

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Penggunaan kendaraan khususnya pada kendaraan roda dua atau sepeda motor semakin lama akan semakin meningkat, seiring peningkatan tersebut penggunaan produk oli pelumas mesin akan ikut meningkat juga, terlebih kini sudah banyak macam-macam jenis produk oli pelumas mesin kendaraan bermotor di pasaran. Sehingga akan muncul persaingan yang ketat terhadap produk-produk yang ada dipasaran. Pada penelitian kali ini, peneliti mencari korelasi faktor yang mendorong pelanggan oli pelumas mesin merasa puas, memiliki niat untuk membeli kembali serta tetap loyal dalam menggunakan produk oli pelumas mesin Yamalube. Metode kuantitatif merupakan metode penelitian yang dipilih dan *Structural Equation Modelling* (SEM) untuk menguji hipotesisnya. Uji hipotesis tersebut menghasilkan kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel Kepuasan Pelanggan (X1) berpengaruh positif terhadap Variabel Niat Membeli Kembali (X2) dinyatakan diterima. Hal ini dapat ditunjukkan melalui hasil yang positif antara Variabel Kepuasan Pelanggan (X1) terhadap Niat Membeli Kembali (X2). Maka dapat disimpulkan bahwa Variabel Kepuasan Pelanggan (X1) merupakan penyebab timbulnya Variabel Niat Membeli Kembali (X2). Kesimpulan tersebut berdasarkan pada nilai C.R dan P yang di dapat sudah memenuhi standar diterimanya sebuah hipotesis.
2. Variabel Kepuasan Pelanggan (X1) berpengaruh positif terhadap Variabel Loyalitas Pelanggan (Y) dinyatakan diterima. Hal ini

dapat ditunjukkan melalui hasil yang positif antara Variabel Kepuasan Pelanggan (X1) terhadap Variabel Loyalitas Pelanggan (Y). Maka dapat disimpulkan bahwa Variabel Kepuasan Pelanggan (X1) merupakan penyebab timbulnya Variabel Loyalitas Pelanggan (Y). Kesimpulan tersebut berdasarkan pada nilai C.R dan P yang di dapat sudah memenuhi standar diterimanya sebuah hipotesis.

3. Variabel Niat Membeli Kembali (X2) berpengaruh positif terhadap Variabel Loyalitas Pelanggan (Y) dinyatakan diterima. Hal ini dapat ditunjukkan melalui hasil yang positif antara Variabel Niat Membeli Kembali (X2) terhadap Variabel Loyalitas Pelanggan (Y). Maka dapat disimpulkan bahwa Variabel Niat Membeli Kembali (X2) merupakan penyebab timbulnya Variabel Loyalitas Pelanggan (Y). Kesimpulan tersebut berdasarkan pada nilai C.R dan P yang di dapat sudah memenuhi standar diterimanya sebuah hipotesis.

## **B. Implikasi**

Dari seluruh hasil yang didapat, dapat diketahui bahwa variabel X1 yaitu Kepuasan Pelanggan, X2 yaitu Niat Membeli Kembali sebagai variabel bebas mempunyai pengaruh yang positif terhadap variabel terikat yakni Y yaitu Loyalitas Pelanggan. Akan tetapi pada hasil analisis deskriptif memiliki implikasi yang dapat diperbaiki yaitu :

### **1. Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)**

Pada Variabel Loyalitas Pelanggan pernyataan “Saya mudah menemukan Oli Yamalube di bengkel atau penjual suku cadang motor” memiliki skor terbanyak yaitu 899. Hal ini dikarenakan adanya responden pengguna Oli Yamalube merasa mudah menemukan Oli Yamalube pada bengkel atau penjual suku cadang motor.

### **2. Variabel Kepuasan Pelanggan (X1)**

Pada Variabel Kepuasan Pelanggan pernyataan “Harga yang ditawarkan Oli Yamalube sesuai dengan kualitas produk” memiliki skor terbanyak yaitu 707. Hal ini dikarenakan adanya responden pengguna Oli Yamalube merasa harga yang ditawarkan oleh produk Oli Yamalube sudah sesuai dengan kualitas produknya.

### **3. Variabel Niat Membeli Kembali (X2)**

Pada Variabel Kepuasan Pelanggan pernyataan “Saya tidak akan berpindah ke produk pelumas mesin selain Oli Yamalube” memiliki skor terbanyak yaitu 721. Hal ini dikarenakan adanya responden pengguna Oli Yamalube akan tetap membeli dan tidak akan berpindah ke produk pelumas mesin selain Oli Yamalube.

