

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil analisis dan pembahasan tersebut dapat diberikan kesimpulan sebagai berikut ini:

1. Dalam penelitian yang telah dilakukan terhadap kelima merek sepeda motor, dengan tahap *survey* atau penyebaran kuesioner kepada para pengguna sepeda motor, diperoleh loyalitas konsumen tertinggi adalah produk sepeda motor sport150cc merk Honda dengan nilai probabilitas sebesar 0.4265, kedua yaitu merek Yamaha dengan nilai probabilitas sebesar 0.2132, Suzuki dengan nilai probabilitas 0.1397, Kawasaki 0.1176, sementara untuk merek Lainnya memperoleh nilai probabilitas paling kecil yaitu sebesar 0.1029.
2. *Marketing variables* yang menjadi pertimbangan utama responden dalam memilih sepeda motor tipe sport150cc saat ini adalah *marketing variables* Kelembutan suspensi sepeda motor, dengan jumlah yang memilih setuju sebanyak 79 orang dengan prosentase 58% dari 136 responden.
Marketing variables yang menjadi pertimbangan utama responden dalam memilih sepeda motor tipe sport150cc merek lain adalah *marketing variables* Inovasi Baru, dengan total responden yang memilih setuju sebanyak 76 orang dengan prosentase sebesar 56%.

5.2 Saran

Perusahaan sepeda motor harus mampu meningkatkan loyalitas konsumennya yakni lebih menitikberatkan *marketing variables* yang paling banyak dipertimbangkan konsumen dalam memilih sepeda motor yang dipakai saat ini dan saat berpindah ke merk sepeda motor lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Durianto, D., dan sitinjak, T. 2001. **Strategi menaklukkan pasar melalui riset ekuitas dan perilaku merek.** Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Dwi , K, G 2014. **“Analisis Probabilitas Perpindahan Konsumen Kartu Prabayar GSM Untuk Mengetahui Pangsa Pasar Kartu Prabayar GSM Dengan Menggunakan Teori Rantai Markov”.** Fakultas Ekonomi. Universitas Jember.
- Ramadani, Fitria. 2011. **“Analisis Loyalitas Produk Sepeda Motor Menggunakan Markov Chains”.** Fakultas Teknik. Universitas Surakarta.
- Sulaiman, W. 2003. **Statistik Non-Parametrik contoh kasus dan pemecahannya dengan SPSS.** Yogyakarta: Andi.
- Widyasari ,Suzy. 2008. Analisis Brand Switching konsumen dalam pembelian Produk Sepeda Motor, Studi pada Konsumen Sepeda Motor di Kotamadya Salatiga, **Jurnal Bisnis dan Ekonomi**, 2008. Vol.15, No.2. ISSN: 1412-3126 Semarang, Universitas Stikubank.
- Triwijayati, A. dan Astanto Merlin, 2005. “Markov Chain Analysis: Peramalan Pangsa Pasar dan Pola Perpindahan Merek Berdasarkan Presepsi Konsumen Pada Produk Minyak Goreng di Surabaya”, **Jurnal Widya Manajemen dan Akuntansi**, vol 5 No.3. Fakultas Ekonomi. Widya Mandala Surabaya.

- Umar, Husein, 2003. **Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen**, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Uslu, A., dan Cam, T. 2000. **Analysis of Brand Loyalty with Markov Chains. Marketing Section (First International Joint Symposium on Business Administration)** , 583-591.
- Kountur, R. 2004. **Metode Penelitian Untuk Penulisan Skripsi dan Tesis**. Jakarta: Penerbit PPM.
- Christina, Olivia, 2009. **“Markov Chain Anlaysis Peramalan Pangsa Pasar dan Pola Perpindahan Merek Berdasarkan Presepsi Konsumen Pada Produk Shampo di Surabaya”**. Fakultas Ekonomi. Universitas Surabaya.
- Nurchahyo. 2009. **“Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam membeli sepeda motor merek Honda” (studi kasus konsumen sepeda motor merek Honda di kecamatan Ciputat Timur kota Tangerang Selatan)”**. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Jakarta
- Artha, W, Des. 2018.**Mau Beli Motor bebek baca dulu kelebihan dan kekurangannya.**<URL: <https://www.wahanahonda.com/news/motorbebekkelebihandankekurangannya.html>> diakses pada 15 Mei 2020
- Dwi ,K,G, 2014. .<URL: <https://www.repository.unej.ac.id.html>> diakses pada 24 Juni 2020.