

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Citra Merek Melalui Loyalitas Pelanggan Pada Bengkel Honda AHASS diRawalumbu. Berdasarkan pada hipotesis yang telah dipaparkan di atas, hasil dari pengolahan pada data dan juga pembahasan, kesimpulan dari penelitian ini yaitu:

1. Citra merek tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Variabel Citra Merek berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada konsumen bengkel Honda AHASS diRawalumbu. Hal tersebut berarti bahwa setiap peningkatan atau penurunan citra merek tidak berdampak secara langsung terhadap loyalitas konsumen. Pada kenyataannya Bengkel Honda tersebut harus lebih banyak melakukan promosi dan kualitas produk akan meningkat lebih baik lagi, guna meningkatkan nama loyalitas pelanggan melalui citra merek.

2. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Citra Merek

Variabel Harga berpengaruh positif signifikan terhadap Citra Merek pada konsumen bengkel Honda AHASS diRawalumbu. Bengkel Honda tersebut harus lebih menyesuaikan harga dari pangsa pasar yang sesuai dengan yang konsumen butuhkan untuk meningkatkan citra merek yang baik pada bengkel Honda tersebut. Pengaruh antara variabel-variabel tersebut bersifat positif yaitu. semakin baik persepsi harga calon konsumen, maka semakin tinggi pula reputasi produk tersebut.

Hal ini terlihat dari tingginya nilai indikator keadilan perusahaan dalam pembentukan harga dan dari indikator keterjangkauan terhadap tingkat daya beli calon konsumen.

3. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan

Variabel Harga berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada konsumen bengkel Honda AHASS diRawalumbu. Artinya, Bengkel Honda tersebut harus lebih memperhatikan dan mempertahankan harga dibutuhkan upaya untuk meningkatkan loyalitas pelanggan dengan menggunakan beberapa aspek pendukung seperti harga pada bengkel Honda tersebut. Harga merupakan faktor yang berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dan menunjukkan bahwa harga mampu menjelaskan loyalitas pelanggan. Selain itu, pengaruh antara variabel harga terhadap loyalitas pelanggan bernilai positif. Artinya semakin baik harga yang diberikan perusahaan maka semakin baik loyalitas pelanggan.

4. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Citra Merek

Variabel kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap citra merek pada konsumen bengkel Honda AHASS diRawalumbu. Artinya, Bengkel Honda tersebut harus lebih meningkatkan kualitas produk yang dibutuhkan upaya untuk meningkatkan citra merek dengan menggunakan beberapa aspek pendukung seperti kualitas produk pada bengkel Honda tersebut.

5. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Variabel kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada konsumen bengkel Honda AHASS diRawalumbu. Artinya, Bengkel Honda tersebut harus Peningkatan dari kualitas produk saat ini sangat hangat untuk diperbincangkan karna kualitas

produk yang baik akan bisa bertahan dalam menghadapi persaingan. Cara untuk memenangkan persaingan adalah dengan mempertahankan pelanggan yang ada pada bengkel Honda tersebut

5.2 Keterbatasan

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang dialami oleh peneliti. Adapun beberapa keterbatasan dalam penelitian ini yaitu pada jumlah responden hanya 104 responden, sehingga data yang diperoleh belum dapat menjelaskan kondisi yang sebenarnya. Penelitian ini hanya melihat analisis dari variabel kualitas produk, harga, loyalitas pelanggan terhadap citra merek. Teknik pengumpulan data yang digunakan hanya berupa angket dan tidak menggunakan teknik wawancara mendalam, sehingga data yang diperoleh hanya berupa tanggapan terhadap pilihan yang dikembangkan.

5.3 Saran

Pada penelitian ini mungkin terdapat beberapa kendala yang berdampak pada temuan penelitian, dan penulis juga masih menyadari masih banyak kekurangan dalam penelitian ini. Oleh karena itu, penulis memberikan saran agar menjadi gambaran dan bahan evaluasi untuk peneliti selanjutnya. Berikut beberapa saran oleh penulis berdasarkan temuan penelitian:

1. Bagi Perusahaan

Perusahaan dapat memperhatikan hasil penelitian ini untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan promosi. Ada beberapa kualitas pelayanan yang terkadang masih membuat pelanggan merasa tidak nyaman dan untuk harga di sesuaikan agar dapat bersaing dengan yang lainnya untuk meningkatkan citra merek dan loyalitas pelanggan pada Bengkel Honda AHASS di Rawalumbu, Bengkel tersebut harus tetap untuk lebih memperhatikan strategi dalam

permasalahan Kualitas Produk. Perusahaan perlu mengevaluasi ulang strateginya untuk meningkatkan minat beli konsumen, perusahaan dapat melakukan diskon dan juga penawaran.

2. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk memperkaya pengetahuan serta melengkapi literatur mengenai analisis Kualitas Produk dan Harga terhadap Citra Merek dan Loyalitas Pelanggan Pada Bengkel Honda AHASS diRawalumbu.

3. Bagi Peneliti

Selanjutnya Agar penelitian selanjutnya dapat mempelajari lebih lanjut tentang aspek-aspek yang mungkin mempengaruhi citra merek dan loyalitas pelanggan, sebaiknya memasukkan lebih banyak variabel selain kualitas produk dan harga.

