

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai kepuasan pelanggan mengenai atribut produk Honda HR-V, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Analisis Atribut produk yang dimiliki pada mobil Honda HR-V:
 - **Kualitas Produk**
Penilaian responden secara keseluruhan kualitas produk mobil Honda HR-V dalam segi kepentingan dapat dikatakan penting, atribut didalamnya mencakup performa, fitur keamanan, garansi, ketahanan mesin, ketahanan transmisi otomatis, suspensi dan akomodasi. Sementara penilaian kepuasan kualitas produk yang dimiliki oleh Honda HR-V ini dapat dikatakan sangat puas.
 - **Desain dan Variasi Produk**
Penilaian responden secara keseluruhan desain dan variasi produk mobil Honda HR-V dalam segi kepentingan dapat dikatakan penting, atribut didalamnya mencakup aerodinamis, ukuran, design, variasi warna, dan warna mobil. Sementara penilaian kepuasan desain dan kualitas produk yang dimiliki oleh Honda HR-V ini dapat dikatakan puas. Sementara penilaian kepuasan kualitas produk yang dimiliki oleh Honda HR-V ini dapat dikatakan sangat puas.
 - **Pelayanan Pendukung Produk**
Penilaian responden secara keseluruhan pelayanan dan pendukung produk mobil Honda HR-V dalam segi kepentingan dapat dikatakan penting, atribut didalamnya mencakup lokasi dealer, jaringan service, dan customer service. Sementara penilaian kepuasan desain dan kualitas produk yang dimiliki oleh Honda HR-V ini dapat dikatakan puas.
 - **Harga**
Penilaian responden secara keseluruhan untuk harga mobil Honda HR-V dalam segi kepentingan dapat dikatakan penting, atribut didalamnya mencakup harga yang terjangkau dan harga sesuai dengan manfaat yang di dapatkan. Sementara penilaian kepuasan akan harga yang dimiliki oleh Honda HR-V ini dapat dikatakan puas.
2. Berdasarkan hasil *Importance Performance Analysis*, maka dapat diketahui bahwa responden merasa puas terhadap kinerja atribut performa, garansi, ketahanan mesin, ketahanan transmisi otomatis, akomodasi, *customer service*. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa dari 18 atribut produk menyebar pada 4 kuadran. Kuadran 1 berjumlah 4 atribut yaitu keamanan, suspensi, bengkel service, harga. Kuadran ini menunjukkan bahwa atribut yang melekat pada mobil Honda HR-V kinerjanya tidak baik sehingga atribut ini perlu ditingkatkan kinerjanya. Kuadran 2 berjumlah 6 atribut yaitu performa, garansi, ketahanan mesin, ketahanan transmisi otomatis, akomodasi, *customer service*. Kuadran dianggap penting dan melaksanakan kinerja dengan baik. Kuadran 3 berjumlah 7 atribut yaitu aerodinamisan, ukuran mobil, design,

variasi warna, warna mobil, lokasi dealer, harga. Kuadran ini menunjukkan bahwa atribut yang melekat pada mobil Honda HR-V dianggap kurang penting dan kinerjanya dianggap biasa saja. Kuadran 4 berjumlah 1 atribut yaitu ukuran bagasi. Kuadran ini menunjukkan bahwa atribut yang melekat pada mobil Honda HR-V dianggap tidak penting namun kinerjanya sangat baik.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan, ada beberapa saran yang dapat disampaikan penulis bagi pihak yang terkait dengan penelitian ini. Saran tersebut antara lain sebagai berikut:

1. Pada penelitian ini penulis memberikan saran pada dimensi desain dan variasi produk dikarenakan penilaian pada dimensi ini mendapatkan rata-rata hitung yang paling kecil yaitu 3,9. Atribut nya adalah aerodinamis, ukuran, design dan warna mobil. Adapun yang bisa dilakukan oleh perusahaan ialah dengan meningkatkan kualitas pada atribut-atribut tersebut seperti melakukan facelift lebih baru lagi dalam segi ukuran desain dan warna mobil guna untuk meningkatkan atribut yang sudah di sebutkan tadi.
2. Berdasarkan hasil penelitian terhadap atribut produk Honda HR-V kepada responden dapat diketahui bahwa atribut yang memiliki kepentingan dan kinerja tinggi adalah atribut performa, garansi, ketahanan mesin, ketahanan transmisi otomatis, akomodasi, *customer service*. Atribut yang memiliki kinerja dan kepentingan rendah adalah atribut keamanan, suspensi, bengkel *service*, harga. Sehingga untuk meningkatkan kepuasan pelanggan atribut yang memiliki kinerja yang rendah harus lebih diperhatikan dan ditingkatkan kemampuan kinerjanya.

