

## V. KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dibahas, maka dapat ditarik suatu kesimpulan sebagai berikut :

1. *Brand awareness* tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, artinya kesadaran merek tidak membuat konsumen merasa puas dengan sepeda motor Yamaha, tetapi lebih puas karena kualitas produknya.
2. Kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, artinya semakin tinggi kualitas produk sepeda motor Yamaha, maka semakin tinggi kepuasan yang dirasakan konsumen.
3. Citra merek tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, artinya citra merek tidak membuat konsumen merasa puas dengan sepeda motor Yamaha, tetapi lebih puas karena kualitas produknya.
4. *Brand awareness* tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen, artinya kesadaran merek tidak membuat konsumen loyal terhadap sepeda motor Yamaha, tetapi yang membuat loyal adalah karena kualitas produknya.
5. Kualitas produk berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen, artinya semakin tinggi kualitas produk sepeda motor Yamaha, maka semakin tinggi kemungkinan konsumen akan loyal terhadap sepeda motor Yamaha.

6. Citra merek tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen, artinya citra merek tidak membuat konsumen loyal terhadap sepeda motor Yamaha, tetapi yang menyebabkan loyal adalah karena kualitas produknya.
7. Kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen, artinya semakin tinggi kepuasan konsumen terhadap sepeda motor Yamaha, maka semakin tinggi kemungkinan konsumen akan loyal terhadap sepeda motor Yamaha.
8. Kepuasan konsumen tidak mampu memediasi hubungan antara *brand awareness* dengan loyalitas konsumen.
9. Kepuasan konsumen memediasi hubungan antara kualitas produk dengan loyalitas konsumen.
10. Kepuasan konsumen tidak mampu memediasi hubungan antara citra merek dengan loyalitas konsumen.

## **B. Implikasi**

1. Meskipun secara statistik *brand awareness* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen tetapi perusahaan Yamaha harus tetap melakukan strategi untuk terus meningkatkan kesadaran konsumen terhadap sepeda motor Yamaha, supaya konsumen lebih mengenal sepeda motor Yamaha dengan lebih baik dan detail. Strategi yang dilakukan tentu melalui promosi yang intens melalui berbagai media dan kegiatan untuk memperkenalkan keunggulan dari sepeda motor Yamaha.

2. Berdasarkan hasil analisis kualitas produk secara signifikan mampu mempengaruhi kepuasan dan loyalitas konsumen, Hal ini bisa menjadi perhatian produsen sepeda motor Yamaha untuk fokus pada pengembangan kualitas produk sepeda motor Yamaha itu sendiri, disarankan bagi produsen untuk terus meningkatkan kualitas produk dari semua aspek baik dari segi performa mesin, kecanggihan fitur, daya tahan dan ketangguhan mesin, spesifikasi yang sesuai standar, keawetan motor, ketersediaan spare part dan bengkel serta memperbanyak varian motor baru dengan memadukan inovasi yang sesuai dengan kondisi kemajuan saat ini.
3. Meskipun secara statistik citra merek tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen tetapi perusahaan Yamaha harus tetap berupaya meningkatkan citra merek sepeda motor Yamaha, agar konsumen memiliki keyakinan yang kuat untuk memilih sepeda motor Yamaha sebagai moda transportasi roda dua nya. Dimana yang citra yang sudah melekat pada sepeda motor yamaha yaitu bahwa sepeda motor yamaha memiliki akselerasi dn kecepatan yang tinggi di banding dengan sepeda motor lainnya yaitu dengan taglinenya yamaha selalu di depan. Dan upaya yang bisa dilakukan dengan membuat tagline lagi dengan sepeda motor yamaha irit, karna di benak konsumen saat ini sepeda motor yamaha itu boros, sehingga produsen harus merubah mainset tersebut kalo sepeda motor yamaha itu irit dan di buktikan dengan aslinya yang pasti.