

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

1. Keamanan : Analisis terhadap faktor-faktor *brand image* memberikan informasi bahwa terdapat keluhan pemilik mobil Honda pada faktor keamanan yang berkaitan dengan *airbag*
2. Kenyamanan : masih adanya guncangan mobil yang tidak nyaman, faktor ketahanan tidak ada masalah yang signifikan.
3. Kecepatan : pada faktor ini tidak ada masalah yang terjadi sehingga terdapat pengaruh ke loyalitas konsumen
4. Ketahanan : dalam hal ini, faktor ketahanan mempunyai pengaruh yang paling besar pada loyalitas konsumen, dilihat mobil-mobil honda memang daya tahan nya cukup kuat.
5. Secara keseluruhan menunjukkan bahwa faktor-faktor *brand image* (keamanan, kenyamanan, kecepatan dan ketahanan) mempengaruhi loyalitas konsumen. Artinya faktor-faktor *brand image* pada mobil Honda mampu menjelaskan fenomena terbentuknya loyalitas konsumen terhadap mobil Honda dan sisanya loyalitas pelanggan dibentuk oleh faktor lain

5.2 Saran

1. Pihak manajemen mobil Honda segera melakukan pembenahan pada bagian-
yang dikeluhkan pemilik mobil Honda yang dalam penelitian ini
menunjukkan bahwa sistem keamanan berkaitan dengan *airbag*, lalu sistem
kenyamanan berkaitan dengan guncangan yang dirasakan sebagian pemilik
mobil Honda, sehingga akan berdampak kurang baik terhadap loyalitas
pelanggan.
2. Berkaitan dengan hasil penemuan penelitian yang memberikan informasi
bahwa ternyata keamanan, kenyamanan, kecepatan, dan ketahanan yang turut
mempengaruhi loyalitas konsumen secara signifikan, maka diharapkan pihak
manajemen secara terus-menerus berusaha mengoptimalkan *performance*
mobil Honda yang terkait dengan faktor-faktor tersebut.