LAMPIRAN

Kriteria Responden

1. Berdomisili di Indonesia
2. Responden ber-usia 17-56 tahun
3. Mengendarai, memiliki, maupun mengetahui beberapa mobil berjenis mini SUV seperti Toyota, Honda, Mitsubitshi, dan Nissan

Profil Responden

Pada bagian ini, Anda diminta untuk mengisi jawaban pada bagian yang kosong dengan memberikan tanda silang (X) pada salah satu pilihan yang paling sesuai dengan jawaban Anda.

1. Jenis Kelamin
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan
2. Usia Anda Saat ini ____ tahun
 - a. 17-26
 - b. 27-36
 - c. 37-46
 - d. 47-56
3. Merek mobil yang anda miliki
 - a. Toyota
 - b. Honda
 - c. Mitsubitshi
 - d. Nissan
 - e. Lain-lain:...

4. Berapakah pengeluaran Anda dalam sebulan?
 - a. <Rp 700.000
 - b. Rp 700.000 - Rp 1.000.000
 - c. Rp 1.000.001 – Rp 1.500.000
 - d. Rp 1.500.001 - Rp 2.000.000
 - e. Rp 2.000.000 - Rp 3.000.000
 - f. > Rp 3.000.000
5. Apakah Status anda sekarang?
 - a. Sudah Menikah
 - b. Belum Menikah
6. Jika anda sudah menikah berapakah anggota keluarga anda saat ini?
 - a. 2
 - b. 3
 - c. 4
 - d. > 4

Pada bagian ini anda diminta untuk melakukan penilaian atas Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kepuasan Product Attribute mobil Honda HR-V adapun product attribute tersebut diukur dari 5 dimensi yang pertama ialah:

1. Kualitas produk
2. Desain dan Variasi Produk
3. Pelayanan yang mendukung terjualnya sebuah produk
4. Harga

Pada setiap pertanyaan yang sesuai dengan pendapat anda. Keterangan (Tingkat Kepentingan / Tingkat Kepuasan):

TP : Tidak Penting / Tidak Puas

KP : Kurang Penting / Kurang Puas

CP : Cukup Penting / Cukup Puas

P : Penting / Puas

SP : Sangat Penting / Sangat Puas

Atribut Produk

Kualitas Produk

1. Mobil Honda HR-V memiliki performa yang baik sesuai dengan spesifikasi yang ditawarkan
2. Mobil Honda HR-V memiliki fitur keamanan (*Auto Light System, Pedestrian Protection Body, Front Seat Active Headrest, pengereman ABS, EBD, BA dan Dual SRS AIRBAG*)
3. Mobil Honda HR-V memiliki garansi yang sesuai
Mobil Honda HR-V memiliki ketahanan mesin sesuai dengan jangka waktu seajarnya (minimal 5 Tahun)
5. Mobil Honda HR-V memiliki ketahanan Transmisi *otomatis* yang sesuai dengan jangka waktu sewajarnya (Minimal 5 Tahun)
6. Mobil Honda HR-V memiliki suspensi yang nyaman untuk dikendarai
7. Mobil Honda HR-V memiliki akomodasi yang praktis (*Console Box, USB Port, Arm rest, socket 12 Volt*)
8. Mobil Honda HR-V memiliki ukuran bagasi yang luas

Desain dan variasi Produk

9. Mobil Honda HR-V memiliki bentuk yang *aerodinamis*
10. Mobil Honda HR-V memiliki ukuran yang cukup nyaman bagi penggunanya
11. Mobil Honda HR-V memiliki *Design* yang *stylish*
12. Mobil Honda HR-V memiliki warna yang bervariasi
13. Mobil Honda HR-V memiliki warna yang menarik

Pelayanan Pendukung Produk

14. Mobil Honda HR-V memiliki dealer yang mudah ditemui
15. Mobil Honda HR-V memiliki bengkel yang tersedia di banyak tempat sehingga mudah melakukan service dan pembelian spare part
16. Mobil Honda HR-V memiliki Customer Service yang mudah untuk dihubungi

