

BAB 5

SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan pembahasan pada bab sebelumnya, maka simpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *Product quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*, sehingga hipotesis pertama dalam penelitian ini dapat ditarik simpulan bahwa kualitas produk yang tinggi akan meningkatkan kepuasan pelanggan pada motor bebek Honda Supra di Surabaya. Dengan demikian, hipotesis pertama dalam penelitian ini, yaitu: *product quality* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* pada motor bebek Honda Supra di Surabaya, diterima.
2. *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*, sehingga hipotesis kedua dalam penelitian ini dapat ditarik simpulan bahwa citra merek yang baik akan meningkatkan kepuasan pelanggan motor bebek Honda Supra di Surabaya, sehingga hipotesis kedua dalam penelitian ini, yaitu: *brand image* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* pada motor bebek Honda Supra di Surabaya, diterima.
3. *Customer Satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty*, sehingga hipotesis ketiga dalam penelitian ini dapat ditarik simpulan bahwa apabila pelanggan merasa senang dan bangga pada motor bebek Honda Supra di Surabaya maka kesetiaan pelanggan akan meningkat. Dengan demikian, hipotesis ketiga dalam penelitian ini, yaitu: *customer satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* pada motor bebek Honda Supra di Surabaya, diterima.
4. *Product quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction*, sehingga hipotesis keempat dalam penelitian ini dapat ditarik simpulan bahwa semakin tinggi kualitas produk maka kepuasan pelanggan akan meningkat sehingga kesetiaan pelanggan pada motor bebek Honda Supra di Surabaya juga meningkat. Dengan demikian, hipotesis keempat

dalam penelitian ini, yaitu: *Product quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* pada motor bebek Honda Supra di Surabaya, diterima.

5. *Brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction*, sehingga hipotesis terakhir dalam penelitian ini dapat ditarik simpulan bahwa semakin tinggi citra merek suatu produk, maka akan semakin meningkat kepuasan yang dirasakan pelanggan hingga berdampak pada kesetiaan pelanggan pada motor bebek Honda Supra di Surabaya. Dengan demikian, hipotesis kelima dalam penelitian ini, yaitu: *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* pada motor bebek Honda Supra di Surabaya, diterima.

5.2 Keterbatasan

Keterbatasan penelitian ini adalah secara teoritis *customer loyalty* tidak hanya dipengaruhi oleh *product quality*, *brand image*, dan *customer satisfaction* sebagaimana diuji dalam penelitian ini tetapi dapat dipengaruhi juga oleh variabel-variabel lain, misalnya *service quality*.

5.3 Saran

5.3.1 Saran Akademis

Adapun yang menjadi saran akademis dalam penelitian ini adalah bagi yang ingin melakukan penelitian di masa mendatang disarankan dapat meneliti variabel-variabel lain yang mungkin juga memiliki pengaruh terhadap *customer loyalty* seperti *service quality* dan *worth of mouth*.

5.3.2 Saran Praktis

Saran praktis yang dapat diajukan berdasarkan penelitian yang telah dilakukan antara lain:

1. Bagi pihak manajemen motor bebek Honda Supra agar mempertahankan dan apabila memungkinkan dapat memperbaiki aspek *product quality* terutama yang ditampilkan pada *website* PT. Astra Honda Motor (www.astra-

honda.com) bahwa motor bebek Honda Supra memiliki kemampuan sesuai standart dapat menempuh jarak 61,8 KM untuk 1 liter bensin.

