

**BAB V**

**KETERBATASAN PENELITIAN, SARAN, IMPLIKASI MANAJERIAL,  
DAN KESIMPULAN**

**5.1 Keterbatasan Penelitian**

Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini adalah dalam penelitian ini hanya kepuasan konsumen, kualitas pelayanan, serta citra merek. Kemungkinan masih ada variabel lain yang juga turut berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Hal tersebut dikarenakan dari keseluruhan variabel dalam model, tidak mencapai *Adjusted R Square* sebesar 1 atau 100%.

**5.2 Saran**

1. Dealer motor Yamaha disarankan agar dapat mempertahankan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen, sehingga konsumen dapat semakin terpuaskan dan dapat memiliki loyalitas.
2. Dealer motor Yamaha disarankan agar dapat meningkatkan citra merek seperti halnya dengan meningkatkan promo-promo yang menarik, sehingga konsumen dapat semakin terpuaskan dan dapat memiliki loyalitas.

**5.3 Implikasi Manajerial**

Berdasarkan temuan penelitian, maka ada beberapa implikasi kebijakan sesuai dengan prioritas yang dapat diberikan sebagai masukan bagi pihak manajemen, antara lain:

1. Pada kualitas pelayanan, pihak dealer motor Yamaha perlu semakin meningkatkan kualitas display motor agar semakin menarik konsumen, sehingga konsumen dapat semakin terpuaskan.
2. Pada citra merek, pihak dealer motor Yamaha perlu meningkatkan promo-promo yang menarik, sehingga konsumen dapat tertarik untuk membeli dan terpuaskan.
3. Pada kepuasan konsumen, karyawan dealer motor Yamaha perlu meningkatkan kecepatan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen.
4. Pada loyalitas konsumen, pihak dealer motor Yamaha perlu memiliki suatu nilai lebih, baik dari segi kualitas pelayanan ataupun citra mereknya, sehingga konsumen tidak beralih ke dealer motor lain ketika ingin membeli sepeda motor.

#### **5.4 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah disampaikan pada bagian sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Semakin tinggi kepuasan konsumen, maka semakin tinggi loyalitas konsumen.
2. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Semakin baik kualitas pelayanan, maka semakin tinggi kepuasan konsumen.

3. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Semakin baik citra merek, maka semakin tinggi kepuasan konsumen.