HARGA

17. Mobil Honda HR-V memiliki harga yang terjangkau
18. Mobil Honda HR-V menawarkan harga yang sesuai dengan manfaat yang didapatkan

Lampiran Kepentingan dan Kinerja

Pertanyaan	Jawaban Responden				
	Sangat Tidak Penting (1)	Kurang Penting (2)	Cukup Penting (3)	Penting (4)	Sangat Penting (5)
Kualitas Produk (x1)					
1. Mobil Honda HR-V m	1	8	20	37	34
2. Mobil Honda HR-V	2	10	12	44	32
3. Mobil Honda HR-V	2	3	23	37	34
4. Mobil Honda HR-V r	2	9	25	37	27
5. Mobil Honda HR-V	3	3	67	26	1
6. Mobil Honda HR-V	2	8	16	44	30
7. Mobil Honda HR-V	1	5	22	40	32
8. Mobil Honda HR-V n	3	9	16	46	26
total dimensi	18	59	201	311	216
Desain dan Variasi Produk (x2)					
9. Mobil Honda HR-V	0	23	73	4	0
10. Mobil Honda HR-V	0	35	63	2	0
11. Mobil Honda HR-V	12	80	8	0	0
12. Mobil Honda HR-V	0	29	67	4	0
13. Mobil Honda HR-V	0	38	58	4	0
total dimensi	12	205	269	14	0
Pelayanan Pendukung Produk (x3)					
14. Mobil Honda HR-V r	41	30	19	10	0
15. Mobil Honda HR-V r	34	30	32	1	1
16. Mobil Honda HR-V r	0	0	34	54	12
total dimensi	75	60	85	65	13
Harga (x4)					
17. Mobil Honda HR-	3	3	36	38	20
18. Mobil Honda HR-V r	0	7	31	40	22
total dimensi	3	10	67	78	42
TOTAL	108	334	622	468	271

Lampiran Tingkat Kepuasan

Pertanyaan	Jawaban Responden				
	Sangat Tidak Puas (1)	Kurang Puas (2)	Cukup Puas (3)	Puas (4)	Sangat Puas (5)
Kualitas Produk (x1)					
1. Mobil Honda HR-V m	1	8	20	37	34
2. Mobil Honda HR-V	2	10	12	44	32
3. Mobil Honda HR-V	2	3	23	37	34
4. Mobil Honda HR-V r	2	9	25	37	27
5. Mobil Honda HR-V	3	3	67	26	1
6. Mobil Honda HR-V	2	8	16	44	30
7. Mobil Honda HR-V	1	5	33	40	32
8. Mobil Honda HR-V n	3	9	16	55	26
total dimensi	5	64	212	320	216
Desain dan Variasi Produk (x2)					
9. Mobil Honda HR-V	0	23	73	4	34
10. Mobil Honda HR-V	0	35	63	2	32
11. Mobil Honda HR-V	14	85	8	0	34
12. Mobil Honda HR-V	0	26	67	4	27
13. Mobil Honda HR-V	0	38	52	7	0
total dimensi	14	207	263	17	127
Pelayanan Pendukung Produk (x3)					
14. Mobil Honda HR-V r	41	30	19	30	19
15. Mobil Honda HR-V r	34	30	32	32	32
16. Mobil Honda HR-V r	0	0	34	26	34
total dimensi	75	60	85	88	85
Harga (x4)					
17. Mobil Honda HR-	3	3	36	38	20
18. Mobil Honda HR-V r	0	7	31	40	22
total dimensi	3	10	67	78	42
TOTAL	97	341	627	503	470

