

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan di Surabaya dengan menggunakan metode pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner. Berdasarkan hasil dari analisis data yang terkumpul, maka menunjukkan bahwa:

1. Kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan positif terhadap loyalitas pelanggan motor Honda di Surabaya.
2. Kepuasan pelanggan berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap keinginan pelanggan untuk beralih dari motor Honda di Surabaya.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian yang dilakukan saat ini masih memiliki banyak kekurangan dan keterbatasan, di antaranya sebagai berikut :

1. Masih terdapat jawaban kuesioner yang tidak konsisten menurut pengamatan peneliti, karena responden yang cenderung kurang teliti terhadap pernyataan yang ada, sehingga terjadi tidak konsisten terhadap jawaban kuesioner. Hal ini bisa diantisipasi peneliti dengan cara mendampingi dan mengawasi responden dalam memilih jawaban agar responden fokus dalam menjawab pernyataan yang ada dan jumlah responden berjumlah 100 dirasa masih kurang untuk menggambarkan penelitian, kemudian responden yang didapat juga kurang menyebar karena kebanyakan responden berusia antara 18 – 25 tahun.

2. Jumlah variabel yang diteliti hanya terdiri dari 3 (tiga) variabel yaitu, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, dan keinginan untuk beralih.
3. Penelitian ini dilakukan di wilayah kota Surabaya Selatan.

5.3 Saran

Berdasarkan dari hasil analisis yang telah dilakukan baik penelitian terdahulu maupun penelitian saat ini, maka peneliti memberikan saran sebagai masukan dan bahan pertimbangan. Adapun saran yang dapat diberikan peneliti adalah sebagai berikut:

1. Saran Bagi Perusahaan Honda

Adapun saran yang dapat diberikan peneliti yaitu tentang staf dan layanan yang disediakan oleh perusahaan Honda dan saran bagi perusahaan motor Honda harus meningkatkan layanan yang lebih baik, sehingga para pelanggan tidak beralih ke produk motor lain. Selain itu, perusahaan Honda lebih pada meningkatkan kualitas motornya dan memunculkan inovasi – inovasi baru agar pelanggan tidak jenuh atas produk Honda motor dan dapat dilihat khususnya pada pernyataan manfaat yang diberikan pada pelanggan, maka saran bagi perusahaan Honda juga perlu mempertimbangkan untuk memberi nilai dan manfaat lebih kepada pelanggannya agar sesuai dengan harga yang diberikan agar pelanggan tidak beralih ke produk motor lain. Ketika semua mampu untuk memberikan nilai tambah bagi perusahaan kepada pelanggan motor Honda, pelanggan akan kembali untuk menggunakan produk motor Honda dan akan merekomendasikannya pada orang lain untuk menggunakan produk motor Honda serta menjadikan produk

motor Honda sebagai pilihan pertama pengguna saat akan membeli motor dan pelanggan tidak akan beralih terhadap produk lain.

2. Bagi peneliti yang akan datang

Bagi peneliti yang akan datang, yang akan menggunakan model dan desain penelitian yang sama, disarankan agar menambahkan variabel yang lainnya yang diharapkan mampu untuk mempengaruhi loyalitas pelanggan dan keinginan beralih, menggunakan sampel yang lebih banyak, dan tidak hanya meneliti di wilayah surabaya selatan saja, tapi menggunakan seluruh wilayah surabaya. Selain itu dalam pengumpulan data menggunakan kuesioner sebaiknya harus didampingi agar responden fokus dalam menjawab pernyataan kuesioner dan tidak ada jawaban yang tidak konsisten.

DAFTAR RUJUKAN

- Cater, Barbara., dan Cater, Thomas. 2009. "Relationship – value – based antecedent of customer satisfaction and loyalty in manufacturing". *Journal of Business & Industrial Marketing*. 24 (August). Pp 585-597.
- Danang Sunyoto. 2012. *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Cetakan Pertama. PT. Buku Seru. Jakarta.
- Fandy Tjiptono. 1997. *Strategi Pemasaran Jasa*. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- _____, 2008. *Service Management* , Edisi Pertama, Penerbit Andi. Yogyakarta
- _____, 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi Ketiga. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Gordman, Robert. dan Brott, Armin. 2006. "The Must – Have Customer: 7 Taktik Jitu Merebut Hati Pelanggan Idaman Anda". Diterjemahkan Oleh Tony Ryanto. Jakarta. Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Hawkins, et al. 2004. *Consumer Behavior*. Ninth edition. Mc.Graw Hill.
- Honda Menguasai Pasar Indonesia Lebih Dari 50%.
(<http://astra-honda.com/index.php/berita/press/3.0>. Diakses pada, 6 April 2013).
- Imam Ghozali. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS cetakan IV*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- _____, 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 20*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Juliansyah, Noor. 2011. *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana.
- Junaidi, S. dan Dharmmesta, B.S. 2002. "Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen Karakteristik Kategori Produk dan Kebutuhan Mencari Variasi terhadap Keputusan Perpindahan Merek". *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*. Vol 17, no. 1.
- Kelebihan Motor Yamaha
(<http://www.anneahira.com/motor-yamaha.htm>. Diakses pada, 22 Agustus 2013)
- Kotler, Phillip. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12, PT Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta.

