

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka diperoleh kesimpulan :

1. Harapan Pemilik dan Pengguna memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pemilik dan Pengguna Toyota Avanza di Surabaya.
2. Kualitas yang Dirasa memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pemilik dan Pengguna Toyota Avanza di Surabaya.
3. Kepuasan Pemilik dan Pengguna memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Pemilik dan Pengguna Toyota Avanza di Surabaya.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, penelitian kali ini memiliki beberapa keterbatasan. Keterbatasan penelitian ini antara lain :

1. Jumlah responden masih terbatas yaitu 100 orang.
2. Wilayah penelitian hanya pada wilayah Surabaya sehingga apabila pengambilan sampel pada wilayah yang lebih luas, hasilnya mungkin akan berbeda.

5.3 Saran

Dengan pertimbangan keterbatasan yang dimiliki maka dapat diajukan beberapa saran bagi penelitian selanjutnya yang dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi pihak lain yang berkepentingan.

5.3.1 Saran bagi Toyota Avanza di Surabaya

Produk Toyota Avanza harus lebih meningkatkan lagi dari segi kualitasnya, karena akan menurun apabila tidak meningkatkan kualitas yang dirasakan oleh pemilik dan pengguna yang merupakan pengguna dan pemilik Toyota Avanza. Perusahaan Toyota Avanza harus menciptakan perbedaan dengan berinovasi dan selalu berpikir di luar kebiasaan. Mengembangkan kesinambungan dalam sumber daya manusia dan proses yang kuat berfokus pada pengembangan kompetensi dan kemampuan.

5.3.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas area / wilayah survei kuesioner sehingga gambaran responden Toyota Avanza akan lebih luas. Sebaiknya peneliti selanjutnya menambahkan variabel yang terkait dengan variabel kualitas yang dirasa, harapan pemilik, pengguna, kepuasan dan loyalitas.

DAFTAR RUJUKAN

C.Trihendradi. 2012. *Step by Step SPSS 20, Analisis Data Statistik*. Yogyakarta: Andi Offset.

Durianto Darmadi. 2004. *Brand Equity Ten Strategi Memimpin Pasar*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Fandy Tjiptono, dkk. 2008. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.

Juliansyah Noor. 2011. “*Metodologi Penelitian : Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah*”. Jakarta: Kharisma Putra Utama

Hong-Youl Ha, Swinder Janda dan Siva K. Muthaly (2010), ““*A new understanding of satisfaction model in e-re-purchase situation*” *European Journal Of Marketing* Vol. 44 No. 7/8, 2010pp. 997-1016

<http://otomotif.kompas.com/read/2013/05/15/8118/Penjualan.Toyota.Avanza.Tembus.1.1.Juta>

<http://www.toyota.co.id/pressroom/siaran-pers/detail/apresiasi-pencapaian-1-1-juta-unit-bagi-masyarakat-indonesia-avanzanation-2013-ldquo-satu-untuk-sejuta-impian-rdquo/>

<http://www.promosuzukiertiga.com/2013/07/ertiga-kembali-menempati-posisi-satu.html>

<http://harga.suzukiertiga.net/2013/07/Ertiga-Secara-Perlahan-Mengurangi-Dominasi-Toyota-Avanza.html>

<http://review-otomotif.blogspot.com/2013/06/perbandingan-suzuki-ertiga-vs-toyota.html>

<http://www.liektoyota.com/2011/11/all-new-avanza-sensasi-dan-sejuta-impian/>

Kotler, Philip, 2005. *Marketing Management*. The Eleventh Edition. Prentice-Hall Inc: New Jersey.

_____. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip – prinsip Pemasaran*. Edisi 12 jilid 1. Jakarta: Erlangga.

Mohammad Suleiman Awwad, 2012. "An application of the American Customer Satisfaction Index (ACSI) in the Jordanian mobile phone sector". *The TQM Journal* Vol. 24 No. 6, 2012 pp.529-541; Emerald Group Publishing Limited 1754-2731.

Yu-Shan Chen dan Ching-Hsun Chang, 2013. "The influences of green perceived quality, green perceived risk, and green satisfaction". *Management Decision* Vol. 51 No. 1, pp.63-82.