BAB V

PEMBAHASAN

A. Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Sepeda Motor Honda Skutik (Skuter Matik)

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh hasil bahwa variabel citra merek memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen. Hal ini menandakan apabila citra merek di mata konsumen semakin tinggi maka akan mempengaruhi tingginya loyalitas konsumen tersebut begitu pula sebaliknya.

Konsumen dalam membeli dan mengkonsumsi sesuatu bukan hanya mengharapkan sekedar barang saja, akan tetapi ada sesuatu yang lain. Menurut Aanker dalam Etta[1] citra merek adalah seperangkat asosiasi unik yang ingin diciptakan atau dipelihara oleh pemasar. Asosiasi-asosiasi itu menyatakan apa sesungguhnya merek dan apa yang dijanjikan kepada konsumen. Merek merupakan simbol dari sebuah produk. Oleh karena itu merek-merek produk yang sudah lama akan menjadi sebuah citra, bahkan simbol status bagi produk tersebut yang mampu meningkatkan citra pemakainya.

Citra merek yang sudah dibangun oleh perusahaan Astra Honda Motor melekat dibenak konsumen sebagai motor irit, ramah lingkungan, sepeda motor berkelas dan terkenal. Oleh karena itu, pihak Astra Honda Motor

[1] Etta Mamang Sangadji, *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian...*, Hal. 327.

sebaiknya mempertahankan kualitas atribut-atribut citra merek Astra Honda Motor yang telah ada saat ini. Karena citra merek yang telah ada dinilai mampu mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli produk Honda Skutik (Skuter Matik) yang berujung menjadi konsumen yang loyal.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa indikator dalam citra merek tersebut memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Berdasarkan tanggapan responden yang sudah dijelaskan, maka disimpulkan bahwa citra merek kuat mempengaruhi konsumen dalam keputusan menjadi konsumen yang loyal.

Hasil ini mendukung hasil penelitian sebelumnya oleh Matias Gadau yang menguji pengaruh citra merek terhadap loyalitas konsumen dengan hasil analisis yaitu citra merek mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen.[2]

B. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Sepeda Motor Honda Skutik (Skuter Matik)

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh hasil bahwa variabel kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen. Hal ini menandakan apabila kualitas produk semakin baik maka akan mempengaruhi tingginya loyalitas konsumen tersebut begitu pula sebaliknya.

---

[2] Matias Gadau, *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus pada Produk Body Mist The Body Ship di Ambarukmo Plaza)* (Yogyakarta: Skripsi Universitas Sanata Dharma, 2016)

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan. Menurut Etta[3] kualitas memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Kualitas Produk adalah kecocokan penggunaan produk untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen. Hal ini terbukti bahwa jika kualitas dari suatu produk yang baik akan membuat konsumen menjadi puas akan kebutuhannya, karena konsumen juga akan loyal terhadap merek yang bekualitas tinggi. Disini Astra Honda Motor ingin memuaskan para konsumen dengan menawarkan kualitas produk yang baik, karena kualitas produk yang baik dapat diukur melalui puas tidaknya seseorang terhadap suatu produk itu sendiri, oleh karena Astra Honda Motor ingin membuat konsumen selalu loyal dengan meningkatkan kualitas produk dan kepuasan.

Dari hasil penelitian menunjukan bahwa kualitas produk merupakan salah satu faktor yang dapat mendorong konsumen untuk loyal terhadap suatu produk atau merek. Pengaruh positif ini nampak pada sebagian besar pernyataan konsumen sepeda motor Honda Skutik (Skuter Matik) yang menyatakan bahwa mereka memilih loyal terhadap sepeda motor Honda Skutik (Skuter Matik) karena menurut mereka kualitas produk, konsumsi bahan bakar yang irit, memiliki body yang menarik perhatian serta sesuai dengan yang telah ditetapkan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa indikator dalam kualitas produk tersebut memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas

---

[3] Etta Mamang Sangadji, *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian...*, Hal. 100.

konsumen. Berdasarkan tanggapan responden yang sudah dijelaskan, maka disimpulkan bahwa kualitas produk mempengaruhi konsumen cukup kuat dalam keputusan menjadi konsumen yang loyal.

Hasil ini mendukung penelitian sebelumnya oleh Risky Nurhayati yang menguji kualitas produk dan harga terhadap loyalitas konsumen dengan hasil analisis yaitu kualitas produk dan harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen.[4]

C. Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Sepeda Motor Honda Skutik (Skuter Matik)

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh hasil bahwa variabel kepuasan konsumen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen. Hal ini menandakan apabila kepuasan konsumen semakin tinggi maka akan mempengaruhi tingginya loyalitas konsumen tersebut begitu pula sebaliknya.