Datar Pustaka

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). Marketing Management (14th ed.). London: Pearson Education.
- Buchory dan Saladin 2010. Manajemen pemasaran
- Tjiptono Fandy, 2010. Strategi Pemasaran. Edisi Pertama. Andi Offset. Yogyakarta..
- Bilson Simamora. 2008, Riset Pemasaran, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Winardi**. 1991. Marketing dan Perilaku Konsumen. Bandung : Mandar Maju
www.e-psikologi.com,
- Sutantio, Magdalena, 2004, " Pengaruh atribut produk terhadap niat beli produk sepeda motor matik dan bebek **Suzuki** di Kota Bandung "
- Schiffman, L.G., & Kanuk, L.L. (2010). Consumer Behaviour (10th ed). New Jersey, Pearson Prentice Hall.
- Sutojo, Siswanto; dan F. Kleinstauber. 2002, Strategi Manajemen Pemasaran, Cetakan Pertama, Jakarta: Penerbit Damar Mulia Pustaka.
- Teguh. 2016, " Analisis Sikap Konsumen Terhadap Atribut Produk Rokok Djarum Super "
- Antonius, 2007 , " Analisis Sikap Konsumen Terhadap Atribut Produk Yamaha Mio "
- Muhammad, 2014, " Analisis Sikap Konsumen Berdasarkan Atribut Produk Kamera Dengan Menggunakan Pendekatan Multiatribut Fishbein (Studi Kasus Pada Konsumen Kamera Mirrorless Fujifilm X-A1 dan X-M1) "
- Ferdinand. 2002, " Pengaruh atribut produk terhadap niat beli produk sepeda motor matik dan bebek **Suzuki** di Kota Bandung "
- Ardhia. 2018, " Analisis Sikap Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Atribut Produk Mobil Honda HR-V Menggunakan Metode Multiatribut Fisbein, Importance Performance Anlysis (IPA) Dan Customer Satisfaction Index (CSI) "
- Alma, Buchari. 2011. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung : Alfabeta
- Bilson, Simamora, 2004, Riset Pemasaran, Jakarta, Gramedia Utama
- Stephen P. Robbins " , Pengaruh atribut produk terhadap niat beli produk sepeda motor matik dan bebek **Suzuki** di Kota Bandung "

Schiffliman, Leon.G. dan Leslie Lazar Kanuk. (2007). Perilaku Konsumen. Edisi Ke-7. Diterjemahkan oleh Zoelkifli Kasip. PT. Indeks, Jakarta.

Schiffliman, Leon, & Kanuk, Leslie Lazar. 2007. Consumer Behaviour 7 th. Edition. (Perilaku Konsumen). Jakarta: PT. Indeks

Basu Swastha, 200 1. Manajemen Pemasaran Modern; Yogyakarta: BPFPE.

Kotler, Philip. 2005. Manajemen Pemasaran. Jilid I dan 2. Jakarta : PT Indeks Kelompok Gramedia.

Sekaran, Uma., dan Roger Bougie 2013. Research Methods For Business Edisi 4. Buku 2, Jakarta: Wiley

Rao Purba (2006) “, Pengaruh atribut produk terhadap niat beli produk sepeda motor matik dan bebek Suzuki di Kota Bandung “

Ghozali, Imam. 2006. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS (Edisi Ke 4). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23. Edisi 8*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Kotler, Philip. 2005. Manajemen Pemasaran. Jilid I dan 2. Jakarta : PT Indeks Kelompok Gramedia.

Sekaran, Uma., dan Roger Bougie 2013. Research Methods For Business Edisi 4. Buku 2, Jakarta: Wiley

Sugiyono (2017). Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)

Hawkins 2010. Prilaku konsumen

Paul dan olson 2004. Panduan riset konsumen

Sumarwan 2012. tricomponent attitude model

<https://en.manufakturindo.com/company/detail/pt-nissan-motor-indonesia.html>

<https://www.bps.go.id/linkTableDinamis/view/id/1133>, 2017

<https://www.gaikindo.or.id/indonesian-automobile-industry-data/>

<https://en.manufakturindo.com/company/detail/pt-nissan-motor-indonesia.html>

<https://www.gaikindo.or.id/indonesian-automobile-industry-data/>
<https://www.oto.com/berita-mobil/mengenal-lebih-dekat-fitur-dan-potensi-honda-hr-v-1-8-prestige>

<https://hondatangerang.info/produk/harga-honda-hrv>

<http://e-automotif.com/2016-tahun-kebangkitan-suv/>

<https://www.rajamobil.com/sales-jamil-napitupulu-124481/toyota-all+new+rush-1-1146>

<https://www.autofun.co.id/berita/perbandingan-konsumsi-bbm-honda-hrv-vs-toyota-corolla-cross-6385#:~:text=Dari%20hasil%20tes%20yang%20dilakukan,%2C%20yakni%2018%20km%2Fliter.>

<https://www.lokerinone.com/2018/01/pt-honda-prospect-motor.html?m=1#gsc.tab=0>

JAKARTRANS.CO.ID