

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dapat disampaikan beberapa kesimpulan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. *Word of mouth* tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada konsumen motor Kawasaki Ninja 250 CC di Kota Padang.
2. Citra merek tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada konsumen motor Kawasaki Ninja 250 CC di Kota Padang.
3. Kepuasan berpengaruh negatif terhadap loyalitas konsumen pada konsumen motor Kawasaki Ninja 250 CC di Kota Padang.
4. *Word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pada konsumen motor Kawasaki Ninja 250 CC di Kota Padang.
5. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pada konsumen motor Kawasaki Ninja 250 CC di Kota Padang.
6. *Word of mouth* berpengaruh negatif terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan sebagai variabel mediasi pada konsumen motor Kawasaki Ninja 250 CC di Kota Padang.
7. Citra merek tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan sebagai variabel mediasi pada konsumen motor Kawasaki Ninja 250 CC di Kota Padang.

5.2 Implikasi Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pedoman dan masukan bagi perusahaan motor Kawasaki terutama pada motor seri Kawasaki Ninja

250 CC. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa loyalitas konsumen motor Kawasaki Ninja 250 CC di Kota Padang tergolong tinggi. Dengan demikian, masih perlu mempertahankan atau ditingkatkan dimasa yang akan datang menjadi kategori sangat tinggi. Upaya yang dapat dilakukan dalam rangka meningkatkan loyalitas konsumen motor Kawasaki Ninja 250 CC di Kota Padang dapat dilakukan dengan cara meningkatkan kepuasan konsumen. Hal ini disebabkan karena hasil penelitian ini secara empiris menunjukkan bahwa variabel kepuasan dapat mempengaruhi loyalitas konsumen motor Kawasaki Ninja 250 CC di Kota Padang, sedangkan variabel *word of mouth* dan citra merek tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada konsumen motor Kawasaki Ninja 250 CC di Kota Padang.

5.3 Keterbatasan dan Saran

Berdasarkan kesimpulan dan implikasi penelitian yang telah disampaikan sebelumnya, maka berikut ini dapat dikemukakan keterbatasan dan saran dalam penelitian ini:

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada merek motor Kawasaki Ninja 250 CC di Kota Padang, sehingga hasil penelitian ini belum dapat berlaku sama pada merek motor lainnya. Dengan demikian disarankan bagi penelitian yang akan datang dapat mengujikan model penelitian ini pada merek motor lainnya.

2. Penelitian ini hanya menggunakan 3 variabel yang mempengaruhi loyalitas konsumen yaitu variabel *word of mouth*, citra merek dan kepuasan, sehingga variabel lain yang berpotensi dapat mempengaruhi loyalitas konsumen seperti kepercayaan merek dan kualitas produk masih terabaikan. Dengan demikian bagi peneliti yang akan datang hendaknya menambahkan variabel lain tersebut kedalam penelitian selanjutnya.

3. Penelitian ini hanya menggunakan 80 orang responden, sehingga disarankan bagi peneliti yang akan datang agar menggunakan responden yang lebih banyak lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhitya Yoga Prasetya, Dhian Andanarini Minar Savitri, & Budi Kurniawan. (2023). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ilmiah Research and Development Student*, 1(1), 202–219. <https://doi.org/10.59024/jis.v1i1.403>
- Alawiah, W., & Pradipta, U. A. (2023). 984-37-6294-1-10-20230511. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Pada Keputusan Pembelian Mobil*, 5(1), 17–34.
- Alisa, R. Z. N., & Apriadi, D. (2025). Terapan Pengaruh Persepsi Pelanggan Terhadap Loyalitas Dan Rekomendasi Mulut Ke Mulut (Word Of Mouth) Pada Layanan Kereta Api Pt Kai (Fokus Pada Aspek Kepuasan Pelanggan) *Jurnal Keuangan dan Manajemen Terapan. Jurnal Keuangan Dan Manajemen*, 6(3), 641–662.
- Amelia, M., & Herawati, S. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek Sepeda Motor Merek Honda, 13, 304–313.
- Aprilia, M., & Rivera Pantro Sukma. (2023). Pengaruh Persepsi Harga dan Word of Mouth terhadap Kepuasan Pelanggan melalui Keputusan Pembelian. *J-CEKI : Jurnal Cendekia Ilmiah*, 3(1), 15–165. <https://doi.org/10.56799/jceki.v3i1.1875>
- Arikunto, S. (2020). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Cahyo, E. (2024). Pengaruh Promotion Word of Mouth Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Mocacino Pada Toko Meisya Di Sampit. *Media Bina Ilmiah*, 18(12), 3297–3312.
- Damanik, K., Sinaga, M., Sihombing, S., Hidajat, M., & Prakoso, O. S. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan, Kebijakan Publik dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 5(2), 76–85. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v5i2.1834>
- Dewi, K. V., Siregar, R. J., Wibowo, M. A., Tinggi, S., Ekonomi, I., & Karya, B. (2025). Management and business progress, 4(1), 15–21.
- Fadhilah, M., Cahya Dwi, A., & Regindrataman, A. (2021). Pengaruh Variasi Produk dan Display Layout Terhadap Keputusan Pembelian melalui Word of Mouth sebagai Variabel Mediasi di Toko SRC Jumasri. *Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, 5(2), 99–106.
- Fadilah, S., Soeliha, S., & Praja, Y. (2024). Pengaruh Harga, Word Of Mouth Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen

