

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan pengujian hipotesis dan pembahasan yang telah disampaikan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut:

1. Hipotesis 1 yang menyatakan bahwa *product quality* berpengaruh terhadap *re-purchase intention* konsumen motor Honda Supra X di Surabaya dapat diterima. Pengaruh tersebut positif (searah) dan signifikan, berarti *product quality* yang semakin baik dapat meningkatkan *re-purchase intention* konsumen motor Honda Supra X di Surabaya.
2. Hipotesis 2 yang menyatakan bahwa *brand image* berpengaruh terhadap *re-purchase intention* konsumen motor Honda Supra X di Surabaya dapat diterima. Pengaruh tersebut positif (searah) dan signifikan, berarti semakin baik *brand image* dalam benak konsumen akan dapat meningkatkan *re-purchase intention* konsumen motor Honda Supra X di Surabaya.
3. Hipotesis 3 yang menyatakan bahwa *after sales service* berpengaruh terhadap *re-purchase intention* konsumen motor Honda Supra X di Surabaya dapat diterima. Pengaruh tersebut positif (searah) dan signifikan, berarti semakin baik *after sales service* yang dirasakan oleh konsumen akan dapat meningkatkan *re-purchase intention* konsumen motor Honda Supra X di Surabaya.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan simpulan yang didapatkan, maka dapat diberikan beberapa saran yang dapat menjadi bahan pertimbangan bagi para pelaku usaha dan peneliti selanjutnya:

1. Para pelaku usaha

Dari ketiga variabel independen, diketahui bahwa variabel yang paling berpengaruh terhadap *re-purchase intention* konsumen motor Honda Supra X di Surabaya adalah *product quality*. Oleh karenanya, produsen diharapkan dapat meningkatkan *product quality* serta menambahkan fitur-fitur baru sebagai bentuk inovasi agar dapat meningkatkan *re-purchase intention*.

2. Penelitian mendatang

Menyadari keterbatasan yang ada dalam penelitian ini, maka penelitian mendatang diharapkan melakukan penambahan variabel seperti *celebrity endorser*, harga, dan promosi yang dinilai juga dapat mempengaruhi *re-purchase intention* konsumen. Penelitian mendatang juga sebaiknya menambahkan jumlah sampel agar penelitian menjadi lebih akurat.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Agustim, W., 2010, Analisa Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Konsumen dalam Pembelian Sepeda Motor Honda, *Modernisasi*, Vol. 6, No. 3, Oktober: 196-204.
- Alfianto, E. A., 2014, Pengaruh Desain Produk dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Sepeda Motor Yamaha Merek New V-ixion FI (Full Injection) (Studi Pada Konsumen Sepeda Motor Yamaha Merek NEW V-IXION FI (Full Injection) di Adiguna Sakti Motor Pandaan), *Jurnal Sketsa Bisnis*, Vol. 1, No. 1: 28-40.
- Amanah, D., 2011, Pengaruh Promosi dan Brand Image (Citra Produk) terhadap Loyalitas Pembelian, *Jurnal Keuangan dan Bisnis*, Vol. 3, No. 3, November: 221-233.
- Andriadi, A., dan Untarini, N., 2013, Pengaruh Persepsi Kualitas Layanan dan Citra Merek Telkom Flexi terhadap Niat Beli Ulang, *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 1, No. 2, Maret: 639-649.
- Apriliananda, D., 2015, Ini “Bebek” Terlaris di Indonesia, <http://otomotif.kompas.com/read/2015/12/22/091800515/Ini.Bebek.Terlaris.di.Indonesia>, diakses 3 Maret 2016.
- Ardhanari, M., 2008, Customer Satisfaction Pengaruhnya terhadap Brand Preference dan Repurchase Intention Private Brand, *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 8, No. 2, September: 58-69.
- Balla, B. E., Ibrahim, S. B., and Ali. A. H., 2015, The Impact of Relationship Quality on Repurchase Intention Towards The Customers of Automotive Companies in Sudan, *British Journal of Marketing Studies*, Vol. 3, No. 4, May: 1-15.
- Fazlzadeh, A., Bagherzadeh, F., and Mohamadi, P., 2011, How After-Sales Service Quality Dimensions Affect Customer Satisfaction, *African Journal of Business Management*, Vol. 5, No. 17, September: 7658-7664.

- Ferrand, A., Robinson, L., and Florence, P. V., 2010, The Intention-to-Repurchase Paradox: A Case of the Health and Fitness Industry, *Journal of Sport Management*: 83-105.
- Ghozali, I., 2006, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ishaq, M. I., Bhutta, M. H., Hamayun A. A., Danish, R. Q., and Hussain, N. M., 2014, Role of Corporate Image, Product Quality and Customer Value in Customer Loyalty: Intervening Effect of Customer Satisfaction, *Journal of Basic and Applied Scientific Research*, Vol. 4, No. 4:89-97.
- Jahanshahi, A. A., Gashti, M. A. H., Mirdamadi, S. A., Nawaser, K., Khaksar, S. M. S., 2011, Study the Effects of Customer Service and Product Quality on Customer Satisfaction and Loyalty, *International Journal of Humanities and Social Science*, Vol. 1, No. 7, June: 253-260.
- Kotler, P., dan Armstrong, G., 2008, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi Kedua Belas, Jilid 1, Terjemahan, Jakarta: Erlangga.
- Lau, M., Chang, M., Moon, K., Liu, W., 2006, The Brand Loyalty of Sportswear in Hong Kong, *Journal of Textile and Apparel Technology and Management*, Vol. 5, No. 1: 1-13.
- Lind, D. A., Marchal, W. G., Wathen, S. A., 2011, *Teknik-teknik Statistika dalam Bisnis dan Ekonomi Menggunakan Kelompok Data Global*, Edisi Ketiga belas, Jilid 2, Terjemahan, Jakarta: Salemba Empat.
- Maghsoudlou, Z., Mehrani, H., and Azma, F., 2014, The Role of After-Sales Service in Customer Satisfaction: Case Study (Samsung House Appliances), *International Research Journal of Management Sciences*, Vol. 2, No. 6: 175-179.
- Nurani, E. S., dan Haryanto, J. O., 2010, Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Association, Brand Personality, dan Product Characteristics dalam Menciptakan Intensi Pembelian (Studi Pada Iklan Kuku Bima Ener-G Rosa Versi Chris John), *Journal of Business Strategy and Execution*, Vol. 2, No. 2: 104-125.

- Nurhayati dan Murti, W.W., 2012, Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Masyarakat terhadap Produk Handphone, *Value Added*, Vol. 8, No. 2: 47-62.
- Saidani, B., dan Arifin, S., 2012, Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli pada Ranch Market, *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, Vol. 3, No. 1: 1-22.
- Saputri, M. E., dan Pranata, T. R., 2014, Pengaruh Brand Image terhadap Kesetiaan Pengguna Smartphone iPhone, *Jurnal Sosioteknologi*, Vol. 13, No. 3, Desember: 193-201.
- Setiawan, U., Dhiana P., P., dan Haryono, A. T., 2015, Pengaruh Citra Merek, Harga, Kualitas Produk dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Blackberry Gemini (Studi pada Mahasiswa Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Pandanaran Semarang), *Jurnal Manajemen Pemasaran*: 4-18.
- Shaharudin, M. R., Hassan, A. A., Mansor, S. W., Elias, S. J., Harun, E. H., Aziz, N. A., 2010, The Relationship Between Extrinsic Attributes of Product Quality with Brand Loyalty on Malaysia National Brand Motorcycle/Scooter, *Canadian Social Science*, Vol. 6, No. 3: 165-175.
- Mansor, S. W., Hassan, A. A., Omar, M. W., and Harun, E. H., 2011, The Relationship Between Product Quality and Purchase Intention: The Case of Malaysia's National Motorcycle/Scooter Manufacturer, *African Journal of Business Management*, Vol. 5 (20), September: 8163-8176.
- Shimp, T. A., 2003, *Periklanan Promosi dan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Edisi Kelima, Jilid 1, Terjemahan, Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono., 1999, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: CV Alfabeta.
- 2010, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: CV Alfabeta.
- Suhartono, A., 2016, 4,45 Juta Motor Honda Terjual di Indonesia Selama 2015, <http://news.okezone.com/read/2016/01/18/15/1290589/4->

- [45-juta-motor-honda-terjual-di-indonesia-selama-2015](#), diakses 4 Maret 2016.
- Sulis, A., 2014, Penjualan Sepeda Motor Semester Pertama 2014, Tembus 4,2 Juta Unit, <http://otomotifnet.com/Motor/Bisnis/Penjualan-Sepeda-Motor-Semester-Pertama-2014-Tembus-42-Juta-Unit>, diakses 4 Maret 2016.
- Susanti, C.E., dan Tedjasuksmana, B., 2012, Effect Of Knowledge On Nutrition Diet Behavior With Attitude To Mediation Functional Foods For Diabetes Mellitus Patients In Surabaya, *Proceedings of Conference in Business, Accounting, and Management*, Vol. 1, No. 1, December: 151-164.
- Umar, H., 1999, *Metodologi Penelitian Aplikasi dalam Pemasaran*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- , 2005, *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Viandhy, A. O., Ratnasari, R. T., 2014, Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Niat Ulang Dengan Menggunakan Produk Yang Lain Melalui Kepercayaan Nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Boulevard di Surabaya, *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, Vol. 1, No. 8, Agustus: 546-564.
- Wahyuni, S., 2013, Analisis Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Citra Merek dan Dukungan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Konsumen dalam Membeli Skuter Matik Merek Honda di Kota Semarang, *Jurnal Pengembangan Humaniora*, Vol. 13, No. 2, Agustus: 153-160.