

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan kajian teoretik dan deskripsi hasil penelitian yang telah diuraikan pada bab - bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara asosiasi merek dengan kepuasan pelanggan sepeda motor Yamaha pada warga RT 01, RT 02, RT 03 Kelurahan Loji Kecamatan Bogor Barat, Kota Bogor. Persamaan regresi $\hat{Y} = 54,97 + 0,31X$ menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu asosiasi merek (variabel X), maka akan mengakibatkan kenaikan kepuasan pelanggan (variabel Y) sebesar 0,31, pada konstanta 54,97.

Kepuasan pelanggan ditentukan oleh asosiasi merek sebesar 32,38% dan sisanya sebesar 67,62% dipengaruhi oleh faktor - faktor lain, seperti harga kualitas produk, dan lain-lain.

B. Implikasi

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan bahwa terdapat hubungan yang positif antara asosiasi merek dengan kepuasan pelanggan sepeda motor Yamaha pada warga RT 01, RT 02 dan RT 03 Kelurahan Loji Kecamatan Bogor Barat Kota Bogor. Hal ini membuktikan bahwa asosiasi merek merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Implikasi dari penelitian ini, yaitu bahwa produk sepeda motor Yamaha harus dapat meningkatkan asosiasi mereknya untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan yang diakibatkan oleh asosiasi merek yang rendah, jika dibiarkan berlarut - larut akan membuat pelanggan pergi dan berpaling dengan produk perusahaan lain.

Berdasarkan hasil analisis pengolahan data, pada variabel kepuasan pelanggan persentase indikator menunjukkan kinerja, yaitu sebesar 21,67%, indikator *feature* sebesar 21,12%, indikator keandalan (*reability*) sebesar 19,37%, indikator *serviceability* sebesar 19,36%, serta indikator daya tahan sebesar 18,49%. Kemudian pada variabel asosiasi merek, manfaat (*benefit*), yaitu sebesar 50,41%. Selanjutnya, indikator Atribut Produk sebesar 49,59%.

Dari hasil pengolahan data, terlihat bahwa pelanggan yang merasa asosiasi merek terhadapnya diberikan perusahaan rendah, akan memiliki kepuasan yang rendah pula. Hal yang perlu dilakukan perusahaan adalah memberikan dampak manfaat yang lebih terhadap pelanggannya dari apa yang diberikan perusahaan. Selain itu, perusahaan harus memperhatikan atribut produk mereka. Hal ini berdasarkan hasil perolehan skor rata - rata, indikator manfaat (*benefit*) dalam asosiasi merek cukup sebesar yaitu 50,41%. Sedangkan, untuk kepuasan pelanggan, indikator kinerja merupakan yang tertinggi, yaitu sebesar 21,67%. Dalam hal tersebut perusahaan harus memperhatikan kinerja dari produk mereka.

C. Saran

Berdasarkan kesimpulan dan implikasi yang dikemukakan di atas, maka peneliti menyampaikan beberapa saran yang mungkin bermanfaat dalam meningkatkan kepuasan pelanggan sepeda motor Yamaha antarlain :

1. Produk sepeda motor Yamaha agar bisa lebih meningkatkan kepuasan para pelanggannya yaitu dengan cara memberikan harga yang sesuai dengan kualitas produk kepada pelanggannya. Perusahaan dalam menentukan harga suatu produk harus sesuai dengan kualitas yang diberikan sehingga konsumen tidak merasa dirugikan dengan uang yang telah mereka keluarkan untuk mendapat suatu produk. Usaha perusahaan lainnya untuk meningkatkan kepuasan pelanggan yaitu kualitas produk. Kualitas merupakan ciri dari suatu produk yang berpengaruh pada kinerja suatu produk yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen yang menggunakannya. Produk yang berkualitas adalah produk yang memiliki manfaat bagi konsumen atau pelanggannya sehingga akan tercipta kepuasan dari pelanggannya.
2. Perusahaan seharusnya meningkatkan asosiasi merek dalam hal membuat pelanggan untuk tetap setia pada produk sepeda motor Yamaha, dengan cara memberikan nilai manfaat yang lebih apa yang dirasakan dan didapat oleh pelanggannya. Selain itu, banyaknya asosiasi-asosiasi yang muncul dalam benak dan hati konsumen dapat menjadikan asosiasi yang positif, memiliki asosiasi merek yang positif akan memberikan keuntungan yang besar bagi perusahaan terkait dengan kepuasan konsumennya.