- Sebagai Variabel Intervening Pada Ud. Makmur Jaya Di Desa Bugeman Kendit Kabupaten Situbondo Sohibul, 3(11), 2249–2262.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2020). *Partial Least Squares : Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*. (S. Toni, Ed.) (4 th). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective* (7th ed.). New Jersey: Pearson Education.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2020). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective*. New Jersey: Pearson Education.
- Hanifah, A. H., Akhmad, I., & Binangkit, I. D. (2023). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Pengguna Motor Honda Beat (Studi Kasus Pada Pt. Hoho *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka ...*, 2(1), 1–8. Retrieved from <https://jom.umri.ac.id/index.php/emba/article/view/761%0Ahttps://jom.umri.ac.id/index.php/emba/article/download/761/82>
- Hikam, M. N., & Christin, M. (2024). Aktivitas Customer Relationship Management (Crm) Dalam Mempertahankan Loyalitas Customer Pada Pt. Mitsubishi Nusantara Berlian Motor Cibubur. *Journal of Communication, Business and Social Science (JCBS)*, 2(1), 10–15. <https://doi.org/10.25124/jcobs.v2i1.7975>
- Indriantoro, Nur dan Supomo, B. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi Offset, CV.
- Jannah, R. B., Soeliha, S., & Sari, K. R. (2025). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Warung Nasi Goreng Pelangi Di Situbondo, 4(9), 2132–2148.
- Lestari, D., & Dwiwinarno, T. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Mediasi Kepuasan Konsumen Pada Ahass Shinta Motor. *Efektif: Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 14(2 Desember), 155–172. <https://doi.org/10.37159/xdc4nc23>
- Maharani, C. S., Amir, I. T., & Wijayati, P. D. (2024). Pengaruh Citra Merek, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk UMKM Bumbu Rujak Manis Cak Mimin. *Jurnal Ilmiah Respati*, 15(1), 94–115. <https://doi.org/10.52643/jir.v15i1.3643>
- Manehat, K., Fanggidae, A. H. J., Kurniawati, M., & Fanggidae, R. P. C. (2024).

- Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Hotel Neo Eltari By Aston Kupang The Influence Of Service Quality On Customer Loyalty At Neo Eltari Hotel By Aston Kupang, 337–347.
- Maraini, M., Prabowo, R., Jannah, S. M., & Hutabarat, Y. L. (2024). Pengaruh Harga, Citra Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Indomie. *Jurnal Pustaka Manajemen (Pusat Akses Kajian Manajemen)*, 4(1), 4–8. <https://doi.org/10.55382/jurnalpustakamanajemen.v4i1.734>
- Maulida, W. A. R., Isyanto, P., & Yani, D. (2023). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pada Pt Virgi Motor Karawang. *Jurnal Economina*, 2(7), 1523–1534. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i7.624>
- Maulidiyah, zahrotun I., & Handoko, Z. (2024). Pengaruh Influencer Marketing, Word-of-Mouth Marketing, dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan, 1(1), 298–303.
- Muhibbin, A. F., Haris, A. R., & Perwitasari, A. D. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Pelayanan Prima Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Dealer Yamaha Surya Inti Putra (SIP) Pahlawan Kota Probolinggo. *JUMAD: Journal Management, Accounting, & Digital Business*, 1(5), 641–650. <https://doi.org/10.51747/jumad.v1i5.1445>
- Munandar, A., & Erdkhadifa, R. (2023). Pengaruh Word Of Mouth, Kualitas Pelayanan, Media Sosial, Store Atmosphere, Fasilitas, Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Warkop Kidol Lepen Tulungagung. *Reinforce: Journal of Sharia Management*, 2(1), 50–74. <https://doi.org/10.21274/reinforce.v2i1.7397>
- Musyaffi, A., Khairunnisa, H., & Respati, D. (2022). *Konsep Dasar Structural Equation Model-Partial Least Square (Sem- Pls) Menggunakan Smartpls*. Pascal Books.
- Nur, A. S. R., Hidayat, M., & Asniwati. (2024). Pengaruh Kepercayaan dan Word of Mouth Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Pelopor Manajemen Indonesia (JPMI)*, 3(1), 16–30.
- Putra, A. E., & Budiono, A. (2023). Pengaruh Citra Merek, Word Of Mouth, Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Pelanggan di Es Teh Indonesia Bintaro. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 3(1), 137–149. <https://doi.org/10.56799/jceki.v3i1.1874>
- Rahmansyah, M. R., Rahayu, S., & Kustiningsih, N. (2024). Pengaruh Word Of Mouth, Loyalitas Merek dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen

- Zigma Grosir Denpasar, Bali. *STIE Mahardhika Surabaya*, 19(1978), 1–12.
- Ramadhani, M., Akhmad, I., & Sulistyandari. (2023). Pengaruh Word of Mouth Dan Store Atmosphere. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa ...*, 2(1), 49–60. Retrieved from <https://jom.umri.ac.id/index.php/emba/article/view/750%0Ahttps://jom.umri.ac.id/index.php/emba/article/download/750/122>
- Ramadhani, M. R., & Kusumawardhani, A. (2024). Analisis Pengaruh Pengalaman Pelanggan, Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal of Management*, 13(4), 1–11. Retrieved from <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Siallagan, D. N. A., & Wasiman, W. (2025). Pengaruh Word of Mouth, Kualitas Produk dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce TikTok Shop di Kota Batam. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, 5(3), 1545–1557. <https://doi.org/10.37481/jmeh.v5i3.1546>
- Silvia, P., Fani, A., & Rayhan, G. (2024). Pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi. *Direktorat Progam Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Malang*, 87(1,2), 149–200.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Susila, N. D. S. A., Putra, K. E. ., & Khalik, I. (2023). Pengaruh Citra Merek dan Kemudahan Penggunaan yang Dirasakan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Mobile Banking BCA. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5(2), 172–181.
- Sweeney, J. C., & Soutar, G. N. (2023). Customer Satisfaction: Critical factors and outcomes. *Journal of Marketing Management*, 203–220(39), 3–4.
- Umma, N., & Nabila, R. (2023). Pengaruh Online Customer Review, Citra Merek dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Marketplace Shopee Generasi Z). *IQTISHADIA Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah*, 10(1), 30–47. <https://doi.org/10.19105/iqtishadia.v10i1.8407>
- Utami, L. P., & Rahmadanirwati, D. (2025). Pengaruh Word Of Mouth, Brand Image Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat Di PT. Hayati Pratama Mandiri Padang. *Economics and Digital Business Review*, 6(2).
- Wiwik Setianingsih, W. (2024). Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap

Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Dealer Marcel Motor Andong Boyolali). *Jurnal Bisnis Manajemen Dan Akuntansi (BISMAK)*, 4(1), 11–22.
<https://doi.org/10.47701/bismak.v4i1.2943>

Yulianthini, N. N. (2025). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Motor Nmax Pada Maha Surya Motor Di Singaraja, 7(2), 819–830.

Zhao, X., Lynch Jr, J. G., & Chen, Q. (2010). *Reconsidering Baron and Kenny : Myths and Truths about Mediating Analysis*. *Journal of Consumer Research*, 3(7), 197–206.