

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pengolahan data dan pembahasan hasil, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Gambaran tipe loyalitas pengguna sepatu Converse pada mahasiswa di Universitas “X” secara berturut-turut dari persentase terbesar sampai persentase terkecil yaitu, *No Loyalty*, *True Loyalty*, *Spurious Loyalty* dan *Latent Loyalty*.
2. Mahasiswa yang termasuk tipe *No Loyalty* tetap melakukan pembelian ulang produk sepatu Converse disebabkan faktor *Loyalty Program*.
3. Mahasiswa yang termasuk tipe *True Loyalty* memiliki kesetiaan sikap dan perilaku kuat, disebabkan oleh faktor Komponen Merek yang melekat pada produk sepatu Converse yaitu, bahwa merek sepatu Converse memberikan *prestise* dan rasa *up to date*
4. Mahasiswa yang termasuk tipe *Spurious Loyalty* yaitu memiliki sikap yang lemah, namun tetap melakukan pembelian ulang dikarenakan oleh faktor *Loyalty Program*.
5. Mahasiswa dengan tipe *Latent Loyalty* yang memiliki sikap yang kuat dan namun lemah dalam melakukan pembelian ulang, namun tetap melakukan

pembelian disebabkan oleh faktor *Component merek* yang melekat pada sepatu Converse yaitu, bahwa merek sepatu Converse memiliki *prestise* dan *rasa up to date*

6. Faktor *Loyalty Program* dan Komponen Merek merupakan faktor dengan persentase terbesar yang mendorong mahasiswa melakukan pembelian ulang.

5.2 Saran

Sehubungan dengan kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini, maka peneliti mengajukan beberapa saran berupa :

5.2.1 Saran Teoritis

Berdasarkan hasil penelitian yang di peroleh bahwa faktor komponen merek dan loyalitas program mendorong konsumen melakukan pembelian ulang, maka bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk meneliti lebih lanjut mengenai faktor komponen merek terhadap loyalitas konsumen dan program loyalitas yang mendorong pembelian ulang.

5.2.2 Saran Praktis

Bagi perusahaan Converse:

1. Berdasarkan hasil penelitian, bahwa konsumen melakukan pembelian ulang pada saat adanya program loyalitas maka Sebaiknya perusahaan Converse menindaklanjuti secara lebih dalam mengenai *Loyalty Program*.

2. Sehubungan dengan faktor Komponen merek yang memberikan *prestise* dan rasa *up to date* pada pengguna sepatu Converse, maka kualitas sepatu hendaknya tetap dipertahankan, dan model serta variasi warna dikembangkan secara lebih variatif dan sesuai gejala remaja, karena atribut-atribut pada faktor tersebut mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang.