

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang Kualitas Produk, Brand Image, dan Brand Trust terhadap Loyalitas Pelanggan. Maka diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas Produk tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan produk motor Honda Vario di dealer Honda Margo Mulyo Megah Pasar Minggu Jakarta Selatan.
2. Brand Image tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan produk motor Honda Vario di Dealer Honda Margo Mulyo Megah Pasar Minggu Jakarta Selatan.
3. Brand Trust berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan produk Motor Honda Vario di dealer Honda Margo Mulyo Megah Pasar Minggu Jakarta Selatan.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka penulis mencoba untuk mengemukakan beberapa saran yang dapat bermanfaat bagi peningkatan Loyalitas Pelanggan produk motor Honda Vario di Dealer Honda Margo Mulyo Megah Pasar Minggu Jakarta Selatan, yaitu :

1. Kualitas produk honda vario tidak mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini menjadi fokus utama bagi Honda vario untuk meningkatkan Kualitas Produk sesuai dengan standar harapan konsumen terutama dalam model varian yang harus lebih bervariasi serta warna yang lebih menarik sehingga diharapkan dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan.
2. Brand image honda vario tidak mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini menjadi fokus utama bagi honda vario untuk meningkatkan *Brand Image* pelanggan terutama pada peningkatan dan pembentukan *Image* atau citra yang baik dipikiran atau dibenak

pelanggan agar lebih unggul dibandingkan dengan pesaing sehingga diharapkan dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan.

3. *Brand Trust* honda vario sudah baik dapat dilihat dari pengaruhnya dalam peningkatan loyalitas pelanggan. Namun honda vario harus lebih fokus pada peningkatan *Brand Intention* dengan meningkatkan kepercayaan konsumen akan kualitas yang baik sehingga diharapkan dapat lebih memberikan kontribusi pada peningkatan loyalitas pelanggan.
4. Bagi penelitian selanjutnya, diharapkan hasil penelitian ini bisa dijadikan sebagai bahan referensi dan perbandingan untuk penelitian. Dan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk dapat memperdalam penelitian selanjutnya dengan menambah objek penelitian yaitu antara beberapa dealer.

