

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan menggunakan analisis data dari pengujian hipotesis, maka kesimpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh Produk ( $X_1$ ) terhadap Loyalitas Merek (Y) Motor Honda di Bukit Kemuning.
2. Terdapat pengaruh Bauran Promosi ( $X_2$ ) terhadap Loyalitas Merek (Y) Motor Honda di Bukit Kemuning.
3. Terdapat pengaruh Produk ( $X_1$ ) dan Bauran Promosi ( $X_2$ ) terhadap Loyalitas Merek (Y) motor Honda di Bukit Kemuning.

#### **5.2 Saran**

Tingkat Loyalitas Merek motor Honda di Bukit Kemuning mendapatkan penilaian yang relatif tinggi, pengaruh produk yang baik dan bauran promosi yang efektif. Dapat diartikan tingkatan loyalitas mereknya sudah sangat bagus. Namun dari hasil penelitian yang baik ini penulis ingin memberikan masukan untuk motor Honda di Bukit Kemuning.

Karena terdapat pengaruh Produk ( $X_1$ ) terhadap Loyalitas Merek (Y) Motor Honda di Bukit Kemuning maka penulis menyarankan :

1. Merek : produk dari honda terdiri dari motor matic, sport dan non matic yang diterima baik oleh masyarakat namun honda harus tetap berinovasi mengeluarkan merek dengan teknologi terbaru dan fresh.
2. Kemasan : Desain body Motor honda harus di sesuaikan dengan jenis motor yang akan dipasarkan desain yang baik akan dapat membuat konsumen nyaman menggunakan motor Honda.

3. Pemberian Label : label harus disesuaikan antara jenis-jenis motor honda pelabelan merupakan informasi mengenai produk atau penjualan produk
4. Layanan Pelengkap : Dealer honda harus lebih mempertimbangkan pembukaan tempat service yang mudah dijangkau penggunanya apalagi yang berasal dari tempat tinggal yang jauh.
5. Jaminan Produk : Semua Motor honda Beserta perlengkapan berkendara,service,asuransi maupun suku cadang haruslah memenuhi standar negara indonesia yang dibuktikan dengan SNI.

Karena Terdapat pengaruh Bauran Promosi ( $X_2$ ) terhadap Loyalitas Merek (Y) Motor Honda di Bukit Kemuning penulis menyarankan :

1. Advertising (Periklanan) : Dealer honda di Bukit Kemuning sebaiknya harus gencar mempresentasi dan mempromosikan produk-produk baru, produk yang sudah ada maupun produk hasil pembaruan.
2. Sales Promotion (Promosi Penjualan) : memberitahukan tempat penjualan dan servis berkala setelah pembelian kepada konsumen dapat berguna bagi pendistribusian produk honda yang lebih luas.
3. Personal Selling (Penjualan Perseorangan) : personal selling harus lebih digencarkan karena sebagai pemacu perusahaan untuk lebih mengenal konsumen secara langsung sehingga akan terkumpul informasi,motif pembelian dan keinginan konsumen
4. Public Relations (Hubungan Masyarakat) : setelah pembelian konsumen akan menilai suatu produk apakah dia puas atau tidak, dan memberi tanggapan yang berbeda untuk itu Dealer Honda perlu mengukur kepuasan konsumen secara teratur.
5. Direct Marketing (Penjualan Langsung) : seorang sales penjualan motor honda di bukit kemuning disarankan menjemput bola kepada konsumen misalnya mengunjungi,rumah,tempat kerja dan tempat-

tempat lain diluar dari dealer itu sendiri guna meningkatkan penjualan.

Karena Terdapat pengaruh Produk ( $X_1$ ) dan Bauran Promosi ( $X_2$ ) terhadap Loyalitas Merek (Y) motor Honda di Bukit Kemuning maka penulis menyarankan :

1. Committed buyer (pelanggan yang setia) : pelanggan Dealer Motor Honda Di Bukit Kemuning sangat banyak tergolong pelanggan yang tetap atau sangat setia. oleh karena itu perlu dipertahankan dan menjaga dengan baik loyalitas pelanggan serta lebih tingkatan lagi kualitasnya agar para pelanggan tetap menyukai Motor Honda.
2. Likes the brand (pembeli yang benar-benar menyukai merek) : Konsumen yang loyal pada tahap ini merupakan Konsumen yang sungguh-sungguh menyukai Merek tersebut yang biasanya didasari oleh pengalaman pernah menggunakan Motor Honda Sebelumnya untuk itu Dealer Honda Di bukit Kemuning harus berfokus untuk meningkatkan tingkat penggunaan merek atas merek perusahaan.
3. Satisfied buyer (orang-orang yang puas) : biasanya pelanggan peralihan dari menyukai motor lain menjadi menyukai motor honda untuk itu bagi Dealer Honda di Bukit Kemuning harus mempunyai keunggulan yang relatif berbeda dari produsen motor lain agar konsumen tersebut dapat loyal dan tidak mengalami peralihan lagi.
4. Habitual buyer (pembeli yang melakukan pembelian karena kebiasaan) : Pihak Dealer Honda di Bukit Kemuning Harus menjaga Betul pelanggan ini karena dapat dikategorikan pelanggan yang cukup puas menggunakan Motor Honda dapat disimpulkan pula bahwa pembeli yang loyal ini dapat membeli suatu merek didasarkan atas kebiasaan mereka selama ini.
5. Switcher (konsumen yang suka berpindah merek) : Hasil analisis Loyalitas Merek Motor Honda Di Dealer Bukit Kemuning ternyata masih ditemukan Switcher dengan penilaian sedang atau pembeli

yang suka berpindah karena faktor harga dan diskon. Sebaiknya pihak Dealer Motor Honda Di Bukit Kemuning menyesuaikan harga produknya pada masyarakat terutama pelanggan yang terkategori Switcher.