

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Menurut penelitian yang telah dilakukan, penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Dalam pelaksanaan dimensi – dimensi yang terkait dengan penelitian ini PD. Berdikari Motor telah melaksanakannya dengan baik. Ini dapat dilihat dari jawaban responden yang kebanyakan menjawab mempercayai PD. Berdikari Motor dan menurut mereka pelayanan dari perusahaan ini tidak mengecewakan mereka. Selain itu, dari jawaban tersebut diketahui bahwa 70% dari responden menyatakan bahwa motor merek Honda ini memiliki reputasi yang andal. Dan lebih dari 50% nya menjawab bahwa motor Honda ini lebih unggul bila dibandingkan dengan motor merek lain. Kinerja motor pun dinilai baik oleh respondennya.
2. Besarnya pengaruh dari dimensi – dimensi citra merek terhadap loyalitas yaitu, 0,047 dari dimensi *Brand Reputation*, 0,153 dari dimensi *Brand Competence* dan 0,165 dari dimensi *Trust In The Company*. Dari hasil yang telah ada dapat disimpulkan bahwa dari dimensi *Brand Reputatuion*, *Brand Competence*, dan *Trust In The Company* yang memiliki pengaruh adalah hanya *Trust In The Company*. Namun secara keseluruhan dari ketiga dimensi tersebut memiliki pengaruh yang kecil terhadap loyalitas, yaitu sebesar 22,2%.

3. Dilihat dari jawaban terbuka responden mengenai persepsi mereka terhadap Honda ini adalah kebanyakan dari mereka merespon hal – hal yang baik. Seperti Honda itu unggul, andal, suku cadang yang mudah didapat, keren, walaupun ada juga yang menjawab bahwa motor Honda ini lebih mahal dibandingkan dengan motor merek lain. Namun secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa motor Honda ini memiliki citra yang baik di mata konsumennya.

5.2 Saran

1. Untuk PD. Berdikari Motor agar lebih meningkatkan pelayanan yang diberikan untuk konsumennya. Dengan kepuasan konsumen yang maksimal, maka reputasi PD. Berdikari Motor pun akan semakin baik di mata konsumen maupun calon konsumen.
2. Untuk produk yang dijual (motor dan suku cadang), karena bukan PD. Berdikari yang memproduksinya, maka yang dapat diusahakan oleh PD. Berdikari Motor adalah cara promosi yang dilakukan untuk menarik minat pembeli. Penulis pikir apa yang telah dilakukan untuk promosi sudah baik. Mungkin tambahan, jika sedang ada *event – event* tertentu, misalnya acara olahraga atau *event* anak muda (band) PD. Berdikari bisa menjadi salah satu sponsor yang mendukung acara.

3. Untuk merek Honda sendiri, diupayakan agar terus meningkatkan inovasinya, Bisa dari segi penambahan varian baru. Dengan inovasi yang *up- to-date*, maka itu menjadi salah satu nilai jual yang tinggi untuk konsumennya.
4. Untuk menciptakan produk baru yang akan dikeluarkan sebaiknya hati – hati atau jangan hanya mengulang produk yang telah ada dan hanya mengganti ” cangkang ”.