Menurut Tjiptono[5] pada hakikatnya kepuasan konsumen merupakan strategi jangka panjang, karena dibutuhkan waktu cukup lama sebelum bisa membangun dan mendapatkan reputasi atas layanan prima, dan kerapkali juga dituntut investasi besar pada serangkaian aktivitas yang ditujukan untuk membahagiakan konsumen saat ini dan masa depan. Oleh karena itu, kepuasan konsumen merupakan indikator kesuksesan bisnis dimasa depan

---

[4] Risky Nurhayati, *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis angkatan 2009 pengguna Handphone Merek Nokia)* (Yogyakarta: Skripsi Universitas Pembagunan Nasional "Veteran", 2011)

[5] Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan dan Penelitian,* (Yogyakarta: CV ANDI OFFSET, 2014), hal. 358.

yang mengukur kecenderungan reaksi konsumen terhadap perusahaan di masa yang akan datang.

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan persepsi atau kesan dengan kinerja suatu produk dan harapan-harapannya. Setelah mengkonsumsi produk, konsumen akan merasakan kepuasan atau kekecewaan. Kepuasan akan mendorong konsumen untuk membeli ulang produk. Sebaliknya, jika kecewa konsumen tidak akan membeli produk yang sama lagi dikemudian hari.

Sepeda motor Honda Skutik (Skuter Matik) sudah terkenal selama puluhan tahun dengan kualitas yang unggul walaupun harga diatas beberapa pesaingnya. Didukung kenyataan data Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI) bahwa penjualan sepeda motor Honda Skutik (Skuter Matik) merupakan penjualan yang paling banyak sepanjang tahun 2014-2015. Dengan kenyataan tersebut dapat diketahui bahwa Astra Honda Motor selalu memenuhi apa yang diharapkan oleh konsumen, sehingga konsumen pun puas akan produk yang telah mereka beli dan berdampak pada loyalitas mereka.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa indikator kepuasan konsumen tersebut memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Berdasarkan tanggapan responden yang sudah dijelaskan, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen kuat mempengaruhi konsumen dalam keputusan menjadi konsumen yang loyal.

Hasil ini mendukung penelitian sebelumnya oleh Mia Rahmiati yang menguji kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen dengan hasil analisis yaitu kepuasan konsumen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen.[6]

D. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Sepeda Motor Honda Skutik (Skuter Matik)

Dari hasil uji F dapat diketahui bahwa secara simultan variabel citra merek, kualitas produk dan kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel loyalitas konsumen. Dari fakta tersebut dapat disimpulkan bahwa citra merek, kualitas produk dan kepuasan konsumen mempengaruhi loyalitas konsumen, karena besar kecilnya nilai signifikan citra merek, kualitas produk dan kepuasan konsumen akan berpengaruh terhadap naik turunnya tingkat loyalitas konsumen.

Loyalitas konsumen secara umum dapat diartikan sebagai kesetiaan seseorang atas suatu produk. Loyalitas konsumen memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan, mempertahankan mereka berarti meningkatkan kenerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Hal ini menjadi alasan utama bagi perusahaan untuk menarik dan mempertahankan mereka.

Loyalitas konsumen berawal dari penilaian konsumen terhadap kualitas produk yang diterimanya (persepsi) berdasarkan harapan yang telah terkonsep

---

[6] Mia Rahmiati, *"Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus: Honda Vario)"* (Depok: Skripsi Universitas Indonesia, 2012).

dalam pikirannya. Harapan tersebut muncul dari produk yang telah diterima sebelumnya (pengalaman) serta berita dari mulut ke mulut yang sampai pada konsumen. Kualitas produk harus mampu menarik perhatian dan mempertahankan ketertarikan, sehingga citra merek dapat terbentuk dibenak konsumen saat konsumen mengenal dan memakai produk. Penilaian tersebut akan menimbulkan kepuasan dan ketidakpuasan. Konsumen akan merasa puas jika kualitas yang diberikan telah sesuai atau bahkan melebihi harapan konsumen. Namun sebaiknya jika kualitas produk yang diberikan kurang atau berada dibawah harapan, citra merek akan buruk dimata konsumen, maka konsumen akan kecewa. Konsumen yang loyal biasanya memiliki peran besar dalam perkembangan perusahaan, mereka biasanya memberikan ide atau saran kepada perusahaan agar produk lebih berkualitas dan baik dan pada akhirnya mereka tidak akan begitu mempermasalahkan harga karena mereka percaya pada kualitas produk dan citra merek yang dimilikinya. Untuk itu perusahaan selalu berupaya untuk menampilkan produk, *merenew* produk yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya oleh Hasnah Rimiyati dan Catur Widodo yang menguji citra merek, kualitas produk dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen dengan hasil analisis yaitu citra merek, kualitas produk dan kepuasan konsumen secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen.[7]

---

[7] Hasnah Rimiyati dan Catur Widodo, *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Merek Samsung Galaxy Series (Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta),* (Yogyakarta: Jurnal Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2014)