

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan mengenai pengaruh citra merek dan kepercayaan merek terhadap loyalitas konsumen pada motor Yamaha di Bandar Lampung, Maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Citra merek berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada motor Yamaha di Bandar Lampung
2. Kepercayaan merek berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada motor Yamaha di Bandar Lampung
3. Citra merek dan kepercayaan merek berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada motor Yamaha di Bandar Lampung

5.2 Saran

5.2.1 Bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dan kesimpulan, maka penulis memberikan saran baik Yamaha di Bandar Lampung, maupun bagi peneliti selanjutnya. Saran tersebut adalah sebagai berikut :

1. Menyarankan kepada pihak Yamaha di Bandar Lampung, Yamaha memiliki banyak tipe yang sesuai dengan keinginan hal tersebut harus dipertahankan untuk meningkatkan citra mereka, namun responden tipa telalu mengenali jenis-jenis motor yang ada di Yamaha, oleh karena itu perlu dilakukan aktivitas promosi terutama melalui media sosial yang memiliki jangkauan yang luas untuk menginformasikan jenis-jenis motor Yamahan sehingga akan banyak konsumen mengenali motor Yamaha, hal tersebut akan meningkatkan citra merek yang akan berdampak pada penignkatan loyalitas konsumen.

2. Menyarankan kepada pihak Yamaha di Bandar Lampung, Motor Yamaha hemat bahan bakar, hal tersebut harus terus dipertahankan sehingga kepercayaan konsumen pada Motor Yamaha tetap bertahan, namun untuk meningkatkan kepercayaan konsumen, sebaiknya Yamaha harus memperhatikan faktor lain selain memiliki motor yang hemat bahan bakar, harus dapat memperhatikan desain motor dan kualitas mesin, hal tersebut akan berdampak pada peningkatan loyalitas konsumen

5.2.2 Bagi Penelitian Selanjutnya

Dalam penelitian ini menggunakan variabel pengaruh citra merek dan kepercayaan merek terhadap loyalitas konsumen pada motor Yamaha di Bandar Lampung. Untuk pengembangan mendatang masih memungkinkan untuk mengukur kepuasan konsumen motor Yamaha.

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).