. Sci. Res., 4(4)89-97, 2014.pdf
- Kurniawan, F., Arifin, Z., & Fanani, D. (2018). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Survei kepada para siswa SMAN 15 Surabaya kelas XII yang menggunakan Laptop ber Merek ASUS). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol, 56(1)*, 75–81.
- Mahardika, S. P. (2014). Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Sepatu Merek Converse Di Yogyakarta. *Jurnal Manajemen*, 1–13.
- Muhammad Ma'mun, Ibnu Widiyanto, M. (2014). *Study Tentang Kepuasan Pelanggan Dan Minat Membeli Ulang*. 13(3), 259–277. <https://doi.org/10.14710/jspi.v13i3.259-277>
- Muslim. (2017). *Pengaruh Citra Merek dan Desain Kemasan Terhadap Minat Beli Ulang Minuman Mizone Studi Kasus Mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah Iain Surakarta*. 6, 5–9. (Disertasi, Jurusan Manajemen Bisnis Syariah Institut Agama Islam Negeri Surakarta, Surakarta, Indonesia). Didapat dari <http://eprints.iain-surakarta.ac.id/2074/1/Muslim>.
- Nodisa, T. (2017, September 23) Air Jordan, Bersejarah dan Penuh Kenangan. *mainbasket.com*
- Oktaviani, N. (2015). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG (Studi pada Trans Retail Carrefour di Bandung) The Impact of Quality of Service on Repurchase Intention (Study on Trans Retail Carrefour in Bandung) TELKOM UNIVERSITY. *E-Proceeding Of Manajemen*, 2(3), 2419–2427.
- Oliver, J. (2013). Analisis Faktor yang mempengaruhi Minat Beli Ulang Masyarakat Terhadap Produk handphone. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Panjaitan, J. E., & Yuliati, A. L. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung [The Influence of Service

- Quality on Customer Satisfaction at JNE Branch in Bandung]. *DeReMa (Development Research of Management): Jurnal Manajemen*, 11(2), 265. <https://doi.org/10.19166/derema.v11i2.197>
- Pastikarani, D. A., & Astuti, S. R. T. (2016). Analisis Pengaruh Faktor-Faktor Minat Beli Ulang dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pelanggan Hest'in Modiste di Jakarta). *Diponegoro Journal of Management*, 5(2), 302–310. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/13958/13494>
- Paul M. Muchinsky. (2012). *Psychology Applied to Work: An Introduction to Industrial and Organizational Psychology, Tenth Edition Paul*, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Ramadhan, A. G., & Santosa, S. B. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Citra Merek terhadap Minat Beli Ulang pada sepatu Nike Running di Semarang melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal of Management*, 6(1), 1–12. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/17525/16774>
- Rosandi, S., & Sudarwanto, T. (2014). Pengaruh Citra Merek dan Desain Kemasan Terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Susu Ultra. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 2(2), 1–16.
- Sari, P. P. (2018). *Uji Kecocokan Dalam Model Persamaan Struktural (MPS) Untuk Beberapa Ukuran Sampel Dengan Metode Maximum Likelihood*. 2. <https://doi.org/10.20961/ge.v4i1.19180>
- Setiawaty, N. (2017). Pengaruh Iklan, Citra Merek, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Smartphone Samsung Galaxy Series (Studi Kasus Mahasiswa/I Universitas Gunadarma, Depok). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 22(1), 96601.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sujono, H. (2017). *Pengaruh kualitas layanan dan citra merek terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen uber taksi di dki jakarta*. (Disertasi, Program Pascasarjana Universitas Terbuka Jakarta, Jakarta, Indonesia). Didapat dari <http://repository.ut.ac.id/7507/1/43049>.
- Yamin, S., dan Kurniawan, H. (2009). *SPSS Complete: Teknik Analisis Terlengkap dengan Software SPSS*. Jakarta: Salemba Empat