

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa hipotesis penelitian terdapat hubungan positif antara atribut produk dengan loyalitas pelanggan sepeda motor Honda pada warga RW 002 Kelurahan Jatinegara Kaum Jakarta Timur dapat dibuktikan, ini ditunjukkan dari nilai persamaan regresi $\hat{Y} = 46,99 + 0,431 X$. persamaan regresi tersebut menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu skor atribut produk (X) akan mengakibatkan peningkatan loyalitas pelanggan. Artinya semakin tinggi atribut produk maka akan semakin meningkat loyalitas pelanggan sehingga tujuan perusahaan dalam mencapai hasil yang optimal akan lebih baik.

Pada variabel atribut produk indikator yang paling dominan menentukan loyalitas pelanggan atau nilai skor tertinggi yaitu indikator ukuran produk sebesar 21 %. Dapat disimpulkan pula loyalitas pelanggan pada warga RW 002, Kelurahan Jatinegara Kaum Jakarta Timur ditentukan oleh atribut produk sebesar 29,16% dan sisanya sebesar 70,84 % dipengaruhi oleh faktor-faktor lain, kualitas produk, inovasi produk, kepercayaan konsumen, ekuitas merek dan harga.

B. Implikasi

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan diatas bahawa terdapat hubungan positif antara atribut produk dengan loyalitas pelanggan sepeda motor Honda pada warga RW 002 Kelurahan Jatinegara Kaum Jakarta Timur. Hal ini membuktikan bahwa atribut produk merupakan salah satu factor yang menentukan loyalitas pelanggan.

Implikasi dari penelitian ini adalah bahwa untuk lebih meningkatkan loyalitas pelanggan dapat dilakukan dengan menciptakan atribut produk yang menarik dan sesuai dengan keinginan konsumen.

Berdasarkan hasil analisis pengolahan data, pada variabel loyalitas pelanggan yang memiliki skor tertinggi yaitu indicator berkeinginan membeli diluar lini produk yaitu sebesar 20,10%, sedangkan indicator terendah yaitu komitmen untuk tetap menggunakan sebesar 19,90%. Pada variabel atribut produk yang memiliki skor tertinggi yaitu indicator ukuran produk sebesar 21%. Sedangkan, hasil persentase pada indikator merek sebesar 19,30%.

Oleh karena itu untuk dapat meningkatkan dan mempertahankan loyalitas pelanggan perusahaan harus menjaga tingkat atribut produk tersebut. Hal tersebut dapat dilakukan dengan cara menciptakan suatu merek yang mudah diingat oleh pelanggan dan meningkatkan pelayanan kepada pelanggan agar pelanggan merasa nyaman dan puas. Selanjutnya, perusahaan juga harus mampu menciptakan atribut produk yang berkualitas dari setiap produk yg dihasilkan, karena dengan adanya hal tersebut maka dapat membuat pelanggan

tidak hanya memakai produk itu saja tapi bersedia membeli diluar lini produk dan mampu menciptakan loyalitas yang tinggi pada pelanggan.

C. Saran

Berdasarkan kesimpulan serta implikasi yang dikemukakan di atas, saran-saran yang kiranya dapat diberikan oleh peneliti dalam rangka meningkatkan loyalitas pelanggan adalah:

1. Perusahaan sepeda motor Honda seharusnya meningkatkan kinerja perusahaan agar mampu mempertahankan atribut produk yang berkualitas.
2. Perusahaan sepeda motor Honda sebaiknya dapat mempertahankan mutu pelayanan sehingga konsumen tidak mudah berpaling ke produk lain.
3. Bagi masyarakat harus mampu menilai atribut produk yang baik agar sesuai dengan apa yang dibutuhkan.