

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

1.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 1) Terdapat pengaruh positif dan signifikan dari desain produk motor Suzuki fu 150 terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini menyatakan bahwa Semakin baik desain produk maka loyalitas pelanggan juga akan semakin meningkat.

1.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan simpulan pada akhirnya peneliti merekomendasikan beberapa hal yang perlu dicermati pihak yang terkait dengan penelitian ini antara lain:

- 1) Bagi PT. Sinar Galesong Mandiri Cabang Gorontalo yang melaksanakan strategi dalam rangka meningkatkan loyalitas pelanggan melalui desain produk diharapkan terus meningkatkan dan mempertahankan desain produk tentang bentuk desain motor Suzuki fu 150 yang memiliki body yang simple dan ramping dimana nilai frequency yang cukup baik 41 atau 82.2% dan untuk pernyataan lainnya yang memiliki nilai frequency yang rendah lebih di tingkatkan lagi sehingga menghasilkan pernyataan yang lebih baik lagi dan meningkatkan strategi pemasaran lainnya agar tingkat loyalitas pelanggan akan semakin bertambah dan mendapatkan hasil yang lebih baik.

- 2) Bagi perusahaan yang sejenis dapat mengadopsi strategi ini dalam rangka peningkatan volume penjualan demi kemajuan bersama dan mendukung kemajuan daerah.
- 3) Diharapkan peneliti selanjutnya dapat mengembangkan hasil penelitian ini dengan menambahkan beberapa variabel yang lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto Suharsimi, 2006 *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Basu Swasta & Ibnu Sukadjo, *Pengantar Bisnis Modern*, Edisi Ketiga, Yogyakarta.
- Imam Ghozali, 2009, *Analisis Multivariate dengan program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang
- Griffin, Jill. 2005. *Customer Loyalty*. Edisi Revisi. Alih Bahasa oleh Dwi Kartini Yahya. Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama.
- Griffin, Jill. 2002 *Customer Loyalty How To Earn It, How To keep It*, McGraw Hill
- Kotler, Phillip dan Gary Amstrong. 1994. *Dasar-dasar Pemasaran, Edisi Ke enam, Jilid 1*. Jakarta: Intermedia.
- Kotler, Philip . 1997. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- _____ . 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 2 Edisi 8*. Jakarta: Erlangga.
- _____ . 2006. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Phillip. 2007. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, philip dan kevin lane keller, 2007. *Marketing Management*, 12th Edition, prentice-hall, Inc, New Jersey.
- Kotler, Philp, 2008. *Principles of Marketing*. 12 Edition. Pearson Education.
- Kotler, philip, and Amstrong, Gary, 2008, *Perilaku Konsumen*, Jilid kedua, Edisi Kedua Belas, Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Kevin Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran edisi 13 Jilid 2*. Jakarta: Erlangga

Mullins, J, Walker, O,C,Boyd, H, W, and Larreche, J,C, (2005), *Marketing Management: A Strategic Decision – Making Approach*, McGraw - Hill, New York

Peter dan Olson. 2008 “consumer Behavior”. Jakarta Erlangga.

Stanton, William, J. 2009. Prinsip Pemasaran. Jilid 1. Jakarta

Schiffman, Leon G. & Leslie Lazar Kanuk, 2000, “*Consumer Behavior*,”7thEdition, Prentice Hall, United States.

Sugiyono, 2006. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

_____ 2007.*Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D* alfabeta, Bandung

Supranto.2002. “Metode Riset, Aplikasinya Dalam Pemasaran”. Jakarta Rineka Cipta.

Suyaka, Ferdy, Fahdrian, 2010,*Analisa Atribut*,\ Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia

Tjiptono, Fandy, 2002, *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*, Penerbit Andi, Yogyakarta

Tjiptono, fandi.2000. perspektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer. ANDI Yokyakarta.

Tjiptono, Fandy. 2002. *Strategi Pemasaran edisi 2*, cetakan ke lima. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, Fandy, dan, Candra, Gregorius, (2005), *Service Quality Satisfaction*, Andi Yogyakarta, Yogyakarta.