

BAB IV PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari analisis dan pengujian data serta pengujian hipotesis yang diajukan, maka dapat ditak kesimpulan yaitu:

1. Berdasarkan dari hipotesisnya, koefisien determinasi variabel harga terhadap loyalitas konsumen pengguna sepatu Specs di Semarang sebesar 53,9% pengaruhnya. Secara umum tingkat loyalitas konsumen pengguna sepatu Specs di Semarang dipengaruhi oleh harga hal ini ditunjukkan dari hasil kategorisasi variabel harga yang menyatakan sangat baik yaitu sebesar 44%. Hal ini juga dapat dilihat dari hasil dari koefisien korelasi yang termasuk kategori korelasi yang kuat. Selain itu berdasarkan regresi sederhana, terlihat bahwa pengaruh yang diberikan oleh harga terhadap variabel loyalitas konsumen pengguna sepatu Specs di Semarang adalah positif atau jika penilaian responden terhadap harga bertambah baik maka loyalitas konsumen pengguna sepatu Specs di Semarang akan semakin meningkat.
2. Berdasarkan dari hipotesisnya, dapat diperhatikan jika pengujian dengan penerimaan yang positif terhadap loyalitas konsumen pengguna sepatu Specs di Semarang. Koefesiennya dengan penunjukan pada barang dan yang menajdi hubungan searah. Koefisien determinasi variabel kualitas produk terhadap loyalitas konsumen pengguna sepatu Specs di Semarang sebesar 64,3% pengaruhnya. Hal ini juga dapat dilihat dari hasil dari koefisien korelasi yang termasuk kategori korelasi yang kuat. Selain itu

berdasarkan regresi sederhana, terlihat bahwa pengaruh yang diberikan oleh kualitas produk terhadap variabel loyalitas konsumen pengguna sepatu Specs di Semarang adalah positif atau jika penilaian responden terhadap kualitas produk semakin baik maka loyalitas konsumen pengguna sepatu Specs di Semarang akan semakin meningkat.

3. Berdasarkan uji hipotesis, terlihat bahwa hasil pengujian dapat menerima hipotesis penelitian yang berbunyi harga dan kualitas produk berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen pengguna sepatu Specs di Semarang. Koefisien korelasi variabel harga dan kualitas produk sebesar 0,816 menunjukkan bahwa korelasi variabel harga dan kualitas produk adalah korelasi sangat kuat dan searah. Koefisien determinasi variabel harga dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen pengguna sepatu Specs di Semarang sebesar 66,7% pengaruhnya. Hal ini juga dapat dilihat dari hasil dari koefisien korelasi yang termasuk kategori korelasi yang kuat. Selain itu berdasarkan regresi berganda, terlihat bahwa pengaruh yang diberikan oleh harga dan kualitas produk terhadap variabel loyalitas konsumen pengguna sepatu Specs di Semarang adalah positif atau jika penilaian responden terhadap harga dan kualitas produk semakin baik maka loyalitas konsumen pengguna sepatu Specs di Semarang akan semakin meningkat.

4.2 Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian dilapangan, loyalitas konsumen pengguna sepatu Specs di Semarang, dengan pemberian masukan menjadi jalan keluar atau yang akan membantu penyelesaian sebuah permasalahan yaitu:

1. Sepatu Specs perlu menyesuaikan harga yang tepat untuk varian sepatu olahraganya sehingga membuat konsumen dengan segmen yang berbeda tetap melakukan pembelian.
2. Berdasarkan hasil penelitian, Sepatu Specs perlu mempertahankan kualitas produknya terutama pada daya tahannya dan memperbaiki desain sepatunya sehingga dapat meningkatkan loyalitas pelanggannya.