

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Kesimpulan atas hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hasil uji hipotesis pertama menunjukkan bahwa Hedonisme berpengaruh secara tidak signifikan positif terhadap Kepuasan Merek Harley Davidson di Surabaya.
2. Hasil uji hipotesis kedua menunjukkan bahwa pengaruh Utilitarianisme terhadap Kepuasan Merek Harley Davidson di Surabaya adalah positif signifikan.
3. Hasil uji hipotesis ketiga menunjukkan bahwa pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Merek Harley Davidson di Surabaya adalah positif signifikan.
4. Hasil uji hipotesis keempat menunjukkan bahwa Hedonisme, Utilitarianisme, Citra Merek secara bersama-sama berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Merek.

## **5.2 Keterbatasan Penelitian**

Keterbatasan penelitian ini adalah penelitian susah mencari responden, peneliti harus menunggu waktu untuk mendapatkan responden, ada juga beberapa responden acuh ketika peneliti mengajukan angket kuisioner pada responden, dan ada juga beberapa responden kebingungan mengisi angket kuisioner atau Masih banyaknya responden yang kurang serius dalam ketersediaannya dalam mengisi kuisioner ataupun kurang mengerti maksud dari pernyataan kuesioner yang dibagikan.. Sehingga dari keterbatasan penelitian ini peneliti belum mendapatkan hasil yang optimal.

## **5.3 Saran**

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan pada penelitian ini, peneliti dapat memberikan saran – saran sebagai berikut :

### **5.3.1 Saran bagi perusahaan Harley Davidson**

Masih banyak kekurang-kekurangan dari produk Harley Davidson yang didapatkan dari keluhan pertanyaan umum dari kuisioner :

1. Dari sisi fungsional atau kenyamanan pengguna produk *motor* Harley Davidson paling banyak mengeluhkan ketika pengguna berkendara memakai *motor* dari Harley Davidson dengan rute jalan yang panjang dan juga ketika berhenti di lampu lalu lintas jalanan, pengguna sangat mengeluhkan kondisi mesin panas yang berdekatan dengan kaki dan paha, menyebabkan kaki sampai paha cepat panas, dan banyak sekali

pengguna mengeluhkan ketidak nyamanan dari kaki sampai paha yang merasakan panas saat dipakai berkendara yang jauh apalagi di tambah dari salah satu faktor yang menunjang sekali yaitu dari suhu tropis yang panas dari beberapa kota di Indonesia yang semakin mendukung kaki sampai paha cepat panas dari panas nya mesin, Maka saran peneliti Harley Davidson di perlukan radiator yang sesuai dengan iklim tropis di Indonesia atau di Surabaya yang membuat kaki sampai paha tidak panas atau radiator di perbarui dengan radiator yang bisa mendinginkan suhu mesin sesuai dengan kapasitas mesin.

2. Di sisi ketidaknyamanan yang kedua para pengguna sering merasakan tidak Nyaman saat berkendara jauh atau mudah lelah saat kondisi macet yang panjang di jalan Surabaya, *motor* Harley Davidson mempunyai mesin yang berat, ataupun kerangka dan bentuk-bentuk dari *motor* Harley Davidson yang berat, bagi para pengguna umur 40 tahun sampai dengan 50 tahun keatas yang fisik dan kemampuan berkendara sudahNQ98900 mulai berkurang dari sisi kerentanan usia, maka pengguna mengeluhkan mesin yang berat, kerangka yang berat dan bentuk-bentuk dari *motor* Harley Davidson yang berat tidak cocok dengan postur orang Indonesia yang membuat tidak seimbang dan membuat cepat lelah, seharusnya Harley Davidson sendiri sudah berevolusi mengikuti karakteristik postur orang Indonesia seperti rangka dan mesin tidak terlalu berat, ataupun rangka atau mesin yang cocok dengan postur atau karateristik dari rata-rata tinggi,dan berat

para pengguna di Indonesia ataupun di Surabaya. tetapi dengan tidak menggeser ciri khas Harley Davidson yang juga banyak di sukai ataupun di gemari dari *motor* seperti mesin besar, gaya *motor* yang indah sesuai dengan karakter Harley Davidson dan suara mesin yang menggelegar.

