

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna motor honda Vario di Sidoarjo.
2. Kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna motor honda Vario di Sidoarjo.
3. Kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pengguna motor honda Vario di Sidoarjo.
4. Kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pengguna motor honda Vario di Sidoarjo.
5. Kepuasan pelanggan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pengguna motor honda Vario di Sidoarjo.
6. Kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pengguna motor honda Vario di Sidoarjo.
7. Kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pengguna motor honda Vario di Sidoarjo.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan penelitian ini, ada beberapa saran yang dapat diberikan. Yaitu :

1. Bagi Perusahaan

Bagi PT. Astra Honda Motor (AHM) yang merupakan produsen dari produk honda Vario yang menjadi objek pada penelitian. PT. Astra Honda Motor (AHM) perlu meningkatkan keindahan tampilan produk dari honda Vario dengan *design/bodynya* yang variatif dan sesuai dengan tren saat ini. Tidak hanya itu, diperlukannya juga peningkatan dan pengembangan fitur-fitur berteknologi canggih. Hal ini sangat penting untuk memenuhi keseluruhan kualitas produk agar menyesuaikan kebutuhan dan keinginan pelanggan, sehingga pelanggan tidak pindah ke produsen lain dan loyal menggunakan produk honda Vario.

2. Bagi Peneliti

Untuk melakukan penelitian berikutnya, ada saran yaitu ditambahkan atau menggunakan variabel lain untuk mempengaruhi kepuasan terhadap loyalitas pelanggan. Tujuannya agar lebih bervariasi lagi untuk melakukan penelitian sehingga tidak perpatok pada variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan saja.