

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Melalui hasil analisa yang telah dilakukan baik secara deskriptif maupun statistik dengan *Maximum Likelihood* melalui program AMOS 19.0 maka dapat ditarik kesimpulan dari penelitian ini berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan yaitu sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan yang berarti bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh Honda maka para pelanggan Honda akan merasa semakin puas.
2. Kualitas pelayanan yang baik tidak meningkatkan loyalitas pelanggan yang berarti bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh Honda tidak secara langsung membuat para pelanggan honda menjadi loyal.
3. Kepuasan pelanggan yang tinggi meningkatkan loyalitas pelanggan berarti bahwa semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan membuat pelanggan menjadi loyal terhadap Honda.
4. Terdapat satu gambaran pada penelitian ini, dimana kualitas layanan berpengaruh secara tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan, dengan melalui mediasi kepuasan pelanggan.

5.2. Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Adapun keterbatasan tersebut antara lain adalah sebagai berikut :

1. Responden seperti terburu – buru dalam menjawab pernyataan dalam mengisi kuesioner, sehingga jawaban pada kuesioner terbuka terlalu singkat dan tidak mudah dipahami.
2. Pernyataan antar indikator hampir sama dengan yang lain dalam kuesioner, sehingga responden menjadi bingung dengan apa yang diinginkan oleh kuesioner tersebut.
3. Jumlah responden yang diteliti hanya terbatas sebanyak 140 responden sehingga kemampuan untuk mendapatkan gambaran motor Honda masih kurang

5.3. Saran

Berdasarkan hasil analisis penelitian yang telah disimpulkan, maka peneliti dapat memberikan saran – saran yang sekiranya dapat bermanfaat bagi pihak – pihak yang terkait dengan penelitian ini. Adapun saran-sarannya adalah sebagai berikut :

1. Untuk PT ASTRA HONDA
 - a. Dilihat dari hasil olah data pada variabel kualitas layanan yang paling rendah adalah item pernyataan mengenai “Pengetahuan karyawan yang cukup”. Bagi pihak PT ASTRA HONDA diharapkan agar memberikan

pelatihan dan juga keterampilan untuk meningkatkan pengetahuan dan kemampuan karyawan.

- b. Dilihat dari hasil olah data pada variabel kepuasan pelanggan yang paling rendah adalah item pernyataan “Pernyataan puas pelanggan terhadap kualitas layanan keuangan Honda”. Bagi pihak PT ASTRA HONDA diharapkan agar meningkatkan yang terkait dengan keuangan Honda dan menampilkan prosedur administrasi keuangan.
- c. Dilihat dari hasil olah data pada variabel loyalitas pelanggan yang paling rendah adalah “Tetap membeli motor Honda meskipun harga lebih mahal daripada motor lain”. Bagi pihak PT ASTRA HONDA diharapkan agar lebih memperhatikan harga sepeda motor Honda. Selain itu PT ASTRA HONDA juga harus melakukan riset terlebih dahulu sebelum menentukan harga sepeda motor Honda, hal tersebut dikarenakan persaingan antara Honda dan Yamaha semakin ketat.

2. Untuk Penelitian Berikutnya

- a. Untuk mendapatkan hasil yang lebih sesuai dengan asumsi *Goodness-of-Fit* Indeks, disarankan bagi penelitian selanjutnya untuk menambah teori yang mampu mendukung dan menyempurnakan model.
- b. Perlu adanya tambahan item pernyataan pada variabel kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan, agar dapat mencakup keseluruhan kepuasan dan juga loyalitas
- c. Perlu adanya tambahan jumlah responden, karena agar dapat mencakup lebih banyak pengguna motor Honda.

- d. Peneliti berikutnya dapat melakukan penelitian yang sama namun dengan kerangka yang berbeda, yaitu model full mediasi. Dimana kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Naveed Tariqand Dan Nadia Moussaoui 2009 "The Main Antecedent of Customer Loyalty in Moroccan Banking Sector". *International Journal of Business and Management Science*. (December). Pp 101-115
- Bee Wah Yap, T Ramayah, Wan Nushazelin Wan Sahidan 2012, "Satisfaction and trust on customer loyalty : a PLS approach" *Journal Bussines Strategy Series*, vol. 13 PP 154-167
- Budi Prabowo 2008. Pengaruh *Relationship Marketing* Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada PT. ASTRA Surabaya.
- Faizan Mohzan., et. al. 2011. *International Journal of Business and Social Science*, vol 2
- Fandy Tjiptono. 2009 *Service Marketing Esensi dan Aplikasi, Marknesis*. Yogyakarta : PT Alex Media Komputindo
- Ferdinand Augusty.2002. *Structural Equation Modeling* dalam Penelitian Manajemen : Aplikasi Model – Model Rumit dalam Penelitian untuk Tesis Magister dan Disertai Doktor. Semarang : BP.UNDIP
- <http://www.astra-honda.com/> (25/02/2013)
- <http://autoblogindonesia.wordpress.com> (25/02/2013)
- <http://www.bps.go.id> (25/02/2013)
- <http://motorplus.otomotifnet.com> (25/02/2013)
- <http://www.keluhkesah.com> (25/02/2013)
- <http://pojok.welovehonda.com/archive/index.php/t-204.html> (20/03/2013)
- Ilias Santouridis and Panagiotis Trivellas 2010. "Investigating the Impact of Service Quality and Customer Satisfaction in Mobile Telephone in Greece". *The TQM Journal*. (March). Pp 330-343
- Imam Ghozali.2011. *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Program Amos Ver 19.0*. Semarang : BP.UNDIP
- Kawpong Polyorat, Suvenus Sophonsiri. 2010. "The Influence of Service Quality Dimentions on Customer Satisfaction and Customer Loyalty in the Chain Restaurant Context : A Thai Case: " *Journal of Global Business and Technology*. Vol. 6 No 2 Fall 2010.
- Kazi Omar Siddiqi, 2011. *International Journal of Business and Management*, vol 6

- Kotler, Philip, dan G. Amstrong. 2010. *Marketing In Introduction*. New Jersey : Person
- Malhotra, K. Naresh. 2009. *Riset Pemasaran*. Edisi Keempat. Indeks ; Jakarta
- Minto Waluyo. 2009. *Panduan Equation Modeling*. Jakarta Penerbit Indeks
- Nina Rahmayanty 2010, *Manajemen Pelayanan Prima* Jakarta : Penerbit Graha Ilmu Yogyakarta
- Ovy Ayuning Nareswari. 2012. Hubungan Citra Merek, Kualitas Produk, Harga terhadap Loyalitas Empat Merek *Handphone* di Indonesia (ejournal s1.undip.ac.id/index.php/ieoj/article/view/56/66)
- Sekaran. 2009. *Research Methods for Bussiness*. Salemba Empat : Jakarta
- Solimun (2005), *Aplikasi Software Amos: Structural Equation Modeling*
- Wei-Ming Ou, Chia-Mei Shih,ChinYuan Chen,Kuo-Chang Wang 2011. "Relationship among customer loyalty programs,service quality,relationship quality and loyalty". *Journal Management Chinese Studies*. (Mei). Pp194-205