3. Ada beberapa dari pengguna juga mengeluhkan pajak masuk yang mahal untuk Harley Davidson di Indonesia khususnya di Surabaya. maka saran dari peneliti agar pemerintah atau pihak terkait berusaha untuk menurunkan pajak masuk Harley Davidson untuk kenyamanan dan kepuasan pengguna, sehingga setelah pajak masuk tidak mahal pasar diharapkan akan menjadi jauh lebih agresif atau antusias.
4. Pengguna Harley Davidson di Surabaya mengeluhkan *spare-part* harus memesan dulu di Negara asal Amerika, dan pengguna Harley Davidson di Surabaya harus menunggu lama saat service di *dealer* karena *dealer* masih beberapa di Surabaya, dari jumlah pengguna Harley Davidson semakin banyak. seharusnya pihak-pihak yang berperan penting pada pelayanan terhadap pengguna Harley Davidson di Indonesia khususnya di Surabaya harus menambah *dealer* lagi dan *dealer* tersebut menyediakan *spare part* yang selalu ada tanpa pengguna mengeluhkan harus menunggu lagi untuk pemesanan *spare part* ke Negara asal dan service *motor* Harley Davidson di Surabaya harus memberi pelayanan yang tidak menunggu beberapa hari di bengkel, sehingga diharapkan pengguna Harley Davidson tidak

menunggu waktu lama untuk menunggu atau mengeluh harus menunggu.

5. Ada beberapa dari pengguna merasa cemas dengan lingkungan Surabaya yang masih cukup banyak penjahat jalanan yaitu pencurian motor, pengguna mengkhawatirkan keadaan sepeda motor Harley Davidson nya diparkir disembarang tempat, akan menimbulkan masalah seperti pencurian sepeda motor itu sendiri. Sehingga responden menginginkan ada service parkir tambahan yang aman minimal di tempat pembelian atau tempat kumpul anak komunitas Harley Davidson itu sendiri, tidak hanya di Mall Sutos saja ataupun di tempat sekretariat komunitas. Maka peneliti memberi saran, pihak pengelola atau dealer-dealer di Surabaya, memberikan fasilitas yang memanjakan pengguna dengan memberikan perasaan yang aman saat berkendara atau parkir dimana saja khususnya di Surabaya. pihak pengelola atau dealer-dealer di Surabaya bisa berkerjasama dengan pihak pembelian di setiap Surabaya yang belum ada fasilitas keamanan segera untuk memberikan parkir khusus dan aman para pengguna Harley Davidson di Surabaya. Atau pun menyediakan panggilan keamanan darurat untuk keadaan yang darurat pada kondisi buruk pada pengguna Harley Davidson.
6. Ada beberapa pengguna menginginkan ada beberapa produk dari Harley Davidson yang mensegment kan produk nya ke harga *relative* murah, dengan harga yang *relative* murah maka diharapkan produk

Harley Davidson semakin banyak yang ingin membeli dari harga *relative* murah dan ada beberapa pengguna yang menginginkan produk Harley Davidson bisa dinikmati oleh banyak kalangan masyarakat dengan produk Harley Davidson harga murah.

7. Selama melakukan observasi dilapangan terkait mencari data responden peneliti menemukan fakta bahwa responden butuh Derek 24 jam. Ketika responden sedang mengalami mogok atau ban bocor di tengah malam responden yang bersangkutan susah untuk mengatasi masalah tersebut, sehingga peneliti menyarankan pihak dari bengkel resmi ataupun tidak menyediakan layanan Derek 24 jam guna kenyamanan ataupun memanjakan konsumen.