2. Bagi pihak manajemen motor bebek Honda Supra agar lebih memperhatikan aspek *brand image* terutama pada pemenuhan harga purna jual motor bebek Honda Supra karena hasil penelitian menunjukkan bahwa responden menganggap netral atau relatif sama dengan produk pesaing.
3. Bagi pihak manajemen motor bebek Honda Supra agar lebih meningkatkan *customer satisfaction* karena hasil penelitian menunjukkan bahwa pernyataan “Saya merekomendasikan motor bebek Honda Supra kepada orang lain” memiliki nilai rata-rata jawaban responden yang terendah, sehingga agar pelanggan memiliki keinginan merekomendasikan pada kerabat mengenai motor bebek Honda Supra, oleh karena itu pihak manajemen harus mengupayakan agar pelanggan tersebut merasa senang selama menggunakan motor bebek Honda Supra.
4. Bagi pihak manajemen motor bebek Honda Supra agar lebih memperhatikan aspek *customer loyalty* karena hasil penelitian menunjukkan bahwa pernyataan “Saya mereferensikan pada teman dan saudara saya agar membeli motor bebek Honda Supra” memiliki nilai rata-rata jawaban responden yang terendah, maka pihak manajemen harus mengupayakan agar pelanggan merasa bangga selama menggunakan motor bebek Honda Supra, sehingga pelanggan dapat menceritakan hal positif atau kelebihan dari motor bebek Honda Supra pada orang lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Akib, S. (2015). *Sejarah Astra Honda Motor*. Didapat dari <http://tenagakuda.com/sejarah-astra-honda-motor/7100>, 18 Februari 2019, pukul 10.23 WIB.
- Alfin, M. R., dan Nurdin, S. (2017). Pengaruh Store Atmosphere Pada Kepuasan Pelanggan Yang Berimplikasi Pada Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ecodemica*, 1(2), 249-258.
- Andrianto, H. N., dan Idris. (2013). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Jenis MPV Merek Toyota Kijang Innova Di Semarang. *Diponegoro Journal of Management*, 2(3), 1-10.
- astra-honda.com. (2016). *Corporate Profil AHM PT Astra Honda Motor*. Didapat dari <https://www.astra-honda.com/corporate>, 18 Februari 2019, pukul 08.35 WIB.
- Badan Pusat Statistik. (2017). *Perkembangan Jumlah Kendaraan Bermotor Menurut Jenis, 1949-2017*. Didapat dari <https://www.bps.go.id/linkTableDinamis/view/id/1133>, 18 Februari 2019, pukul 08.14 WIB.
- Chinomona, R., dan Dubihlela, D. (2014). Does Customer Satisfaction Lead to Customer Trust, Loyalty and Repurchase Intention of Local Store Brands The Case of Gauteng Province of South Africa. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5(9), 23-32.
- Damayanti, C., dan Wahyono. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. *Management Analysis Journal*, 4(3), 236-251.
- Darwin, S., dan Kunto, Y. S. (2014). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Asuransi Jiwa Manulife Indonesia Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2(1), 1-12.
- Durianto, D., Sugiarto, dan Sitinjak, T. (2001). *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Fatmawati, N., & Soliha, E. (2017). Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Matic "Honda". *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*, 10(1), 1-20.
- Genoveva. (2015). Analyzing Of Customer Satisfaction and Customer Loyalty Based on Brand Image and Perceived Service Quality. *Journal of US-China Public Administration*, 12(6), 497-508.

- Gerung, C. J., Sepang, J., & Loindong, S. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan X-Trail Pada PT. Wahana Wirawan Manado. *Jurnal EMBA*, 5(2), 2221-2229.
- Ghozali, I., dan Fuad. (2005). *Structural Equation Modeling: Teori, Konsep dan Aplikasi dengan Program Lisrel 8.54*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanaysha, J. (2016). Testing The Effects of Food Quality, Price Fairness, and Physical Environment on Customer Satisfaction in Fast Food Restaurant Industry. *Journal of Asian Business Strategy*, 6(2), 31-40.
- He, Y., & Lai, K. K. (2014). The Effect Of Corporate Social Responsibility On Brand Loyalty The Mediating Role of Brand Image. *Total Quality Management*, 25(3), 249-263.
- Istiyanto, B., dan Nugroho, L. (2016). Analisis Pengaruh Brand Image, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil. *Eksis*, 12(1), 1-8.
- Jahanshahi , A. A., Gashti , M. H., Mirdamadi, S. A., Nawaser, K., dan Khaksar, S. S. (2011). Study The Effects of Customer Service and Product Quality on Customer Satisfaction and Loyalty. *International Journal of Humanities and Social Science* , 1(7), 253-260.
- Kaplanidau, K. (2006). Affective Event and Destination Image: Their Influence on Olympic Travelers' Behavioral Intentions. *Event Management*, 10, 159-173.
- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management* (edisi ke-4). Essex: Pearson Education Limited.
- Kotler , P., dan Armstrong, G. (2014). *Principles of Marketing*, (edisi ke-15). England: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., dan Keller, K. L. (2009). *Marketing Management* (edisi ke-13). Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Education Inc.
- Kotler, P., dan Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*, (edisi ke-15). England: Pearson Education Limited.
- Li, C.-P. (2017). Effect on Brand Image, Perceived Price, Perceived Quality and Perceived Value on The Purchase Intention Towards Sport and Tourism Product of The 2016 Taichung International Travel Fair. *The Journal of International Management Studies*, 12(2),97-107.
- m.detik.com. (2014). *Di Asia, Indonesia Negara ke-3 dengan Populasi Motor Terbanyak*. Didapat dari <https://m.detik.com/oto/motor/d-2642877/di-asia-indonesia-negara-ke-3-dengan-populasi-motor-terbanyak>, 18 Februari 2019, pukul 11.21 WIB.

