BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Setelah penulis melakukan penelitian dan menganalisis data, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Berdasarkan analisis profil responden yang terdiri dari 100 responden diketahui jumlah perempuan lebih banyak yakni sebesar 78%, sedangkan jumlah pria sebanyak 22%.
2. Sebanyak 18.9% dari 100 responden bersifat *switcher* atau berpindah melakukan pembelian karena faktor harga, diskon dan ketersediaan barang di toko.
3. Pada tingkatan *Habitual Buyer* sebanyak 19.1% responden menyatakan bahwa mereka terbiasa melakukan pembelian pada Toko sepatu merek Edward Forrer karena faktor kebiasaan, kecocokan, dan penggunaan .
4. Pada tingkatan *Satisfied Buyer* sebanyak 21.1% responden menyatakan puas melakukan pembelian pada Toko sepatu merek Edward Forrer karena faktor kualitas dan desain.

5. Pada tingkatan *Liking The Brand* sebanyak 22.5% responden menyatakan suka pada produk yang di jual pada Toko sepatu merek Edward Forrer karena faktor logo, kefavoritan, dan rangkaian pengalaman sebelumnya.
6. Pada tingkatan *Commited Buyer* sebanyak 18.4% responden menyatakan sering dan selalu menyarankan untuk melakukan pembelian pada Toko sepatu merek Edward Forrer karena faktor rekomendasi, kebanggaan, dan percaya diri.

5.2 Saran

Tingkatan *Brand Loyalty* pada merek sepatu Edward Forrer menujukkan piramida terbalik hal tersebut berarti tingkatan loyalitas mereknya sudah cukup bagus. Namun dari tingkatan piramida yang sudah terbentuk tersebut penulis ingin memberikan masukan untuk Edward Forrer dalam kaitanya dengan *brand loyalty*. Saran penulis antara lain :

1. Hasil analisis *brand loyalty* terhadap merek sepatu Edward Forrer ternyata masih ditemukan *switcher* atau pembeli yang berpindah melakukan pembelian karena faktor harga. Sebaiknya pihak Edward Forrer meningkatkan kegiatan promosinya lagi, baik dengan memberikan diskon agar menarik minat pelanggan yang belum loyal terhadap Edward Forrer.
2. Kebanyakan responden menyukai produk – produk yang di jual oleh Edward Forrer, oleh karena itu perlu dipertahankan kualitasnya agar para konsumen tetap menyukai produk yang ditawarkan oleh Edward Forrer. Karena loyalitas pada merek ini timbul karena konsumen mempersepsikan merek tersebut

menghasilkan produk yang memiliki sejumlah manfaat dan kualitas dengan harga yang sesuai.

3. Dengan hasil analisis yang menyatakan bahwa loyalitas merek pada merek sepatu Edward Forrer cukup baik maka alangkah baiknya pihak toko tetap mempertahankan loyalitas merek yang sudah terbentuk tersebut, disebabkan dalam kaitannya dengan biaya pemasaran, akan lebih murah mempertahankan pelanggan dibandingkan dengan upaya mendapatkan pelanggan baru.