### **5.3.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya**

Berdasarkan dari penelitian yang telah dilakukan, masih banyaknya indikator pernyataan variabel Hedonisme, Utilitarianisme, dan Citra Merek yang memiliki nilai yang sangat rendah, untuk itu diharapkan bagi peneliti selanjutnya agar meningkatkan akurasi instrumen penelitian.

## DAFTAR RUJUKAN

- Abhigyan Sarkar, *Marketing Management at ICFAI University-Dehradun, India*, 2011. *Journal Impact Of Utilitarian And Hedonic Shopping Values On Individual's Perceived Benefits And Risks In Online Shopping*.
- Andreas Herrmann, University of St Gallen, St Gallen, Switzerland, Lan Xia Marketing Department, Bentley College, Waltham, Massachusetts, USA, Kent B. Monroe, University of Illinois and University of Richmond, Glen Allen, Virginia, USA, and, Frank Huber, University of Mainz, Mainz, Germany. 2007. *Journal The influence of price fairness on customer satisfaction: an empirical test in the context of automobile purchases*.
- Asuncio'n Beerli, Josefa D. Martu'n and Agust'i'n Quintana, University of Las Palmas de Gran Canaria, Facultad Ciencias Econo'micas y Empresariales, Las Palmas de Gran Canaria, Canary Islands, Spain 2008. *Journal A model of customer loyalty in the retail banking market*.
- Berk Ataman, *Departement of marketing, faculty of economics*, Tilburg university, the Netherlands, Burc Ulengin *department of engineering faculty management*, instabul technical University, Istanbul university. 2005, *Journal A note on the effect of brand image on sales*.
- Bruno Schivinski , Dariusz Dąbrowski, GUT Faculty Of Management And Economics, April 2013, *Journal The Impact Of Brand Communication On Brand Equity Dimensions And Brand Purchase Intention Through Facebook*
- Clarinda Mathews Lefebvre, Enseignant-Chercheur, Laboratoire INSEEC / Université De Lyon,. Laure Ambroise, Maître De Conférences, Université De Lyon, Laboratoire SAF, Wesford. Jean Marie Brignier, Maître De Conférences, Université De Lyon, Laboratoire Magellan, Equipe Iris. 2009 *Journal Hedonic and symbolic consumption perceived values: opportunities for innovators and designers in the fields of brand and product design*.
- Erfan Severi & Kwek Choon Ling. 2013. The Mediating Effects of Brand Association, Brand Loyalty, Brand Image and Perceived Quality on Brand Equity. *Asian Social Science; Vol. 9, No. 3*.
- Erna Ferrinadewi. 2008. *Merek dan Psikologi Konsumen : Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Graha Ilmu.

- Emari Hossien. 2013. Determinants of Brand Equity: Offering a Model to Chocolate Industry. *World Academy of Science, Engineering and Technology* 59.
- Garvin, David A. 2001. "Competing on the Eight Dimension of Quality". *Harvard Business Review*.
- Fandy Tjiptono. 2008. *Service Manajemen Mewujudkan Layanan Prima*. Penerbit Andi Offset. Yogyakarta.
- Franz-Rudolf Esch and Tobias Langner Justus-Liebig-University, Giessen, Germany, Bernd H. Schmitt Columbia Business School, New York, New York, USA, and Patrick Geus BBDO Brand Consulting, Munich, Germany (2006). *Journal Are brands forever? How brand knowledge and relationships affect current and future purchases*.
- Insin Kim, Department of Tourism Management, Hanyang University, Seoul, South Korea. Sang Mi Jeon, Division of Tourism Studies, Kyungnam University, Gyeongsangnam-do, South Korea, and Sunghyup Sean Hyun Department of Tourism and Convention, Pusan National University, Busan, South Korea, 2012 *Journal Chain restaurant patrons' well-being perception and dining intentions The moderating role of involvement*.
- Indra Setya Budi. 2010 "Pengaruh Kepuasan Nasabah, Kepercayaan Nasabah Dan Reputasi Bank Terhadap Retensi Nasabah Pada Bank Central Asia Di Surabaya". Skripsi Sarjana Tak Diterbitkan, STIE Perbanas Surabaya
- Irene Daskalopoulou And Anastasia Petrou, *Department Of Economics, University Of Peloponnese, Tripolis, Greece. 2006, Journal Consumers' Expenditures And Perceived Price Fairness*.
- Imam Ghozali, 2011. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 20. Edisi Enam, Semarang : Badan penerbit Universitas Diponegoro.
- Ingrid Gouw, Sabrina Oktoria Sihombing, Universitas Pelita Harapan 2008 *journal The Influence of Brand Trust and Satisfaction on Repurchase Intentions: An Empirical Study on the Retailing Firm*.
- Juliansyah Noor. 2011. *Metodologi Penelitian* "Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah". Kharisma Putra Utama. Jakarta.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13, Jakarta : Penerbit Airlangga.
- Kotler, Philip, dan G. Armstrong. 2010. *Marketing In Introduction*. New Jersey : Person



