

## **BAB V**

### **KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terhadap pengguna sepeda motor Honda Vario di Universitas Pendidikan Indonesia untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Gambaran kualitas produk sepeda motor Honda Vario yang terdiri dari *performance, reliability, durability, serviceability, aesthetics, Conformance to spesification, perceived quality, dan special feature* berada pada kategori baik. Dari hasil rekapitulasi data yang diperoleh, dapat diketahui bahwa skor terbesar adalah pada indikator *performance* dan indikator terendah adalah *durability*. Dapat disimpulkan bahwa indikator *performance* merupakan indikator yang kinerjanya paling baik pada kualitas produk. Hal tersebut dapat disebabkan karena banyak responden yang telah memakai Honda Vario lebih dari 4 tahun tapi responden tidak mendapatkan banyak masalah dengan mesin Honda Vario nya atau dengan kata lain kinerja mesin Honda Vario bekerja dengan baik. Sedangkan indikator *durability* merupakan indikator yang kinerjanya paling rendah pada kualitas produk. Ini karena dalam hal daya tahan plastik cover body Honda Vario kualitasnya dirasa kurang baik oleh responden.
2. Gambaran loyalitas pelanggan sepeda motor Honda Vario yang terdiri dari melakukan pembelian secara teratur, membeli di luar lini produk/jasa, merekomendasikan kepada orang lain, dan kekebalan produk pesaing berada pada kategori tinggi. Dari hasil rekapitulasi data yang diperoleh, dapat diketahui bahwa skor tertinggi pada variabel loyalitas pelanggan adalah indikator membeli di luar lini produk dan indikator terendah adalah kekebalan produk pesaing. Ini menunjukkan bahwa pelanggan setia terhadap produk Honda Vario dan pelanggan banyak yang membeli lini produk seperti oli asli Honda dan spare part asli Honda, namun responden cenderung rentan terhadap tawaran untuk mencoba produk pesaing yang sejenis karena

responden menilai kualitas dari skutik lain tersebut setara atau lebih baik dari Honda Vario.

3. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan sepeda motor Honda Vario dengan tingkat korelasi yang kuat.

## 5.2 Implikasi

Berdasarkan temuan-temuan dalam penelitian ini, menunjukkan bahwa hubungan antara kualitas produk dengan loyalitas pelanggan sepeda motor Honda Vario berada dalam kategori kuat. Penelitian ini membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan sepeda motor Honda Vario, hal ini berimplikasi agar produsen sepeda motor Honda khususnya sepeda motor Honda Vario perlu meningkatkan dan memperhatikan kualitas produk guna dapat meningkatkan penjualan serta dapat meningkatkan loyalitas sehingga konsumen tidak terpengaruh produk lain yang sejenis. Berdasarkan hasil dan pembahasan dalam penelitian ini, dapat menambah pengetahuan mengenai kualitas produk dan loyalitas pelanggan yang kedepannya dapat ditingkatkan ataupun diperbarui, apabila indikator yang diteliti pada penelitian ini sudah kuno ataupun usang dikemudian hari.

## 5.3 Saran

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan sepeda motor Honda Vario penulis mengajukan beberapa saran yang dapat dijadikan solusi dari permasalahan dan dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi manajemen perusahaan dalam mengambil kebijakan manajemennya.

1. Perusahaan diharapkan lebih meningkatkan atau memperbaiki kualitas dari cover body nya seperti menyempurnakan material yang biasa dengan dibuat lebih tebal atau bahkan mengganti mengganti bahan material secara keseluruhan. Agar konsumen merasa puas dengan daya tahan dari Honda Vario secara keseluruhan. Karena pada variabel kualitas produk indikator *durability* merupakan indikator yang terendah, terutama pada pernyataan daya tahan cover body Honda Vario.

2. Honda harus memodifikasi atau merubah beberapa bagian seperti penambahan shockbreaker menjadi dual shock, ukuran ban yang lebih lebar dll. Perubahan tersebut dimaksudkan agar pengendara lebih nyaman saat mengendarai Honda Vario.
3. Untuk mempertahankan atau bahkan menaikkan loyalitas pelanggan, perusahaan harus memberikan program seperti kartu member dimana kartu member tersebut dapat memberikan potongan harga jika pemilik kartu tersebut membeli lagi Honda Vario dan memberikan fasilitas lebih kepada anggota komunitas resmi Honda agar terciptanya loyalitas yang lebih besar.
4. Penelitian selanjutnya, mungkin diharapkan dapat meneliti faktor lain yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan suatu produk. Karena menurut responden atau pelanggan sepeda motor Honda Vario menurut hasil pra-penelitian selain kualitas produk, faktor lainnya seperti brand, desain produk, inovasi, dan harga merupakan hal lain yang menjadikan responden atau pelanggan membeli Honda Vario.

