

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan tujuan perumusan penelitian *Pengaruh Komunitas Merek dan Citra Merek terhadap Loyalitas Merek Pengguna Motor Honda Tiger*, survey dilakukan kepada 112 responden anggota komunitas motor Honda Tiger Bekasi Tiger Club yang telah melakukan pembelian ulang motor Honda Tiger, dan setelah menganalisa data kuesioner, penulis dapat mengambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Deskripsi komunitas merek pengguna motor Honda Tiger adalah sebuah komunitas dari konsumen dan pekerja dimana identitas dan aktifitasnya terfokus pada merek Honda Tiger. Deskripsi citra merek motor Honda Tiger adalah berbagai ketertarikan yang dikembangkan oleh konsumen pada merek motor Honda Tiger. Deskripsi loyalitas merek Honda Tiger, adalah suatu ukuran dari kesetiaan pelanggan terhadap merek motor Honda Tiger.
2. Variabel komunitas merek dan citra merek secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap variabel loyalitas merek, dengan nilai signifikansinya 0.00 dimana lebih kecil dari nilai α yaitu 0.05. Penelitian ini juga menjelaskan dengan nilai R^2 (R square) sebesar 0,513 atau 51.3%. Hal ini menunjukkan bahwa persentase pengaruh variabel komunitas merek dan citra merek terhadap variabel loyalitas merek sebesar 51.3%. Sedangkan, sisanya sebesar 48,7% dijelaskan

oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

3. Variabel komunitas merek memiliki pengaruh terhadap variabel loyalitas merek, dengan signifikansi 0.00 dimana nilai tersebut lebih kecil dari nilai α yaitu 0.05.
4. Variabel citra merek memiliki pengaruh terhadap variabel loyalitas merek, dengan signifikansi sebesar 0.00 dimana nilai tersebut lebih kecil dari nilai α yaitu 0.05.
5. Variabel komunitas merek lebih dominan mempengaruhi variabel loyalitas merek.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dari data kuesioner dan survey yang dilakukan penulis di komunitas motor Honda Tiger Bekasi Tiger Club (BKTC), penulis ingin memberikan beberapa saran untuk produsen motor Honda Tiger, yaitu :

1. Komunitas BKTC
 - a. Komunitas BKTC harus dapat mempertahankan kebersamaan dan kekompakan internal komunitas dengan menjaga ritual dan tradisi, serta tanggung jawab moral antar anggota komunitas.
 - b. Komunitas BKTC harus memiliki ragam fariatif acara bagi anggotanya agar mereka terhindar dari kejenuhan.
 - c. Komunitas BKTC diharapkan dapat lebih sering mengadakan acara pertemuan maupun *touring* agar kekompakan antar anggota lebih kuat lagi.

2. Produsen motor Honda Tiger

- a. Produsen harus mempertahankan kualitas motor Honda Tiger, dan image motor Honda Tiger.
- b. Produsen harus memberikan kemudahan informasi bagi konsumen maupun calon konsumen untuk mengetahui info produk terbaru Honda Tiger.
- c. Produsen Honda Tiger harus dapat mengaplikasikan strategi pemasaran, *service* dan bonus yang menarik, agar konsumen dapat terus loyal kepada Honda Tiger.

3. Peneliti

- a. Hendaknya menambah variabel-variabel baru untuk mengetahui variabel apa yang persentasenya paling besar mempengaruhi loyalitas merek motor Honda Tiger.
- b. Menambah referensi-referensi baru agar penelitian lebih *up to date*.