- Kotler, Philip, dan Keller, Kevin Lane. 2007. *Manajemen Pemasaran*. PT INDEKS. Jakarta.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2008. *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. Edisi 12 jilid 1. Erlangga: Jakarta
- Lisa E. Bolton, Luk Warlop, Joseph W. Alba 2005. *Journal Consumer Perceptions of Price (Un) Fairness*.
- Luis, Casalo, Flavian, Carlos and Guinaliu, Miguel. 2008. *The role of satisfaction and website usability in developing customer loyalty and positive word-of-mouth in the e-banking services. The International Journal of Bank Marketing Vol. 26 Numb. 6 pp. 339-417*.
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa (teori dan praktek)*. Edisi pertama. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- M. Echols, John dan Hassan Shadily, 2005. *Kamus inggris-Indonesia*. Jakarta: Gramedia.
- Malhotra, Naresh K. 2009. “*Riset Pemasaran Pendekatan Terapan*”. Edisi Keempat. Jakarta . Indeks.
- Malholtra, Naresh K. 2009. *Riset pemasaran Pendekatan Terapan edisi Keempat*, Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Mehmet Mehmetoglu. Lillehammer University College, Faculty of Economics and Organisation Studies, 2604 Lillehammer, Norway, 2011. *journal Personality effects on experiential consumption*.
- Mohammad Reza Jalilvand, Neda Samiei, *et al.* 2011. The Effect of Brand Equity Components on Purchase Intention. *International Business and Management. (April) Pp. 143-158*.
- Moleong Lexy J.2006, *Metodologi Penelitian Kulitatif*. Bandung: Rosda Karya.
- N. Callow And L. Hardy, *University of Wales, Bangor 2006 journal Types of Imagery Associated with Sport Confidence in Netball Players of Varying Skill Levels*.
- Nasution. 2005. *Manajemen Mutu Terpadu*. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Noor, Juliansyah, 2011, *Metodologi Penelitian : Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*. Jakarta : Kencana
- Ririn Tri Ratnasari, S.E., M.Si dan Mastuti H. Aksa, S.IP, 2011. *manajemen pemasaran jasa*, Surabaya. Ghalia Indonesia

