

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan, mengacu pada rumusan masalah dan tujuan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

1. Kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen peralatan olahraga merek Reebok di Yogyakarta. persepsi responden terhadap kualitas produk cukup baik, mendekati kategori “setuju” dalam skala Likert. Artinya, sebagian besar konsumen merasa bahwa sepatu Reebok memiliki kualitas yang memadai dan sesuai harapan mereka. Hal ini berarti ketika tingkat persepsi konsumen terhadap kualitas produk Reebok meningkat maka semakin tinggi pula kepuasan yang dirasakan.
2. Citra merek berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen peralatan olahraga merek Reebok di Yogyakarta. Nilai ini juga berada pada kategori “setuju”, mencerminkan bahwa merek Reebok memiliki daya tarik merek yang positif di mata responden. Mereka cenderung memiliki persepsi baik terhadap reputasi dan identitas merek. Hal ini berarti ketika tingkat persepsi konsumen terhadap citra merek Reebok meningkat maka tingkat kepuasan konsumen juga akan meningkat.
3. Harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen peralatan olahraga merek Reebok di Yogyakarta. Dalam variabel harga memiliki nilai yang tergolong dalam kategori cukup baik, namun lebih rendah dibanding variabel

lainnya. Hal ini mengindikasikan bahwa walaupun harga masih dianggap layak, beberapa konsumen mungkin mempertimbangkan ulang nilai ekonomis dari produk Reebok, atau merasa harganya sedikit mahal untuk kualitas yang ditawarkan. Berarti semakin sesuai persepsi konsumen terhadap harga Reebok, maka tingkat kepuasan konsumen yang dirasakan juga akan semakin meningkat.

B. Saran

Dari hasil pembahasan diketahui masih terdapat beberapa keterbatasan dalam pelaksanaannya. Temuan serta saran yang dihasilkan dalam penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi bagi pihak-pihak yang berkepentingan serta menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya. Adapun saran dari peneliti disampaikan sebagai berikut.

1. Saran Praktis

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, citra merek, dan harga secara signifikan memengaruhi kepuasan konsumen. Oleh karena itu, perusahaan Reebok disarankan agar konsisten menjaga dan meningkatkan citra merek mereka karena memiliki nilai paling rendah, terutama dalam aspek nama baik, yang dimana merek Reebok harus memberikan kesan yang positif di mata konsumen. Data yang diperoleh dapat dijadikan bahan evaluasi untuk memperbaiki aspek-aspek yang belum memenuhi ekspektasi pelanggan.

2. Saran Teoritis

Penelitian selanjutnya disarankan untuk dilakukan di wilayah atau kota lain di Indonesia guna memperluas cakupan empiris, meningkatkan generalisasi temuan, serta memungkinkan perbandingan perilaku konsumen antarwilayah. Selain itu, pengembangan model penelitian dapat dilakukan dengan menambahkan variabel loyalitas konsumen sebagai variabel endogen, mengingat loyalitas merupakan dampak lanjutan dari kepuasan. Disarankan pula penambahan variabel persepsi nilai sebagai turunan dari harga, karena variabel ini mencerminkan penilaian konsumen terhadap kesesuaian antara manfaat yang diterima dan harga yang dibayarkan. Hal ini relevan mengingat dalam penelitian ini, variabel harga menunjukkan pengaruh yang paling rendah. Selanjutnya, objek penelitian dapat diperluas pada merek perlengkapan olahraga lainnya seperti Adidas, Puma, dan New Balance, agar diperoleh analisis komparatif yang lebih menyeluruh terhadap faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen.