

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Model penelitian menggunakan variabel kepercayaan merek, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan. Penelitian ini menggunakan kuisisioner yang disebar kepada 125 responden, yaitu pengguna sepeda motor Kawasaki di Kota Payakumbuh dan Kabupaten Lima Puluh Kota. Data penelitian ini menggunakan *SPSS 20 for windows*.

Berdasarkan dari hasil penelitian secara parsial 2 item variabel kepercayaan merek dan kepuasan pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada sepeda motor Kawasaki karena *T statistic* nya lebih besar dari *T* tabel.

Dalam penelitian ini data diolah menggunakan software SPSS versi 20.00 dimana variabel kepuasan pelanggan memiliki nilai pengaruh terbesar diikuti dengan kepercayaan merek. Variabel kepuasan pelanggan menjadi yang paling besar mempengaruhi karena setiap konsumen yang puas terhadap produk sepeda motor Kawasaki dan akan selalu membeli sepeda motor Kawasaki. dan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan sepeda motor Kawasaki.

1. Variabel kepercayaan merek berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan sepeda motor Kawasaki. Kawasaki akan selalu berusaha meningkatkan kepercayaan merek mereka agar loyalitas pelanggan dari sepeda motor Kawasaki akan terus meningkat.

2. Variabel kepuasan pelanggan sangat berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan sepeda motor Kawasaki. Dalam penelitian ini konsumen merasa faktor ini yang paling berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan sepeda motor Kawasaki. Konsumen merasa setiap mereka menggunakan sepeda motor Kawasaki mereka merasa nyaman dan puas, sehingga mereka akan memutuskan akan selalu menggunakan sepeda motor merek Kawasaki.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini tidak terlepas dari keterbatasan maupun kelemahan. Disisi lain keterbatasan dan kelemahan yang ditemukan dalam penelitian ini dapat menjadi sumber bagi penelitian yang akan datang.

1. Penelitian ini hanya memfokuskan kepada dua variabel yaitu kepercayaan merek dan kepuasan pelanggan. Dalam pengujiannya variabel kepercayaan merek dan kepuasan pelanggan hanya mampu menjelaskan sebesar 50,7% terhadap loyalitas pelanggan sepeda motor Kawasaki. Sementara sisanya sebesar 49,3% dipengaruhi yang tidak dijelaskan dalam model penelitian ini.
2. Dalam penelitian ini responden yang diambil hanya dengan skala kecil yaitu sebanyak 125 orang pengguna sepeda motor Kawasaki di Kota Payakumbuh dan Kabupaten Lima Puluh Kota. Maka hasil penelitian hanya dapat diterapkan pada sepeda motor Kawasaki tersebut, hingga

hasilnya tidak dapat dibandingkan dengan sepeda-sepeda motor lain yang ada di Kota Payakumbuh dan Kabupaten Lima Puluh Kota.

5.3 Implikasi Hasil Penelitian

Temuan dalam penelitian ini mempunyai beberapa implikasi penting bagi sepeda motor Kawasaki untuk lebih memperhatikan serta meningkatkan Kualitas pelayanan dan kenyamanan konsumen. Selain itu produsen sepeda motor Kawasaki harus membuat produk mereka sesuai dengan iklan atau promosi yang telah mereka buat. Selain produsen sepeda motor Kawasaki Harus bisa tanggap dengan komplain atau keluhan dari pelanggan mereka, seperti membuat layanan konsumen atau *hotline* sehingga pelanggan bisa dengan mudah untuk berhubungan dengan konsumen, sehingga kepercayaan merek dan kepuasan pelanggan dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan pada sepeda motor Kawasaki.

Berdasarkan hasil pengujian dalam penelitian ini ditemukan bahwa variabel Kepercayaan merek mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan angka t hitung $>$ t tabel yaitu $3,472 > 1,71387$ Dan variabel kepuasan pelanggan juga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas dengan angka t hitung $>$ t tabel yaitu $4,446 > 1,71387$.

Signifikan disini mempunyai pengaruh yang besar terhadap pembentukan loyalitas pelanggan pada sepeda motor Kawasaki. Implikasi bagi sepeda motor kawasaki harus lebih memperhatikan hal itu agar tetap bisa mempertahankan pangsa pasar dan tidak kehilangan konsumen. Untuk kepercayaan merek dan

kepuasan pelanggan harus tetap dipertahankan karena merupakan faktor yang paling berpengaruh dalam menciptakan loyalitas pelanggan. Dalam hal ini Kawasaki harus memperhatikan hal-hal yang pembentuk loyalitas pelanggan itu, supaya mereka bisa meningkatkan penjualan produk mereka yang dalam lima tahun terakhir terus meningkat. Selain itu Kawasaki harus bisa memikirkan bagaimana membuat pelanggan tersebut bergantung kepada sepeda motor Kawasaki.

5.4 Saran

Hasil-hasil dari penelitian ini dan keterbatasan-keterbatasan yang ditemukan agar dapat dijadikan sumber ide dan masukan bagi pengembangan penelitian dimasa yang akan datang. Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka perluasan yang disarankan dari penelitian ini antara lain adalah:

1. Bagi Penelitian Selanjutnya

- a. Penelitian ini memiliki keterbatasan yaitu hanya berfokus pada dua variabel yaitu kepercayaan merek dan kepuasan pelanggan, dan diharapkan untuk penelitian selanjutnya peneliti bisa mengembangkan dengan menambah variabel promosi dan kualitas pelayanan yang mungkin dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan.
- b. Keterbatasan lain dalam penelitian ini adalah menggunakan responden dengan skala kecil yaitu sebanyak 125 responden yang diambil dari pengguna sepeda motor Kawasaki. Untuk penelitian selanjutnya

sebaiknya menambahkan skala responden yang lebih luas dan tidak hanya pada Kota Payakumbuh dan Kabupaten Lima Puluh Kota, sehingga bisa mendapatkan hasil yang lebih maksimal.

2. Bagi Kawasaki

- a. Dari hasil uji hipotesis 1 yaitu kepercayaan merek berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada sepeda motor Kawasaki. Kawasaki telah berusaha memberikan kualitas sepeda motor yang baik sehingga meningkatkan kepercayaan mereknya bagi para pelanggan. Selain itu sepeda motor Kawasaki harus menambah service center mereka di berbagai tempat. Jadi Kawasaki harus bisa mempertahankan dan meningkatkan kepercayaan mereknya agar tidak ditinggalkan oleh konsumennya, karena adanya peningkatan pada faktor ini akan meningkatkan loyalitas pelanggan pada sepeda motor Kawasaki dan mereka tidak akan beralih ke sepeda motor merek lain.
- b. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dua yaitu Kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Variabel ini merupakan variabel yang memberikan pengaruh terbesar terhadap loyalitas pelanggan jika dibandingkan dengan variabel kepercayaan merek yang juga memberikan pengaruh. Dengan kata lain variabel ini merupakan alasan konsumen memutuskan untuk selalu menggunakan sepeda motor Kawasaki tersebut, karena sepeda motor Kawasaki telah memberikan kepuasan bagi para konsumennya.