- Terje Slatten, Lillehammer University College, Lillehammer, Norway, 2011 *Journal Antecedents and effects of employees' feelings of joy on employees' innovative behavior.*
- Tatik Suryani. 2013. *Perilaku Konsumen di Era Internet Implikasinya pada Strategi Pemasaran.* Edisi Pertama, Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Tariq, Nawaz, *et al.*, 2013. Customer Perceptions about Branding and Purchase Intention : A Study of FMCG in an Emerging Market. *J. Basic. Appl. Sci. Res.*, 3(2)340-347.
- Tjiptono, Fandy & Candra Gregorius 2005 *Service, Quality and Satisfaction.* Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Singgih Santoso, 2007. *Menguasai Statistik di Era Informasi dengan SPSS 15.* Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Supranto, J dan Limakrisna. 2011. *Perilaku Konsumen dan Strategi pemasaran Untuk memenangkan Persaingan Bisnis.* Edisi 2, Jakarta : Penerbit Mitra Wacana Media.
- Uma, Sekaran. 2006. *Research Methods For Bussiness. Metodologi Penelitian Untuk Bisnis.* Salemba Empat . Jakarta.
- Uma, Sekaran. 2010. *Research Methods For Bussiness. A Skill Building Approach.* Wiley.
- Uma, Sekaran. 2009. *Research Methods for Business – 5.ed.* United Kingdom: John Wiley and Sons.
- Umar, Husein. 2005. *Riset pemasaran dan Perilaku Konsumen.* GPU. Jakarta
- Ume Salma Akbar and Dr. Sarwar M Azhar, 2011. *The Drivers of Brand Equity: Brand Image, Brand Satisfaction and Brand Trust.*
- Wina christiani indarini, volume 10 nomer 1 maret 2011, “Manajemen dan Bisnis berkala ilmiah “.ISSN 1412-3789, Terakrediktasi dengan Sk dikti no: 51/dikti/kep/2010
- Woonbong Na, Kyunghee University, Seoul, Korea, Youngseok Son, Hallym University, Seoul, Korea, and Roger Marshall, AUT University, Auckland, New Zealand. 2007, *Journal Why buy second-best? The behavioral dynamics of market leadership.*
- Xuemei Bian and Luiz Moutinho.2011. *journal The role of brand image, product involvement, and knowledge in explaining consumer purchase behaviour of counterfeits”Direct and indirect effects*

## Daftar Rujukan Website :

<http://id.wikipedia.org/wiki/Utilitarianisme>

<http://id.shvoong.com/social-sciences/1915109-sejarah-harley-davidson-masuk-ke/> diakses tanggal 29 april 2013 jam 11.00.

<http://agoes8.blogspot.com/2010/04/sejarah-harley-davidson.html> diakses tanggal 29 april 2013 jam 11.00.

<http://www.harley-davidson.com> diakses tanggal 29 april 2013 jam 12.00.

<http://id.wikipedia.org/wiki/Harley-Davidson> diakses tanggal 29 april 2013 jam 12.00.

<https://triatmono.wordpress.com/2010/12/02/market-moge-harley-dan-ducati-bersinaaar/> diakses tanggal 29 april 2013 jam 16.00.

<http://tmcblog.com/2011/10/27/308-ribu-unit-harley-davidson-kena-recall/> diakses tanggal 8 agustus 2013 jam 16.00.

<http://wendakalubis.wordpress.com/2011/12/31/> diakses tanggal 29 april 2013 jam 17.00.

<http://research.pacific2000.co.id/corporate/harley-davidson-sasar-segmen-kelas-menengah.jsp> diakses tanggal 30 april 2013 jam 16.00.

<http://www.harley-davidson-jakarta.com/about/> diakses tanggal 30 april 2013 jam 12.00.

<http://daftarhargasparepartmotor.blogspot.com/2012/05/motor-harley-davidson-softail-flstc.html> diakses tanggal 30 april 2013 jam 12.00.

<http://daftarhargasparepartmotor.blogspot.com/2012/05/motor-harley-davidson-fxdc-dyna-glide.html> diakses tanggal 30 april 2013 jam 16.00.

<http://artikelnartikel.blogspot.com/2011/05/spesifikasi-harley-davidson-v-rod.html> diakses tanggal 30 april 2013 jam 17.00.

<http://www.nextbiker.com/2012/09/harley-davidson-flhr-road-king-2012.html> diakses tanggal 1 mei 2013 jam 19.00.

<http://indo-motor.blogspot.com/2009/11/harley-davidson-flhtcuse4-cvo-ultra.html> diakses tanggal 1 mei 2013 jam 20.00.

<http://gas-boss.blogspot.com/2012/09/gaya-harley-davidson-model-touring-2012.html> diakses tanggal 1 mei 2013 jam 21.00.