- Mardiana, A., dan Kasim, N. A. (2016). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan Butik Busana Muslim Anisa Kota Gorontalo. *Jurnal Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1(2), 133-148.
- Muhammad, H., & Widiyanesti, S. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Rock and Roll Haircutting Bandung. *E-Proceeding of Management*, 3(2), 1926-1302.
- Ningsih, S. M., dan Segoro, W. (2014). The Influence of Customer Satisfaction, Switching Cost and Trusts in a Brand on Customer Loyalty - The Survey on Student As Im3 Users in Depok, Indonesia. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 143, 1015 – 1019.
- Nurullaili, dan Wijayanto, A. (2013). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Loyalitas Konsumen Tupperware. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2(1), 89-97.
- Normasari, S., Kumadji, S., & Kusumawati, A. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan Dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(2), 1-9.
- otomotif.kompas.com. (2014). *Honda Supra X "Sweet Seventeen"*. Didapat dari <https://otomotif.kompas.com/read/2014/02/27/0704148/Honda.Supra.X.Sweet.Seventeen>, 18 Februari 2019, pukul 12.11 WIB.
- Panjaitan, F. A. (2014). Analisis Kepuasan Pelanggan PT. Sucofindo Melalui Kualitas Layanan, dan Citra Perusahaan. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen*, 1(2), 140-150.
- Pramudyo, A. (2012). Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Sebagai Intervening. *Jurnal Bisnis Manajemen dan Akuntansi*, 1(1), 1-16.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Semuel, H., & Wibisono, J. (2013). Brand Image, Customer Satisfaction dan Customer Loyalty Jaringan Supermarket Superindo di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 13(1), 27-34.
- topbrand-award.com. (2017). *Top Brand Index 2017 Fase 1*. Didapat dari http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2017_fase_1, 19 Februari 2019, pukul 13.15 WIB.
- topbrand-award.com. (2018). *Top Brand Index 2018 Fase 1*. Didapat dari http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2018_fase_1, 19 Februari 2019, pukul 13.28 WIB.
- topbrand-award.com. (2019). *Top Brand Index 2019 Fase 1*. Didapat dari http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2019_fase_1, 19 Februari 2019, pukul 13.43 WIB.

- Utomo, I. W. (2017). Pengaruh Brand Image, Brand Awareness, dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Pelanggan Online Shopping Terhadap Brand Loyalty Pelanggan Online Shopping. *Jurnal Komunikasi*, 8(1), 76-84.
- Vanessa, I., dan Arifin, Z. (2017). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pengguna Kartu Prabayar Simpati. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 51(1), 44-48.
- Widayatma, C. P., & Lestari, S. P. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Serat Acitya – Jurnal Ilmiah Untag Semarang*, 7(3), 25-38.
- Yafie, A. S., Suharyono, dan Abdillah, Y. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 35(2), 11-19.
- Yamin, S. (2014). *Rahasia Olah Data Lisrel*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Yamin, S dan Kurniawan, H. (2009). *Structural Equation Modeling: Belajar Lebih Mudah Teknik Analisis Data Kuesioner dengan Lisrel-PLS*. Jakarta: Salemba Infotek.
- Yaqin, A., dan Ilfitriah, A. M. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Pengguna E-Banking Di Surabaya. *Journal of Business and Banking*, 4 (2), 245–260.