Kotler, Phillip dan G. Armstrong. 2004. *Prinsip - prinsip Pemasaran*. Penerbit Airlangga. Jakarta.

_____, 2008. *Principles of Marketing*. 12th edition. Diterjemahkan oleh Bob Sabran, M.M. Jakarta. Penerbit Erlangga.

Kotler, Phillip dan Keller, K.L. 2009. *Marketing Management*. 13th edition. Diterjemahkan oleh Bob Sabran, M.M. Jakarta. Penerbit Erlangga.

_____, 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid pertama. Edisi Tiga Belas. Penerbit PT. Index. Jakarta.

Luis V. Casalo, Carlos Flavian and Miguel Gunaliu. 2008. "The role of satisfaction and Website usability in developing customer loyalty and positive word – of - mouth in the e-banking service". *The international journal of bank marketing* vol. 26 No. 6, pp 399 – 417.

Maholtra, Naresh K. 2009. *Riset Pemasaran Pendekatan Terapan*. Edisi Keempat Jilid 1. Jakarta : PT Indeks.

Marknesis, Tim. 2009. *Customer Satisfaction and Beyond*. Edisi 1. Yogyakarta.

Menon, S. dan Khan B.E. 1995. "The Impact of Context on Variety - Seeking in Product Choices". *Journal of Consumer Research*. 22. Pp 285-295.

Mohsan, Farzan., Nawaz, M. Mussarat., Khan, M. Sarfraz., Shaukat, Zeeshan., dan Aslam Numan. 2011. "Impact of Customer Satisfaction on Customer Loyalty and Intentions to Switch: Evidence from Banking Sector of Pakistan". *International Journal of Business and Social Science*. Vol. 2. 16 (September). Pp 263 - 269.

Mowen, Jhon C. dan M. Minor. 2002. *Consumer behavior*. Diterjemahkan oleh Dr. Dwi Kartini Yahya, S.E, Spec, ic. Edisi Kelima Jilid 2. Erlangga.

Nelson Oly Ndubisi. 2007. "Relationship Marketing and Costumer Loyalty". *Marketing Intelligence & Planning*. Vol. 25 No. 1, pp 98 – 106.

Penjualan Honda

(<http://swa.co.id/tag/honda>. Diakses pada, 1 April 2013).

Polyorat, Kawpong dan Sophonsiri, Suvenus. 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.

- Sathish, M., Kumar, K. Santhos., dan Jeevanantham., K.J.Naveen. 2011. "A Study on Consumer Switching Behaviour in Cellular Service Provider: A Study with reference to Chennai". *Far East Journal of Psychology and Business*. Vol. 2 No 2, February 2011. Pp 71 – 81.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Penerbit Alfabeta. Bandung.
- Supranto dan Nandan Limakrisna. 2011. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua. Jakarta : Penerbit Mitra Wacana Media.
- Tjahjani Prawitowati. 2008. "Pengaruh Overall Satisfaction terhadap Brand Trust dalam membentuk Purchase Loyalty dan Attitudinal Loyalty pada Konsumen Produk Shampoo di Surabaya. *Ventura Vol.11, No 1, April 2008*.
- Uma Sekaran. 2006. *Research Methods For Business: Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- _____. 2007. *Research Methods For Bussines. Metodologi Penelitian*. Jakarta: Salemba Empat.
- _____. 2009. *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*, Edisi Kedua. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Uma, Sekaran., dan Roger Bougie. 2010. *Research Methods for Business*. Fifth Edition. Penerbit John Wiley & Sons Ltd, The Atrium, Southern Gate, Chichester, West Sussex, PO19 8SQ. United Kingdom
- Wei Mei Chin. 2010. "Analyzing Structural Relationship Between Service Quality, Disconfirmation, Satisfaction and Loyalty". *Asia – Pacific Management Accounting Journal*, Vol 5 Issue 2, pp 31-44