

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis penelitian yang telah dilakukan maka berikut ini dapat dikemukakan beberapa kesimpulan penelitian sebagai berikut:

1. Citra Merek berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen sepeda motor matic di Kota Padang.
2. Citra Merek berpengaruh negatif terhadap loyalitas konsumen sepeda motor matic di Kota Padang.
3. Kepuasan Konsumen berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen sepeda motor matic di Kota Padang.
4. Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen sepeda motor matic di Kota Padang.
5. Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen sepeda motor matic di Kota Padang.
6. Kepuasan konsumen memediasi pengaruh antara citra merek terhadap loyalitas.
7. Kepuasan konsumen memediasi pengaruh antara kualitas produk terhadap loyalitas.

#### **5.2 Implikasi Penelitian**

Hasil penelitian terdapat implikasi yang mampu dikembangkan yakni:

1. Kualitas produk secara positif dan signifikan mempengaruhi kepuasan konsumen sepeda motor matic merek Honda di Kota Padang. Hal ini mengandung implikasi agar kedepannya pihak produsen lebih meningkatkan kualitas produknya agar terciptanya citra merek yang berkualitas di mata konsumen, karna hal tersebut akan sangat berpengaruh terhadap keberhasilan perusahaan kedepannya

2. Penelitian ini direkonstruksi berdasarkan pada hasil instrumen kuisioner. Data ini diolah menggunakan paket statistik Smart PLS sehingga bisa mengestimasi path model yang menggunakan variabel laten, sehingga dapat memperkaya penelitian ini.

### **5.3 Saran-Saran**

Untuk meningkatkan Loyalitas Konsumen sepeda motor matic di Kota Padang sebaiknya Honda lebih meningkatkan kualitas produk karena dengan meningkatkan kualitas produk otomatis kepuasan konsumen akan meningkat karena kepuasan konsumen dipengaruhi oleh citra merek dan kualitas produk. Dan jika kepuasan konsumen terpenuhi otomatis konsumen akan loyal.

### **5.4 Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini telah diusahakan dan dilaksanakan sesuai dengan prosedur ilmiah, namun demikian masih memiliki keterbatasan yaitu:

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi Loyalitas Konsumen dalam penelitian ini hanya terdiri dari dua variabel independen, yaitu Citra Merek dan Kualitas Produk, sedangkan masih banyak faktor lain yang mempengaruhi Loyalitas Konsumen.
2. Adanya keterbatasan penelitian dengan menggunakan kuisioner yaitu terkadang jawaban yang diberikan oleh sampel tidak menunjukkan keadaan sesungguhnya.