

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data yang penulis lakukan pada pengguna Yamaha Fino maka dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Secara Parsial, asosiasi merek mempunyai pengaruh yang kuat terhadap loyalitas merek yaitu sebesar 32,9% dan sisanya 67,1% dipengaruhi oleh variabel lain. Setelah melakukan uji hipotesis diketahui terdapat pengaruh antara asosiasi merek terhadap loyalitas merek sepeda motor Yamaha Fino. Asosiasi merek memiliki pengaruh positif, yang berarti loyalitas merek tersebut akan meningkat jika asosiasi merek sesuai dengan baik.
2. Secara Parsial, kepercayaan merek mempunyai pengaruh yang cukup terhadap loyalitas merek yaitu sebesar 31,4% dan sisanya 68,6% dipengaruhi oleh variabel lain. Setelah melakukan uji hipotesis diketahui terdapat pengaruh antara kepercayaan merek terhadap loyalitas merek sepeda motor Yamaha Fino. Kepercayaan merek memiliki pengaruh positif, yang berarti loyalitas merek tersebut akan meningkat jika kepercayaan merek berjalan dengan baik.
3. Secara simultan atau bersama-sama, asosiasi merek dan kepercayaan merek mempunyai pengaruh yang kuat terhadap loyalitas merek yaitu sebesar 41,2% dan sisanya 58,8% dipengaruhi oleh variabel lain. Setelah melakukan uji hipotesis, diketahui terdapat pengaruh antara asosiasi merek dan

kepercayaan merek terhadap loyalitas merek sepeda motor Yamaha Fino. Asosiasi merek dan kepercayaan merek memiliki pengaruh positif, yang berarti loyalitas merek tersebut akan meningkat jika asosiasi merek dan kepercayaan merek sesuai dengan baik.

5.2 Saran

Berdasarkan pengolahan data diatas, maka yang dapat penulis sarankan untuk PT. Yamaha Motor Manufacturing Indonesia (YMMI) dengan produk Yamaha Fino :

1. Asosiasi merek memiliki pengaruh yang positif terhadap loyalitas merek, untuk lebih meningkatkan asosiasi merek yang ada dibenak konsumen sebaiknya perusahaan terus mengembangkan fitur, desain serta spesifikasi dari Yamaha Fino tersebut, untuk membantu konsumen memproses informasi kepada orang lain, serta meningkatkan sesuatu keunggulan atribut produk dari Yamaha Fino agar lebih mudah diingat dan dikenal oleh orang lain. Sehingga membentuk sikap yang positif terhadap Yamaha Fino dan loyalitas merek akan produk tersebut meningkat.
2. Kepercayaan merek memiliki pengaruh yang positif terhadap loyalitas merek, untuk menjaga dan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap merek sebaiknya perusahaan akan memberikan kualitas produk mereka yang lebih baik lagi agar kosumen menerima harapan akan kinerja dan kepuasan produk yang mereka percayai. Serta konsumen tersebut akan

konsisten terhadap merek yang dipercaya dan menimbulkan informasi yang positif tentang merek tersebut.

3. Asosiasi merek dan kepercayaan merek memiliki pengaruh yang cukup baik terhadap loyalitas merek, untuk menjaga konsistensi konsumen untuk tetap loyal terhadap Yamaha Fino sebaiknya perusahaan akan memberikan pelayanan, kualitas produk serta fitur-fitur dan spesifikasi yang lebih baik lagi dari kompetitornya agar konsumen tersebut tetap konsisten dengan merek yang mereka pilih. Dengan begitu ingatan sebuah merek di mata konsumen serta didukung kepercayaan konsumen terhadap merek yang mereka percayai memberikan hal yang positif, maka loyalitas konsumen terhadap sebuah merek akan meningkat dan membantu menambah pengguna Yamaha Fino kedepannya.



