

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian Analisis Pengaruh Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan dan dampaknya terhadap Loyalitas Pelanggan Honda Vario *all variant*, terdapat beberapa kesimpulan dari hasil analisis dan pembahasan. Kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Variabel Nilai Pelanggan (X) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y_1). Hal ini dibuktikan dengan koefisien beta sebesar 0,595 atau sebesar 59,5% dan nilai probabilitasnya sebesar 0,000 ($p < 0,05$);
2. Variabel Nilai Pelanggan (X) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Variabel Loyalitas Pelanggan (Y_2). Hal ini dibuktikan dengan koefisien beta sebesar 0,471 atau sebesar 47,1% dan nilai probabilitasnya sebesar 0,000 ($p < 0,000$).
3. Variabel Kepuasan Pelanggan (Y_1) terbukti menjadi variabel *intervening* atau variabel perantara, antara variabel Nilai Pelanggan (X) dengan variabel Loyalitas Pelanggan (Y_2). Hasil analisis jalur menunjukkan sebuah korelasi positif antara variabel Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan yang ditunjukkan dengan nilai koefisien jalur beta sebesar 0,203 atau sebesar 20,3% dan nilai probabilitasnya sebesar 0,030 ($p < 0,05$). Hal ini dibuktikan dengan hasil perhitungan *total effect* Nilai Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebesar 0,591.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka dianjurkan saran-saran sebagai pelengkap terhadap hasil penelitian yang dapat diberikan untuk perusahaan maupun penelitian selanjutnya yaitu sebagai berikut:

1. Perusahaan Honda sebagai Produsen Motor Vario sebaiknya mempertahankan Nilai Pelanggan yang selama ini dirasakan cukup baik oleh pelanggan, akan tetapi akan lebih baik lagi jika perusahaan terus berinovasi meningkatkan nilai pelanggan dari berbagai macam dimensi seperti harga, kualitas, emosional dan sosial. Mengingat produk Honda Vario merupakan produk yang memiliki kopetitor dari *brand* lain, dengan meningkatkan nilai pelanggan semakin meningkat pula kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan dan dengan tercapainya kepuasan pelanggan diharapkan terciptanya loyalitas dari pelanggan Honda Vario sebagai pencapaian tertinggi dari perusahaan terhadap pelanggannya.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan lebih inovatif lagi yaitu dengan menggunakan indikator lain selain yang digunakan oleh peneliti dari variabel nilai pelanggan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan yang lebih *uptodate* mengikuti perkembangan ilmu pengetahuan yang sedang berkembang, selain itu cara inovatif yang lain yaitu menggunakan metode penelitian yang berbeda karena peneliti meyakini bahwa meneliti dengan metode yang berbeda akan menghasilkan hasil yang berbeda pula.