

Bab 6

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

6.1.1. Profil Responden

Profil responden berdasarkan kuesioner yang telah diisi oleh 272 responden, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Mayoritas responden pada penelitian ini ialah perempuan dengan persentase sebesar 61%.
2. Persentase usia responden yang mendominasi ialah ≥ 41 tahun sebesar 38% dan usia ≤ 25 tahun sebesar 33%.
3. Sebagian besar responden memiliki pendapatan dibawah Rp 2.000.000 dengan persentase sebesar 44%.
4. Responden dengan pekerjaan sebagai pegawai swasta ialah yang tertinggi dengan persentase sebanyak 41%.
5. Sebagian besar responden pendidikan terakhirnya SMA sebesar 46.7%.

6.1.2. Tanggapan Responden

Berdasarkan pembahasan, garis kontinum mengenai variabel *brand image* laboratorium klinik Pramita, cabang Moh Toha, kota Bandung berada dalam kategori baik karena memperoleh skor aktual 14.921. Hal ini disebabkan karena semua tabel distribusi pada variabel *brand image* secara rata-rata masuk kedalam kategori setuju, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan tabel rekapitulasi tanggapan responden mengenai variabel *brand image* diurutkan berdasarkan skor tertinggi, yaitu :
 - a. Skor tertinggi dengan nilai rata – rata 3,86 ialah pernyataan warna merah pada logo mudah dibedakan dengan merek lain. Karena hanya Pramita yang menggunakan warna merah sebagai logonya dibandingkan dengan laboratorium klinik merek lain.
 - b. Peringkat tertinggi kedua ialah pernyataan Pramita memiliki jenis pemeriksaan yang lengkap dengan mean sebesar 3,82. Dikarenakan Pramita memiliki jenis pemeriksaan yang cukup lengkap diantaranya: Hematologi, Kimia klinik, Immunologi, Klinik Rutin, Mikrobiologi, Pathologi Anatomi, pemeriksaan Bioteknologi (PCR), pemeriksaan Radiologi (*Rontgen*), pemeriksaan Ultrasonografi (USG), pemeriksaan Elektromedis, dan lain-lain.
 - c. Peringkat tertinggi ketiga dengan nilai rata – rata 3,80 yaitu pernyataan slogan Pramita “Mengutamakan Kualitas Diagnosis & Pelayanan” membuat percaya pelayanannya yang terbaik. Pramita selalu mengawasi dan mengendalikan kualitas SDM, teknologi atau peralatan yang digunakan, dan SOP berpedoman pada standar ISO.
2. Selanjutnya tabel rekapitulasi tanggapan responden mengenai variabel *brand image* diurutkan berdasarkan skor terendah, walaupun terendah namun sebenarnya pernyataan ini masih dalam kategori setuju, diantaranya:

- a. Peringkat yang paling rendah dengan nilai rata – rata 3,47 ialah pernyataan Pramita menawarkan diskon/promo. Hal itu disebabkan karena Pramita tidak selalu memberikan diskon/promo setiap saat kepada konsumennya.
- b. Peringkat terendah kedua ialah pernyataan periksa di Pramita suatu hal yang membanggakan dengan mean sebesar 3,48. Dikarenakan memeriksakan kesehatan di laboratorium klinik merupakan hal yang wajar dan biasa dilakukan, sehingga bukan suatu hal yang membanggakan.

6.1.3. Uji Statistik

Dalam menganalisis data, penulis menggunakan alat analisis SPSS versi 22. SPSS adalah program komputer yang dipakai untuk analisis statistika.

1. Dengan SPSS penulis dapat menguji validitas, reliabilitas, koefisiensi determinasi, serta menguji hipotesis dengan menggunakan analisis persamaan regresi sederhana “ $Y = a + bX$ ”, diperoleh hasil yaitu t-hitung (14,610) > t-tabel (1,984). Maka H_a diterima yang berarti adanya pengaruh yang signifikan antara *brand image* Laboratorium Klinik Pramita terhadap proses keputusan pembelian konsumen di cabang Moh Toha, kota Bandung.
2. Pengaruh yang dihasilkan dari pengujian koefisien determinasi menunjukkan korelasi sebesar 44,2%. Artinya *brand image* memberikan pengaruh sebesar 44,2% terhadap proses keputusan pembelian konsumen.

6.2. Saran

Sebagai masukan bagi laboratorium klinik Pramita dalam upaya membantu perusahaan mengatasi masalah – masalahnya, maka penulis memberikan beberapa saran yang dapat digunakan Pramita Lab sebagai bahan pertimbangan untuk kemajuan bagi perusahaan yang lebih baik. Adapun saran yang diberikan oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan pernyataan mengenai variabel *brand image* dengan peringkat yang paling rendah, penulis menyarankan sebaiknya Pramita Lab memperluas media promosi selain sosial media. Sehingga bila Pramita mengadakan diskon / promo dapat diketahui masyarakat luas dan meningkatkan sosialisasi seputar kesehatan dan pentingnya pemeriksaan dini dengan cara mendatangi langsung ke komunitas kesehatan seperti klub senam, ibu-ibu posyandu, dan lain-lain.
2. Berdasarkan pernyataan mengenai variabel *brand image* dengan peringkat yang terendah kedua, penulis menyarankan sebaiknya Pramita Lab meningkatkan kinerja pelayanan baik SDM maupun teknologi yang digunakan, agar menjadi *market leader* atau memperoleh peringkat 1 dalam hal laboratorium klinik dengan cara memperoleh *TOP Brand Award* peringkat pertama, dan diharapkan masyarakat yang memeriksakan kesehatan di Pramita merupakan suatu hal yang membanggakan.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU:

- Keegan, W. J., & Green, M. C. (2008). *Global Marketing* (5th ed.). Prentice Hall: Pearson Education Limited.
- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management : Building, Measuring, and Managing Brand Equity* (4th ed.). Harlow: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Marketing Management*. Harlow: Pearson Education Limited.
- Riduwan. (2005). *Belajar Mudah Penelitian untuk Guru, Karyawan dan Peneliti Pemula*. Bandung: Alfabeta.
- Riduwan. (2012). *Belajar Mudah Penelitian untuk Guru, Karyawan dan Peneliti Pemula*. Bandung: Alfabeta.
- Sarwono, J. (2012). *Path Analysis dengan SPSS: Teori, Aplikasi, Prosedur Analisis untuk Riset Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta Bandung.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian (Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Temporal, P., & Trott, M. (2011). *Romancing The Customer : Maximizing Brand Value Through Powerful Relationship Management*. Singapore: John Wiley and Sons (Asia). Ptected.
- Tjiptono, F. (2005). *Brand Management and Strategy*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2011). *Manajemen dan Strategi Merek*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.

JURNAL:

- Pars, S. R., & Gulsel, C. (2011). The Effects of Brand Image on Consumers' Choice. *International Journal of Business and Social Science*, 2 No. 20, 227-238.

Wijaya, B. S. (2013). Dimensions of Brand Images : A Conceptual Review From The Perspective of Brand Communications. *European Journal of Bussiness and Management*.

LEMBAGA:

Menteri Kesehatan Republik Indonesia. (2010). *Permenkes No. 411 tentang Laboratorium Klinik*. Jakarta.

INTERNET:

<http://www.topbrand-award.com> (diakses pada 15 November 2016, 20:50 WIB)

<http://www.pramita.co.id/index.php/cabang-kita> (diakses pada 19 April 2017, 10:20 WIB)