

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah di dapat pada pengaruh *brand experience* dan *switching cost* terhadap *customer loyalty* (studi kasus pemilik sepeda motor Honda Scoopy pada wilayah Mojokerto), maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *Brand experience* berpengaruh secara signifikan terhadap *customer loyalty* sepeda motor Honda Scoopy pada wilayah Mojokerto.
2. *Switching cost* berpengaruh secara signifikan terhadap *customer loyalty* sepeda motor Honda Scoopy pada wilayah Mojokerto.
3. *Brand experience* dan *switching cost* berpengaruh secara signifikan terhadap *customer loyalty* sepeda motor Honda Scoopy pada wilayah Mojokerto.

B. Saran

1. Bagi perusahaan

PT Astra Honda Motor (AHM) ialah salah satu perusahaan otomotif di Indonesia. Diharapkan tetap dapat mempertahankan produk dengan kualitas yang baik bagi pelanggan dan juga meningkatkan pelayanan yang terbaik agar pelanggan semakin loyal dalam membeli produk Honda. Tidak hanya itu diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan oleh PT AHM sehingga dengan begitu pelanggan Honda akan setia dan tidak berpindah ke produk lain.

2. Bagi penulis

Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat memperluas wawasan serta pengetahuan mengenai permasalahan – permasalahan yang ada di dalam perusahaan dalam meningkatkan kualitas produk dalam menciptakan pengalaman merek yang berkesan sehingga membuat pelanggan menjadi loyal dan tetap setia dalam membeli dan menggunakan produk tersebut.

3. Bagi penelitian selanjutnya

Bagi penelitian selanjutnya yang ingin dan akan meneliti hal serupa dengan penelitian ini atau melanjutkan penelitian ini diharapkan bisa memperluas dan mengembangkan penelitian terhadap variabel lain yang dapat mempengaruhi *customer loyalty* sepeda motor Honda Scoopy. Metode penelitian juga dapat dikembangkan menjadi lebih luas agar nantinya hasil penelitian lebih akurat dan terpercaya.