

BAB V

SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh kesadaran merek, persepsi kualitas, asosiasi merek terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kesadaran merek mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa kesadaran merek masyarakat Daerah Istimewa Yogyakarta berpengaruh terhadap kepuasan konsumen celana *jeans* merek Levi's
2. Persepsi Kualitas mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi kualitas masyarakat Daerah Istimewa Yogyakarta berpengaruh terhadap kepuasan konsumen celana *jeans* merek Levi's
3. Asosiasi merek mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa asosiasi merek masyarakat Daerah Istimewa Yogyakarta berpengaruh terhadap kepuasan konsumen celana *jeans* merek Levi's
4. Kepuasan konsumen mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen

masyarakat Daerah Istimewa Yogyakarta berpengaruh terhadap celana *jeans* merek Levi's

B. Keterbatasan Penelitian

1. Sampel yang digunakan hanya 150 responden (tingkat generalisasinya masih terbatas).
2. Penelitian ini hanya memfokuskan pada lima variabel saja, yaitu kesadaran merek, persepsi kualitas, asosiasi merek, kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen.

C. Saran

1. Akademik
 - a. Memperluas atau menyeluruhkan sampel penelitian mengenai “Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, Asosiasi Merek terhadap Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen” pada celana *jeans* merek Levi's dalam skala Nasional, karena Levi's adalah merek celana *jeans* pertama di dunia.
 - b. Menambah variabel penelitian atau variabel yang lebih relevan untuk mengukur loyalitas konsumen, seperti variabel marketing online, melihat fenomena dari PT. Levi Strauss Indonesia yang saat ini sedang gencar-gencarnya melakukan penjualan melalui media sosial.

2. Praktik

Saran untuk PT. Levi Strauss Indonesia supaya mempertahankan keunggulan dari produk Levi's dan harus bisa beradaptasi dengan *trend* yang ada di pasar, karena Levi's adalah *brand* yang besar di mata konsumen Indonesia.