

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

Dalam Bab V dijelaskan mengenai kesimpulan hasil penelitian dan analisis serta saran yang diberikan atas penelitian Pengaruh *Hedonic Product* dan *Self-expressive* Terhadap *Brand Loyalty* dan *Word Of Mouth* pada Merek Harley Davidson.

5.1 Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh langsung dan tidak langsung *Hedonic Product*, *Self-Expressive*, *Brand Love* pada *Brand Loyalty* dan *Word Of Mouth*. Hasil penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh langsung *hedonic product* dan *self-expressive brand* pada *brand love*
2. Terdapat pengaruh langsung *hedonic product* dan *brand love* pada *brand loyalty*
3. Terdapat pengaruh langsung *hedonic product* pada *brand loyalty* dengan dimediasi oleh *brand love*
4. Terdapat pengaruh langsung *hedonic product* pada *word of mouth* dengan dimediasi oleh *brand love*
5. Terdapat pengaruh tidak langsung *hedonic product* dan *brand love* pada *brand loyalty* dan *word of mouth*

6. Terdapat pengaruh tidak langsung *hedonic product* dan *brand love* pada *word of mouth* dan *brand loyalty*
7. Terdapat pengaruh langsung *self-expressive brand* dan *brand love* pada *word of mouth*
8. Terdapat pengaruh langsung *self expressive brand* pada *word of mouth* dengan dimediasi oleh *brand love*
9. Terdapat pengaruh langsung *self-expressive brand* pada *brand loyalty* dengan dimediasi oleh *brand love*
10. Terdapat pengaruh tidak langsung *elf-expressive brand* dan *brand love* pada *word of mouth* dan *brand loyalty*
11. Terdapat pengaruh tidak langsung *self-expressive brand* dan *brand love* pada *brand loyalty* dan *word of mouth*
12. Tidak terdapat pengaruh langsung *self-expressive brand* pada *word of mouth*
13. Tidak terdapat pengaruh langsung *self-expressive brand* dan *word of mouth* pada *brand loyalty*
14. Terdapat hubungan antara *brand loyalty* dengan *word of mouth*

5.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan pembahasan dan penelitian yang telah dilakukan maka saran yang dapat peneliti berikan kepada perusahaan adalah:

- Disarankan bagi perusahaan Harley Davidson untuk mengurangi jenis motor baru, karena membingungkan para konsumen yang ingin membeli. Jual jenis yang sesuai dengan pendapatan masyarakat Indonesia dan karakter pria Indonesia.
- Disarankan bagi perusahaan Harley untuk melakukan suatu riset dengan maksud, untuk mengetahui keinginan dan kebutuhan setiap konsumen sehingga tingkat loyalitas pengguna Harley dapat ditinjau dan akan terus meningkat

5.3 Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, penulis dapat memberikan ide atau masukan-masukan pada motor Harley Davidson Cycle dalam pembahasan dan penelitian yang telah dilakukan maka saran yang dapat penulis berikan kepada perusahaan adalah:

1. Berdasarkan hasil pengujian data yang telah dilakukan, disarankan agar perusahaan mengetahui karakteristik, dan perilaku konsumen dalam pembelian, karena tidak semua masyarakat bisa membeli produk Harley yang termasuk dalam *Hedonic Product*.
2. Penelitian mendatang juga dapat menggunakan objek penelitian yang berbeda, sehingga dapat mengetahui lebih jelas mengenai *brand love*.
3. Agar hasil penelitian akan lebih tepat menunjukkan keadaan yang sebenarnya, maka sebaiknya peneliti memperbanyak jumlah sampel dan memperluas jangkauan responden di Indonesia.
4. Produk yang aman bagi pengendara, berkualitas baik, dan harga yang sesuai dengan pendapatan masyarakat Indonesia, menjadi pilihan pelanggan untuk memiliki motor Harley Davidson sebagai produk transportasi dan sebagai hobi bagi konsumen. Maka, dengan adanya
5. Harley Davidson perlu memperluas gerainya dengan menyediakan sparepart motor yang lengkap dan bengkel khusus Harley, dimana pelanggan dapat dengan mudah dan cepat memperoleh alat yang dibutuhkan.