

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh *product attribute* terhadap niat beli sepeda motor matik dan bebek Suzuki di Kota Bandung, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut :

1. Atribut produk yang dimiliki pada sepeda motor matik dan bebek dari Suzuki .

- Matik

- Kualitas Produk

Konsumen menganggap secara keseluruhan kualitas produk sepeda motor matik Suzuki biasa-biasa saja, namun mereka merasa bahwa fitur-fitur yang dimiliki sepeda motor matik Suzuki masih kurang maju atau modern jika dibandingkan dengan merek pesaingnya.

- Desain dan Variasi Produk

Konsumen menganggap secara keseluruhan desain dan variasi produk sepeda motor matik Suzuki kurang bagus, konsumen merasa desain dan variasi dari produk Suzuki masih ketinggalan dari merek pesaing, kurangnya model yang dimiliki sepeda motor matik Suzuki membuat konsumen merasa Suzuki kurang berkembang.

- Pelayanan Pendukung Produk

Meski pelayanan pendukung produk tidak menunjukkan angka yang signifikan pada uji regresi yang berarti cukup baik, namun dari wawancara tidak terstruktur yang dilakukan oleh peneliti dimana para konsumen merasa bahwa mereka sulit untuk menemukan dealer maupun bengkel Suzuki dibandingkan merek pesaing, mereka merasa hal tersebut membuat mereka akan sulit untuk melakukan servis dan pembelian sparepart yang orisinal.

Namun bagi mereka itu bukan masalah yang sangat besar apabila produk yang dikeluarkan oleh Suzuki bagus.

- Harga

Konsumen menganggap secara keseluruhan harga produk sepeda motor matik Suzuki biasa saja, konsumen memang menganggap bahwa harga sepeda motor matik Suzuki terjangkau namun konsumen merasa bahwa *benefit* yang mereka dapatkan tidak sesuai dengan harga tersebut. Konsumen merasa lebih baik mengeluarkan uang untuk membeli sepeda motor matik dari perusahaan pesaing.

- Bebek

- Kualitas Produk

Konsumen menganggap secara keseluruhan kualitas produk sepeda motor bebek Suzuki biasa-biasa saja, namun mereka merasa bahwa fitur-fitur yang dimiliki sepeda motor bebek Suzuki masih kurang maju atau modern jika dibandingkan dengan merek pesaingnya. Meskipun salah satu produk Suzuki sudah memiliki *remote alarm*.

- Desain dan Variasi Produk

Konsumen menganggap secara keseluruhan desain dan variasi produk sepeda motor bebek Suzuki biasa saja, namun konsumen merasa desain dan variasi dari produk motor bebek Suzuki masih ketinggalan dari merek pesaing, kurangnya model yang dimiliki yaitu hanya 2 model hingga saat ini yaitu Satria FU dan Smash yang membuat konsumen kekurangan pilihan produk untuk dipilih.

- Pelayanan Pendukung Produk

Konsumen merasa bahwa secara keseluruhan pelayanan pendukung produk Suzuki cukup baik namun hanya kesulitan menemukan dealer dan bengkel resmi, namun mereka merasa jika produk yang dikeluarkan Suzuki memang bagus mereka merasa tidak masalah untuk mencari dealer dan bengkel Suzuki.

- Harga

Konsumen menganggap secara keseluruhan harga produk sepeda motor bebek Suzuki baik, konsumen memang menganggap bahwa harga sepeda motor bebek Suzuki terjangkau dan merasa mendapatkan manfaat yang baik pula dari sepeda motor bebek Suzuki.

2. Niat beli konsumen terhadap sepeda motor matik dan bebek Suzuki.

• Matik

Konsumen secara keseluruhan memiliki niat beli yang kurang baik terhadap sepeda motor matik Suzuki. Menurut wawancara tidak terstruktur yang dilakukan oleh peneliti didapatkan bahwa sebagian besar konsumen bahkan tidak memasukan sepeda motor matik Suzuki kedalam pilihan saat ingin membeli sepeda motor matik karena mereka menganggap sepeda motor matik Suzuki sudah ketinggalan dengan merek pesaing.

• Bebek

Konsumen secara keseluruhan memiliki niat beli yang kurang baik terhadap sepeda motor bebek Suzuki. Menurut wawancara tidak terstruktur yang dilakukan oleh peneliti didapatkan bahwa konsumen tidak ingin membeli motor bebek Suzuki karena merek pesaing sudah mengeluarkan motor bebek yang serupa dengan motor bebek andalan Suzuki yang membuat sepeda motor bebek andalan Suzuki Satria FU peminatnya berkurang drastis karena konsumen merasa lebih mudah melakukan pemeliharaan jika membeli produk dari pesaing tersebut.

3. Pengaruh atribut produk terhadap niat beli produk sepeda motor matik dan bebek Suzuki.

- Matik

Berdasarkan analisis regresi linear berganda dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan pada Uji F dan Uji T, maka didapatkan hasil bahwa variabel *product attribute* secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel niat beli sepeda motor matik. Selain itu, didapati bahwa dimensi yang berpengaruh secara positif terhadap niat beli sepeda motor matik yaitu :

- Kualitas Produk (X_1) berpengaruh sebesar 19,3% terhadap niat beli.
- Desain dan Variasi Produk (X_2) berpengaruh sebesar 65,8% terhadap niat beli.
- Pelayanan Pendukung Produk (X_3) berpengaruh sebesar 4% terhadap niat beli.
- Harga (X_4) berpengaruh sebesar 17,5% terhadap niat beli.

