

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan analisis dan penelitian, maka kesimpulan yang dihasilkan dari penelitian sebagai berikut:

1. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini dapat diterima. Hal ini berdasarkan nilai signifikansi benefit, komunikasi dan kepercayaan lebih kecil dari 0,05. Besarnya pengaruh kelima variabel bebas ini adalah sebesar 43,5%. Angka ini memiliki makna bahwa variabel benefit, komunikasi dan kepercayaan dapat menerangkan sebesar 43,5% (R^2) terhadap loyalitas konsumen pengguna mobil di Bandar Lampung. Dengan demikian seluruh variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pengguna mobil sedan Honda di Bandar Lampung.
2. Koefisien regresi terbesar adalah variabel kepercayaan sebesar 0,504. Dikuti koefisien regresi variabel komunikasi sebesar 0.306 dan variabel yang memiliki pengaruh terkecil terhadap loyalitas pelanggan adalah benefit hanya sebesar 0.214.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil perhitungan dan kesimpulan, beberapa saran yang diajukan sebagai berikut:

1. Honda melalui dealer utamanya di Bandar Lampung perlu mempertahankan komunikasi yang sudah terjalin baik selama ini dan kepercayaan terhadap layanan. Hal ini perlu dipertahankan agar loyalitas konsumen pemakai sedan merek Honda dapat dipertahankan.
2. Honda melalui ATPMnya perlu meningkatkan kenyamanan ruang tunggu dan kecepatan waktu pelayanan serta penyelesaian layanan tepat waktu. Peningkatan ketiga faktor ini dimungkinkan karena secara pengaruh faktor ini baru memiliki pengaruh sebesar 0,214 terhadap loyalitas pengguna mobil Honda.
3. Penelitian lebih lanjut sebaiknya dilakukan dengan menambah variabel dan dengan variasi sampel yang lebih banyak sehingga dapat memberikan hasil temuan yang lebih lengkap serta melihat hubungan kasualitas antar variabel penelitian.