

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kesadaran merek, keputusan pembelian, dan loyalitas pelanggan pada merek Nike. Hasil analisis merepresentasikan bahwa:

1. Kesadaran merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu Nike di DKI Jakarta.
2. Keputusan pembelian berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan sepatu Nike di DKI Jakarta.
3. Kesadaran merek tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan sepatu Nike di DKI Jakarta.
4. Kesadaran merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas melalui keputusan pembelian sepatu Nike di DKI Jakarta.

5.2 Saran

a. Perusahaan:

1. Perusahaan perlu memperkuat kesadaran merek Nike melalui reputasi yang baik untuk meningkatkan loyalitas pelanggan.
2. Kesadaran merek harus didukung oleh pengalaman positif pascapembelian agar pelanggan semakin percaya diri dan loyal.
3. Keputusan pembelian perlu dioptimalkan dengan pengalaman pascapembelian yang baik untuk mendorong loyalitas pelanggan..

b. Peneliti selanjutnya:

1. Mengembangkan penelitian ini dengan mengkaji lebih dalam mengenai hubungan antara kesadaran merek dengan loyalitas pelanggan.
2. Menambahkan ukuran sampel ataupun indikator agar dapat mengukur dengan baik variabel yang diteliti sehingga dapat memperdalam hasil penelitian.