BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan mengenai Analisis Loyalitas Merek Produk Skaters Pada CV. Opey Production Bandung, penulis dapat menarik beberapa kesimpulan dan saran sebagai bahan masukan untu perusahaan, sehingga dapat memberikan manfaat bagi CV. Opey Production. Adapun beberapa hal yang dapat peneliti simpulkan adalah sebagai berikut:

1. **Tangapan responden mengenai Analisis Loyalitas Merek Produk Skaters Pada CV. Opey Production Bandung**
   a. Pengukuran perilaku dengan jumlah skor 450 atau 81.82%, jadi menunjukkan tanggapan responden terhadap pengukuran perilaku berada pada kriteria tinggi karena mayoritas responden untuk tingkat pembelian ulang terhadap merek skaters dan tingkat pembelian merek skaters karena lebih baik dibanding merek lain menyatakan setuju.
   b. Biaya pengorbanan atau peralihan dengan jumlah skor 416 atau 75.64%, jadi menunjukkan tanggapan responden terhadap biaya peralihan berada pada kriteria tinggi karena mayoritas responden untuk karena mayoritas responden untuk tingkat pengeluaran biaya yang relatif murah dengan risiko kecil dan mengeluarkan biaya tambahan untuk membeli produk merek skaters menyatakan setuju.

c. Pengukuran kepuasan dengan jumlah skor 457 atau 83.09%, jadi menunjukkan tanggapan responden terhadap pengukuran kepuasan berada pada kriteria tinggi karena mayoritas responden untuk tingkat kepuasan terhadap produk merek skaters dan tingkat kepuasan terhadap desain produk merek skaters menyatakan setuju.
d. Merek kesukaan dengan jumlah skor 395 atau 71.82%, jadi hal ini menunjukkan tanggapan responden terhadap merek kesukaan berada pada kriteria tinggi karena mayoritas responden untuk tingkat menyukai produk merek skaters karena mereknya dan tingkat kesediaan untuk mendapatkan merek kesukaan dengan harga tinggi menyatakan setuju. Namun beberapa responden menyatakan kurang setuju atas kesediaan untuk merndapatkan merek dengan harga tinggi.
e. Komitmen di dapat dengan jumlah skor 646 atau 78.30%, jadi hal ini menunjukkan tanggapan responden terhadap Komitmen berada pada kriteria tinggi karena mayoritas responden untuk tingkat mempromosikan merek kepada orang lain, tingkat menyarankan produk merek skaters kepada orang lain, dan tingkat membanggakan produk merek skaters menyatakan setuju.

Tanggapan responden terhadap Analisis Loyalitas Produk Merek Skaters Pada CV. Opey Production Bandung dengan skor 85.96%, karena responden menyatakan Pengukuran perilaku, biaya peralihan, pengukuran kepuasan, merek kesukaan, dan komitmen berada pada kriteria tinggi.

5.2 Saran

Berdasarkan keseluruhan uraian pada bab sebelumnya maka penulis mencoba memberikan saran guna memperbaiki dan memecahkan masalah loyalitas merek produk merek skaters pada CV. Opey Production Bandung. Adapun saran dari penulis kepada perusahaan adalah sebagai berikut:

a. Pengukuran perilaku responden yang terdiri dari melakukan pembelian ulang dan membeli merek karena lebih baik dari merek lain sudah menunjukkan hasil positif karena secara keseluruhan sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh responden, untuk lebih meningkatkannya perusahaan perlu mempertahankan bahkan meningkatkan kualitas merek produknya agar lebih menonjol dibandingkan pesaing-pesaing lain sehingga konsumen akan lebih sering melakukan pembelian ulang.
b. Biaya peralihan yang terdiri dari tingkat pengeluaran biaya yang relatif murah dengan risiko kecil dan mengeluarkan biaya tambahan untuk membeli produk merek skaters mendapat respon positif dari responden, namun beberapa responden menyatakan kurang setuju mengeluarkan biaya tambahan untuk membeli produk merek skaters. Untuk itu, perusahaan perlu mengurangi risiko-risiko yang besar terhadap produk mereknya agar tingkat perpindahan untuk beralih merek menjadi sangat kecil.
c. Pengukuran kepuasan yang terdiri dari kepuasan terhadap produk merek skaters dan kepuasan terhadat desain produk merek skaters mendapat hasil positif dari responden. Namun, perusahaan perlu meningkatkan kualitas secara keseluruhan dari merek produk dan desainya dengan cara

memberikan suatu inovasi yang lain dari pesaing dengan selalu mengikuti perkembangan dunia *clothing* atau fashion.

d. Merek kesukaan yang terdiri dari menyukai produk skaters karena mereknya dan bersedia untuk mendapatkan merek kesukaan dengan harga yang tinggi dinilai baik, namun responden menyatakan kurang setuju untuk hal kesediaan untuk mendapatkan merek kesukaan dengan harga lebih tinggi. Perusahaan hendaknya membangun kepercayaan dan hubungan baik antara perusahaan dengan konsumen dan membangun sikap bersahabat antara perusahaan dan merek kepada konsumen, sehingga tidak jadi masalah jika konsumen ingin membeli merek kesukaan dengan harga tinggi.

e. Komitmen yang terdiri dari mempromosikan merek kepada orang lain, menyarankan merek skaters kepada orang lain dan membanggakan produk merek skaters mendapat hasil positif dari responden. Namun beberapa responden kurang setuju untuk membanggakan merek skaters. Disini Perusahaan perlu menumbuhkan rasa percaya konsumen terhadap merek skaters untuk membanggakan merek skaters dengan lebih memperhatikan apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen dan juga memperhatikan kualitas merek agar sesuai dengan apa yang konsumen harapkan dari merek yang dibeli.