

## BAB V

### KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Citra merek berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen. Semakin baik citra merek, maka loyalitas pelanggan juga akan semakin meningkat.
2. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen. Semakin tinggi kepuasan pelanggan, maka loyalitas pelanggan juga akan semakin meningkat.
3. Nilai pelanggan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Semakin tinggi nilai pelanggan, maka kepuasan konsumen juga akan semakin tinggi.
4. Kualitas persepsian berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Semakin tinggi kualitas persepsian, maka kepuasan konsumen juga akan semakin tinggi.
5. Citra merek berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Semakin baik citra merek, maka kepuasan konsumen juga akan semakin tinggi.
6. Citra merek berpengaruh positif terhadap nilai pelanggan. Semakin baik citra merek, maka nilai pelanggan juga akan semakin tinggi.
7. Kualitas persepsian berpengaruh positif terhadap nilai pelanggan. Semakin tinggi kualitas persepsian, maka nilai pelanggan juga akan semakin tinggi.

8. Citra merek berpengaruh positif terhadap kualitas persepsian. Semakin baik citra merek, maka kualitas persepsian juga akan semakin tinggi.

## **B. Keterbatasan Penelitian**

Keterbatasan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Pengambilan responden hanya dilakukan di wilayah Kota Yogyakarta. Hal ini belum dapat menggambarkan kondisi seluruh wilayah Indonesia.
2. Penelitian ini hanya menggunakan data dari konsumen sepeda motor merek Honda.

## **C. Saran**

Berdasarkan kesimpulan dan analisis sebelumnya maka penulis dapat memberikan saran:

1. Citra merek, nilai dan kualitas persepsian hendaknya dikelola dengan baik oleh produsen sepeda motor merek Honda, karena faktor-faktor tersebut selain berperan meningkatkan kepuasan konsumen riil maupun konsumen potensial, juga akan menciptakan dan mempertahankan loyalitas dari konsumen riil maupun potensial tersebut.
2. Peneliti yang akan datang hendaknya memperluas wilayah survei, misalnya perwakilan seluruh wilayah propinsi yang ada di Indonesia.
3. Penelitian selanjutnya disarankan untuk melibatkan semua merek sepeda motor yang beredar di wilayah Indonesia.

4. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk memodifikasi model yang diajukan agar kriteria *goodness of fit* yang didapat akan terpenuhi kriteria yang baik.