

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian dengan minat beli sebagai mediasi. Berdasarkan data yang dikumpulkan dan pengujian yang dilakukan, hasilnya adalah sebagai berikut:

1. Harga berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

Berdasarkan hasil uji statistik diperoleh nilai t hitung $3,072 > t$ tabel $1,660$ dan taraf signifikansi $0,003 < 0,05$, artinya variabel harga berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Strategi harga yang dilakukan pada produk Honda Beat Series terbukti mampu meningkatkan loyalitas pelanggan.

2. Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap terhadap loyalitas pelanggan.

Berdasarkan hasil uji statistik diperoleh nilai t hitung $3,354 > t$ tabel $1,660$ dan taraf signifikansi $0,001 < 0,05$, artinya variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Pelayanan yang diberikan pra dan pasca menggunakan Honda Beat Series mampu meningkatkan loyalitas pelanggan.

3. Citra perusahaan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

Berdasarkan hasil uji statistik diperoleh nilai t hitung $5,486 > t$ tabel $1,660$ dan taraf signifikansi $0,000 < 0,05$, artinya variabel citra perusahaan berpengaruh positif terhadap loyalitas. Citra perusahaan yang dimiliki oleh

Astra Honda Motor mampu meningkatkan loyalitas pelanggan Honda Beat Series.

4. Harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil uji statistik diperoleh nilai t hitung $2,251 > t$ tabel $1,660$ dan taraf signifikansi $0,027 < 0,05$, artinya variabel harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Strategi harga yang dilakukan pada produk Honda Beat Series terbukti mampu meningkatkan kepuasan pelanggan.

5. Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil uji statistik diperoleh nilai t hitung $2,187 > t$ tabel $1,660$ dan taraf signifikansi $0,031 < 0,05$, artinya variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Pelayanan yang diberikan pra dan pasca menggunakan Honda Beat Series mampu meningkatkan kepuasan pelanggan.

6. Citra perusahaan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil uji statistik diperoleh nilai t hitung $5,864 > t$ tabel $1,660$ dan taraf signifikansi $0,000 < 0,05$, artinya variabel Citra Perusahaan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Citra perusahaan yang dimiliki oleh Astra Honda Motor mampu meningkatkan loyalitas pelanggan Honda Beat Series.

7. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

Berdasarkan hasil uji statistik diperoleh nilai t hitung $2,699 > t$ tabel $1,660$ dan taraf signifikansi $0,008 < 0,05$, artinya variabel kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Pelanggan

yang menggunakan Honda Beat Series terbukti merasa puas dengan atribut yang melekat pada Honda Beat Series yang berdampak pada meningkatnya loyalitas pelanggan.

8. Kepuasan pelanggan tidak memediasi pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan

Hasil uji sobel menunjukkan bahwa variabel kepuasan pelanggan tidak mampu memediasi hubungan antara harga dan loyalitas pelanggan produk Honda Beat Series. Hal ini menunjukkan walaupun keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, dan kesesuaian harga dengan manfaat dari honda beat series sudah membuat pelanggan puas namun masih belum bisa membuat pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan meningkat.

9. Kepuasan pelanggan tidak memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.

Berdasarkan hasil uji sobel, diketahui bahwa variabel kepuasan pelanggan tidak mampu memediasi hubungan antara kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan terhadap produk Honda Beat Series. Penelitian ini menemukan bahwa walaupun keandalan, responsibilitas, jaminan, dan empati yang diperoleh setelah membeli produk Honda Beat Series membuat konsumen merasa puas, namun tidak mempengaruhi konsumen untuk lebih loyal kepada produk Honda Beat Series.

10. Kepuasan pelanggan memediasi pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas pelanggan.

Hasil uji sobel menunjukkan bahwa hubungan antara citra perusahaan dan loyalitas pelanggan produk Honda Beat Series dimediasi oleh kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan pasca menggunakan Honda Beat Series mampu meningkatkan pengaruh antara citra perusahaan dan loyalitas pelanggan.

B. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka diajukan beberapa saran diantaranya sebagai berikut:

1. Bagi Produsen

- a. Variabel harga berpengaruh positif pada penelitian ini, oleh karena itu produsen harus mempertahankan harga yang sesuai dengan kualitas produk Honda Beat Series dan diharapkan dapat mempertahankan kualitas tersebut dengan menggunakan strategi harga penetrasi produk.
- b. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dalam penelitian ini, diharapkan produsen mampu mempertahankan atau bahkan mampu meningkatkan kualitas pelayanan terhadap konsumen. Sehingga konsumen akan tetap setia menggunakan produk Honda Beat Series.
- c. Dalam penelitian ini, variabel citra perusahaan memiliki positif. Produsen diharapkan dapat meningkatkan citra yang baik, sehingga konsumen akan semakin puas dalam menggunakan produk Honda Beat Series. Dengan demikian, citra perusahaan dapat mempengaruhi konsumen untuk semakin loyal terhadap produk Honda Beat Series.