- Bebek

Berdasarkan analisis regresi linear berganda dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan pada Uji F dan Uji T, maka didapatkan hasil bahwa variabel *product attribute* secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel niat beli sepeda motor bebek. Selain itu, didapati bahwa dimensi yang berpengaruh secara positif terhadap niat beli sepeda motor bebek yaitu :

- Kualitas Produk (X_5) berpengaruh sebesar 14,7% terhadap niat beli.
- Desain dan Variasi Produk (X_6) berpengaruh sebesar 60,4% terhadap niat beli.

- Pelayanan Pendukung Produk (X_7) berpengaruh sebesar 9% terhadap niat beli.
- Harga (X_8) berpengaruh sebesar 15% terhadap niat beli.

5.2 Saran

Pada bagian ini penulis akan memberikan saran bagi Suzuki guna membantu pengembangan strategi dari perusahaan Suzuki untuk sepeda motor matik dan bebek. Berikut merupakan beberapa saran untuk perusahaan sepeda motor Suzuki tersebut :

- Kualitas Produk

Suzuki perlu menambahkan fitur-fitur yang menarik untuk motor matik dan bebek nya. Tambahan fitur yang menarik akan membantu konsumen untuk tertarik pada produk yang ditawarkan, seperti *keyless system* yang baru hanya ada pada motor sport GSX nya, bisa ditambahkan juga *combi brake system*, dan fitur-fitur menarik lainnya seperti *socket charger* yang baru hanya ada pada motor Satria FU. Karena konsumen tidak mempermasalahkan kualitas dari produk Suzuki namun hanya fitur nya yang kurang menarik.

- Desain dan Variasi Produk

Dimensi ini adalah dimensi yang paling berpengaruh pada niat beli sepeda motor matik dan bebek Suzuki, sehingga saran dari peneliti adalah Suzuki perlu untuk melakukan *research dan development* lebih untuk menyempurnakan produk yang akan dijual, dalam hal ini model dari motor tersebut, dan variasi dari setiap tipe. Suzuki perlu menambahkan model dan variasi dari kedua tipe ini karena pada perusahaan pesaing terdapat berbagai macam model dan variasi pada motor matik dan bebek nya sementara Suzuki hanya mengeluarkan

sedikit model pada motor matik dan bebek nya yang secara langsung mengurangi pilihan konsumen. Suzuki perlu melakukan *research* lebih lanjut mengenai sepeda motor seperti apa yang diinginkan oleh konsumen mungkin dengan melakukan observasi dan wawancara terhadap masyarakat sehingga mendapatkan gambaran akan model sepeda motor yang diinginkan oleh konsumen. Karena melalui wawancara tidak terstruktur yang peneliti lakukan bahwa sebagian besar konsumen merasa model yang dikeluarkan oleh Suzuki masih terlalu sedikit dan model yang sudah ada tidak terlalu menarik perhatian sebagian besar konsumen. Model yang menarik dan variasi produk yang lebih banyak mungkin akan meningkatkan niat beli konsumen terhadap sepeda motor matik dan bebek Suzuki.

- Pelayanan pendukung produk

Melalui wawancara tidak terstruktur yang dilakukan oleh peneliti, sebagian besar konsumen menjawab bahwa mereka takut bila nantinya kesusahan mencari sparepart ori dan melakukan servis karena mereka merasa bahwa dealer yang dimiliki Suzuki agak jarang untuk ditemui sehingga terkadang pemilik motor Suzuki hanya bisa mencari bengkel tidak resmi dan membeli sparepart lokal karena sparepart ori Suzuki tidak tersebar sebanyak sparepart ori perusahaan pesaing. Saran dari saya adalah untuk mendistribusikan sparepart ori dari Suzuki lebih banyak lagi ke bengkel-bengkel tidak resmi, agar konsumen bisa tetap menemukan produk *sparepart* Suzuki sama mudahnya dengan menemukan *sparepart* produk motor lain.

- Harga

Sebenarnya harga dari Suzuki tidaklah menjadi masalah bagi konsumen, karena konsumen pun merasa harga Suzuki masih bersaing dengan perusahaan pesaing. Namun sebagian besar

konsumen merasa manfaat yang didapatkan dari produk Suzuki masih kurang, memang beberapa ada yang menjawab puas dengan performa Suzuki Satria FU namun sejak keluarnya produk yang mirip dari pesaing penjualan Suzuki Satria FU berkurang. Karena itu Suzuki perlu memperhatikan dimensi lain dari *product attribute* dan faktor-faktor lain, karena agak sulit jika harus menaikkan maupun menurunkan harga jual. Suzuki juga mungkin perlu menambahkan iklan seperti *banner*, iklan di tv, iklan di media sosial, dan lain-lain agar dapat menambahkan kesadaran merek dari masyarakat akan produk Suzuki.