

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang bertujuan untuk menganalisis peran LeBron James sebagai *Brand Ambassador* sepatu Nike, kualitas produk Nike LeBron, serta peranan kedua faktor tersebut terhadap loyalitas konsumen pada komunitas basket Hobi Basket Bandung, kesimpulan dan saran yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

1. Peranan *Brand Ambassador* terhadap Loyalitas Konsumen

Brand Ambassador, dalam hal ini LeBron James, memiliki peranan positif terhadap loyalitas konsumen. Hal ini dibuktikan melalui hasil analisis yang mencatat nilai korelasi sebesar 18%, yang menunjukkan hubungan yang cukup kuat antara peran *Brand Ambassador* dengan loyalitas konsumen.

Nilai t-statistik sebesar 2,1 mengindikasikan bahwa semakin besar t-statistik, semakin kecil kemungkinan hasil tersebut terjadi secara kebetulan. Selain itu, P-value sebesar 0,029 berarti ada peluang 2,9% bahwa hasil yang didapat hanyalah kebetulan jika asumsi awal (hipotesis nol) benar. Karena P-value ini lebih kecil dari batas 5% yang biasanya digunakan, dapat disimpulkan bahwa peranan *Brand Ambassador* terhadap loyalitas konsumen adalah signifikan secara statistik.. Meskipun peranan ini signifikan, dampaknya tidak sebesar peranan dari kualitas produk. Beberapa faktor yang dapat menjelaskan hal ini antara lain:

1. Kurangnya pengenalan *Brand Ambassador*: LeBron James mungkin tidak cukup dikenal oleh komunitas basket di Bandung.
2. Motivasi bermain yang berbeda: Banyak anggota komunitas basket ini bermain hanya untuk hiburan, sehingga mereka tidak terlalu mengikuti perkembangan dunia basket profesional dan tidak familiar dengan sosok LeBron James.
3. Minimnya pengguna produk terkait: Produk seperti sepatu Nike seri LeBron James mungkin tidak banyak digunakan di kalangan komunitas tersebut.

Jika dilihat dari ketiga faktor tersebut hal ini menunjukan bahwa pengguna sepatu nike lebron memilih menggunakan produk sepatu ini tidak hanya karna semata-mata merupakan peranan dari lebron saja sebagai *Brand Ambassador* dari sepatu nike, akan tetapi faktor kenyamanan bahan dalam segi penggunaan dan kualitas produk yang baik juga merupakan faktor utama yang menjadi peranan penting dalam membangun loyalitas konsumen sepatu nike lebron ini dikomunitas hobibasket bandung. Hal tersebut dibuktikan dari kecilnya nilai korelasi dari setiap ujinya yang dilakukan pada *Brand Ambassador* terhadap loyalitas memiliki nilai yang lebih kecil dari variabel lainnya, hal ini membuktikan bahwa orang memilih produk ini tidak hanya melihat dari ketenaran dari seorang *Brand Ambassador* Nya saja.

2. Peranan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen

Kualitas produk Nike LeBron terbukti memiliki peranan yang lebih besar terhadap loyalitas konsumen dibandingkan dengan peran *Brand Ambassador*. Berdasarkan hasil analisis, kualitas produk menunjukkan nilai korelasi sebesar 0,654 (65%), yang mengindikasikan hubungan yang sangat kuat antara kualitas produk dengan loyalitas konsumen.

Nilai t-statistik sebesar 7,713 menunjukkan bahwa semakin besar nilai t-statistik, semakin kecil kemungkinan hasil tersebut terjadi secara kebetulan. Selain itu, P-value sebesar 0,000 mengindikasikan bahwa peluang hasil ini terjadi secara kebetulan hampir tidak ada jika asumsi awal (hipotesis nol) benar. Karena P-value ini jauh lebih kecil dari batas 5% yang biasanya digunakan, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk merupakan faktor utama yang berperan terhadap loyalitas konsumen secara signifikan..

Kondisi ini dapat terjadi karena kepuasan konsumen dan loyalitas terhadap suatu produk sering kali ditentukan oleh kualitas yang sebanding dengan harga yang ditawarkan. hal ini terbukti dan dapat ditunjukan dari nilai indikator dari penilaian konsumen terhadap kualitas produk berdasarkan persepsi mereka nilai I_4 dari indikaor tersebut memiliki nilai 0,701 yang artinya diterima atau valid, sehingga Konsumen cenderung merasa puas ketika produk memberikan nilai terbaik, baik dari segi performa, daya tahan, maupun manfaatnya. Sehingga wajar jika komunitas basket di Bandung akan lebih cenderung