**BAB V**

**PENUTUP**

**5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan analisis dan pembahasan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan, diajukan beberapa kesimpulan penting yang merupakan inti dari penelitian ini yaitu:

1. Citra merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen honda beat di Kota Padang
2. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen honda beat di Kota Padang
3. Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen honda beat di Kota Padang

**5.2 Keterbatasan Penelitian**

Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini dapat dikemukakan sebagai berikut:

1. Penelitian ini memliki keterbatatasan yaitu sampel dalam penelitian ini hanya 100 responden, sehingga diharapkan untuk kedepannya lebih menambah lagi jumlah sampel dimasa yang akan datang.
2. Penelitian ini belum menggunakan seluruh konsumen honda beat sebagai responden, tetapi masih menggunakan sampel dengan teknik penarikan sampel adalah *purposive sampling*.
3. Penelitian ini membatasi penelitian pada pengaruh citra merek, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian variabel-variabel lain yang mungkin dapat mempengaruhi kepuasan konsumen tidak termasuk kedalam ruang lingkuppenelitian ini atau penulis dianggap konstan.

**5.3. Saran**

Berdasarkan kepada beberapa keterbatasan yang peneliti temukan selama pembuatan skripsi ini maka dapat diajukan beberapa saran yang dapat memberikan manfaat bagi:

1. Disarankan kepada pihak industri otomotif sepeda motor honda beat harus lebih memperhatikan citra merek mengenai citra korporat, citra pemakai, sedangkan kualitas produk mengenai daya tahan, realiabilitas agar lebih disukai oleh konsumen. Artinya semakin banyak konsumen suka akan citra merek atau kualitas produk tersebut maka kepuasan konsumen akan terciptakan.
2. Peningkatan harga sepeda motor honda beat dapat dilakukan dengan berupaya memberikan harga yang baik sesuai dengan harapan yang diinginkan oleh konsumen agar dapat meningkatkan kepuasan konsumen.
3. Peneliti yang akan datang disarankan agar menambahkan populasi dan sampel atau konsumen sepeda motor honda beat sebagai responden penelitian agar mendapatkan hasil yang lebih baik.
4. Penelitian selanjutnya menggunakan objek yang lebih spesifik dengan menggunakan merek motor lain yang akan diteliti, karena peneliti memiliki pemikiran bahwa setiap orang yang melakukan pembelian pada merek tertentu memiliki bahan pertimbangan yang berbeda-beda.