Berdasarkan hasil skor indikator yang diperoleh adalah skor tertinggi pada tiap variabelnya, sehingga Oli Yamalube harus tetap mempertahankan bahkan dikembangkan kembali agar pelanggan Oli Yamalube memiliki Loyalitas, Kepuasan dan Niat Membeli Kembali terhadap produknya.

### C. Keterbatasan Penelitian

Pada saat meneliti, peneliti masih memiliki banyak keterbatasan dalam meneliti. Keterbatasan tersebut bisa menjadi faktor-faktor yang nantinya bisa menjadi perhatian lebih lanjut bagi peneliti lain. Diharapkan kekurangan yang ada pada penulisan Peneliti dapat diperbaiki untuk kedepannya agar menghasilkan data yang lebih baik dari penelitian yang sebelumnya. Berikut beberapa faktor keterbatasan penelitian dalam meneliti yaitu sebagai berikut :

1. Sumber atau penelitian terdahulu masih sangat sedikit pada objek penelitian oli pelumas mesin.
2. Populasi yang digunakan peneliti hanya mencakup pada responden disekitar Jakarta Timur.
3. Teknik analisis data hanya dengan SEM AMOS dan menggunakan metode survei sebagai metode penelitiannya.

### D. Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan keseluruhan hasil yang sudah didapat, Peneliti membagikan beberapa rekomendasi kepada pihak-pihak terkait pada penelitian ini. Peneliti sudah mencantumkannya agar pihak-pihak terkait dapat memperbaiki apa yang seharusnya dapat diperbaiki agar mendapatkan penulisan yang baik. Oleh karenanya, rekomendasi penelitian tersebut yakni :

#### 1. Oli Yamalube

Hasil Uji Hipotesis menghasilkan bahwa variabel Kepuasan Pelanggan dan Niat Membeli Kembali berpengaruh positif dan signifikan ke Loyalitas Pelanggan. Oleh karena itu, rekomendasi penelitian untuk Oli Yamalube adalah sebagai berikut :

- Pada implikasi Loyalitas Pelanggan, masih adanya responden tidak merekomendasikan Oli Yamalube kepada orang lain dan hanya sekedar membeli dan menggunakannya saja. Peneliti berharap bahwa kepada produsen atau penjual Oli Yamalube memberikan berupa promo atau *reward* menarik agar pelanggan yang sudah membeli produk tersebut dapat merekomendasikan Oli Yamalube kepada pembeli yang lain, sehingga dapat pelanggan yang baru dan pelanggan yang lama pun tetap loyal terhadap produk Oli Yamalube.
- Produsen perlu melakukan *maintenance* secara berkala untuk mengetahui fakta yang ada dilapangan karena masih ada beberapa responden tidak mempengaruhi daya beli mereka untuk membeli Oli Yamalube dan Oli Yamalube bukan termasuk pilihan terbaik baginya, hanya sekedar membeli dan menggunakannya saja.
- Untuk meningkatkan frekuensi penjualan, produsen Oli Yamalube dapat meng-*upgrade* teknologi atau manfaat yang ditawarkan pada masing-masing jenis olinya agar pelanggan dapat mencoba harga yang berbeda dan jenis produk Oli Yamalube yang berbeda. Sebab masih ada beberapa pelanggan tidak ingin mencoba harga yang berbeda dari produk Oli Yamalube dan tetap menggunakan harga yang sama.

## 2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Hasil Uji Hipotesis menghasilkan bahwa variabel Kepuasan Pelanggan dan Niat Membeli Kembali berpengaruh positif dan signifikan ke Loyalitas Pelanggan. Oleh karena itu, rekomendasi penelitian untuk penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut :

- Dikarenakan sumber atau penelitian terdahulu masih sangat sedikit pada objek penelitian oli pelumas mesin, diharapkan penelitian ini dapat menjadi salah satu rujukan dan dapat membantu untuk penenelitian selanjutnya pada objek yang sama.
- Disebabkan populasi yang digunakan peneliti hanya mencakup pada responden disekitar Jakarta Timur, diharapkan pada penelitian selanjutnya dapat lebih meluas dan tidak hanya mengacu pada populasi yang sama agar penelitian dapat terlaksanan dengan baik.

