

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Penelitian dilakukan terhadap konsumen Mitra Ideal Sukses Batam yang menguji tentang mengenai pengaruh citra merek dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen . Dalam penelitian ini obyek peneliti adalah konsumen Mitra Ideal Sukses Batam yang berada didaerah piayu sebanyak 100 responden. Berdasarkan tipe pertanyaan terbuka, sebagian responden masih memiliki jawaban yang tidak kosong atau tersumbat. Hal ini berdampak pada pengurangan jumlah informasi yang seharusnya diterima responden dari jawaban sebagai informasi empiris, sehingga membatasi langkah yang diambil penulis.

Posisi responden saat pertanyaan dijawab, masih terdapat beberapa jawaban yang kurang begitu memahami jawaban dari pertanyaan tersebut. Hal tersebut dapat mengurangi validitas jawaban yang diberikan oleh responden, peneliti harus dapat menjelaskan kepada responden secara detail dan peneliti harus dapat melihat keadaan pada saat yang tepat untuk memberikan kuesioner kepada responden. Maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap variable kepuasan konsumen secara parsial.
2. Variabel Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen secara parsial.
3. Variabel Citra merek dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen secara simultan.

5.2. Saran

Dalam menjelaskan kesimpulan di atas, dibuat rekomendasi sebagai berikut:

1. Mitra Ideal Sukses harus memfokuskan kebijakan pemasarannya dan mempertahankan keunggulan merek Honda AHAS. Selain itu, perusahaan perlu memperkenalkan produk yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap perawatan sepeda motor.
2. Mitra Ideal Sukses Batam adalah perusahaan yang menjual berbagai macam jenis sepeda motor. Oleh karena itu, Honda AHAS perlu mempertahankan mereknya yang sudah ada. Apabila Mitra Ideal Sukses Batam ingin meningkatkan kepuasan pelanggan maka akan memberikan informasi yang akurat, bermanfaat, menarik dan meningkatkan kualitas setiap produk yang dijual oleh Mitra Ideal Sukses Batam.
3. Bagi peneliti lain yang ingin melanjutkan penelitiannya atau studi, direkomendasikan untuk memasukkan variabel yang mungkin mempengaruhi kepuasan konsumen. Selain citra merek dan kualitas layanan, seperti harga, promosi, kualitas produk, atau variabel lainnya.