

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan hasil penelitian yang diperoleh, maka dapat disimpulkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen produk motor Honda”, dinyatakan diterima dan terbukti kebenarannya.
2. Citra merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen produk motor Honda”, dinyatakan diterima dan terbukti kebenarannya.
3. Kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen produk motor Honda”, dinyatakan diterima dan terbukti benar adanya.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Pada penelitian ini memiliki keterbatasan dalam melakukan penelitian dimana dalam penyebaran kuesioner penelitian mengalami kendala seperti peneliti bisa berinteraksi secara langsung dengan semua responden karena terhalang oleh pandemi dan keterbatasan ruang lingkup peneliti. Kemudian kuesioner menggunakan *google form* dan disebarakan kepada responden melalui *online* maupun sosial media.

5.3 Saran

Adapun saran yang diberikan peneliti dengan penelitian yang telah dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Bagi PT.Astra Honda

Berdasarkan nilai *mean* pendapat responden untuk variabel Loyalitas Konsumen memiliki nilai rata-rata lebih rendah dibandingkan dengan variabel lain, hal ini sebaiknya dijadikan acuan Honda untuk memperhatikan faktor-faktor yang dapat meningkatkan loyalitas konsumen terhadap Honda. Strategi yang dapat dilakukan Honda untuk meningkatkan loyalitas konsumen antara lain: memberikan member card yang dapat digunakan untuk memperbaiki motor di bengkel Honda dengan harga diskon. Dengan demikian, konsumen akan memanfaatkannya dan bisa terdorong untuk loyal pada motor Honda.

2. Bagi peneliti Selanjutnya

Berdasarkan pada hasil uji peneliti sekarang, peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas penelitiannya dengan menggunakan variabel yang lain selain dari variabel yang ada dalam penelitian ini. Hendaknya jika situasi memungkinkan maka penyebaran kuesione dapat dilakukan secara langsung sehingga penelliti mampu mengeksplorasi dengan luas tentang penelitiannya dan jika ada yang tidak jelas atau kesulitan saat mengisi dapat dikonfirmasi secara langsung kepada responden.

DAFTAR PUSTAKA

- Data Penjualan Motor 2019 Dari AISI Untuk Semua Merek*. 2019-2020. Retrieved Januari 2020, from Data Penjualan Motor 2019 Dari AISI Untuk Semua Merek: <https://bmspeed7.com/data-penjualan-motor-2019/>
- Data Penjualan Motor 2020 Dari AISI untuk semua merek*. 2020. Retrieved from Data Penjualan Motor 2020 Dari AISI untuk semua merek: <https://bmspeed7.com/data-aisi-mei-2020-penjualan-motor/>
- Ferdinand, Augusty. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. BP Universitas Diponegoro. Semarang.
- Maramis. *et al* 2018. *The Influence of Product Quality, Price and Quality Of Service to Customer at PT. Air Manado*. Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi.
- Gofur, A. 2019. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan*. Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis , 45.
- J.Paul Peter & jerry c. Olson 2000. *Consumer Behavior Perilaku Konsumen* 2nd. ed. 4 Jakarta: .Penerbit Erlangga, 248-249.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Management*, 15th Edition, Pearson Education,Inc, 156.
- Masniah Mahardi Yanuar, N. Q. 2017. *Dampak Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Optik Marlin Cabang Jember*. Jurnal Manajemen dan Bisnis.
- Muslim, M. 2020. Data AISI Mei 2020, Suzuki Pimpin Penjualan Motor. *Data AISI penjualan motor* .
- Nalendra, A. R. 2018. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pelanggan IM3 Madiun)*. Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi Komputer , 283.
- Nugroho, T, D. 2015. *Analisis Pengaruh Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Rokok Surya*. Jurnal Riset Mahasiswa Manajemen (JRMM) Vol. 3 No. 1.
- Sianipar, G. J. 2019. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Ojek Online (Studi Pada Pelanggan GrabBike Di Kota Medan)*. Jurnal Manajemen dan Bisnis , 193.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suryani, T. 2008. *Perilaku konsumen: implikasi pada strategi pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 118.
- Top Brand Index Penjualan Honda. 2020, Januari. Retrieved from Top Brand I

ndex Penjualan Honda: http://www.topbrand-award.com/en/top-brand-index-int/?tbi_finde=Honda

Zeithaml dan Bitner, M. J. 2013. *Service Marketing, Sixth Edition*. Mc Graw Hill.

