

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka berdasarkan bab-bab sebelumnya, maka pada bab ini akan diambil kesimpulan serta saran dari penulis bagi perusahaan.

6.1.1. Perhitungan Statistik

Berdasarkan hasil analisis seperti yang tercantum pada bab 5, maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Diperoleh nilai koefisien korelasi antara inovasi produk dan kepuasan konsumen sebesar 0.878. Hal ini berarti korelasi yang ada berada di taraf tinggi, yang termasuk kategori 0.801-1.000. Dengan korelasi yang sangat kuat maka dapat dikatakan bahwa variabel inovasi produk memiliki pengaruh yang tinggi terhadap variabel kepuasan konsumen.
2. Berdasarkan koefisien determinasi didapatkan skor sebesar 77.1%. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa inovasi produk yang dilakukan Toyota Kijang Innova berpengaruh besar terhadap kepuasan konsumen Toyota Kijang Innova yaitu sebesar 77.1%. Sedangkan 22.9% (100% - 77.1%) yang menjadi sisanya merupakan faktor lain diluar penelitian ini seperti *brand image*, kualitas produk, harga dan lain sebagainya.

6.1.2. Analisis Deskriptif

Hasil deskripsi dari penelitian menunjukkan bahwa variabel inovasi produk terhadap Kepuasan konsumen pada pengguna Toyota Kijang Innova di Kota Bandung telah dilakukan dengan baik dan mendapat respon positif dari responden – responden yang telah mengisi kuesioner

6.1.2.1. Kontinum Variabel

1. Berdasarkan garis kontinum variabel inovasi produk maka Toyota Kijang Innova terkategori baik. Hal tersebut diambil berdasarkan 5 pernyataan di dalam kuesioner yang telah disebar ke 161 orang responden, maka diketahui skor aktual sebesar 2995 yang terletak di antara 2737-3381 yang terkategori baik.
2. Berdasarkan garis kontinum variabel kepuasan konsumen maka Toyota Kijang Innova terkategori baik. Hal tersebut diambil berdasarkan 15 pernyataan di dalam kuesioner yang telah disebar ke 161 orang responden, maka diketahui skor aktual sebesar 8866 yang terletak di antara 8211 - 10143 yang terkategori baik.

6.1.2.2. Tanggapan responden

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian, dapat disimpulkan bahwa rata-rata responden pengguna Toyota Kijang Innova di Bandung berusia 30-40 tahun yang berpenghasilan 10 – 15 juta per bulannya. Dari hasil kuesioner didapat bahwa mayoritas pengunjung yang datang adalah laki - laki dengan jenis pekerjaan wiraswasta. Kemudian terdapat peringkat tertinggi dan terendah diambil dari rekapitulasi variabel sebagai berikut:

1. Berdasarkan tabel rekapitulasi responden untuk variabel inovasi produk diurutkan berdasarkan skor tertinggi dan terendah dari pernyataan dapat dilihat rata-rata skor dari jawaban responden terhadap 5 pernyataan terhadap variabel inovasi produk terdapat pernyataan yang mendapat skor tertinggi sebagai berikut:
 - a. Pada peringkat tertinggi adalah pernyataan “Toyota Kijang Innova mengeluarkan jenis mobil baru yang belum pernah diproduksi Toyota sebelumnya”, dengan skor rata-rata sebesar 3.79 yang masuk dalam kategori setuju.
 - b. Pada peringkat terendah adalah pernyataan “Toyota Kijang Innova mengeluarkan jenis mobil yang belum pernah diproduksi oleh produsen mobil lain”, dengan skor rata-rata sebesar 3.61 yang masuk dalam kategori setuju.
2. Berdasarkan hasil tanggapan responden variabel kepuasan konsumen dari pernyataan dapat dilihat rata-rata skor dari jawaban responden terhadap 15 pernyataan terhadap variabel kepuasan konsumen, maka terdapat pernyataan yang mendapat skor tertinggi dan terendah sebagai berikut:
 - a. Pada peringkat tertinggi adalah pernyataan “Desain Mobil keluaran Toyota Kijang Innova sesuai dengan apa yang diiklankan”, dengan skor rata-rata sebesar 3.84 yang masuk dalam kategori setuju.
 - b. Pada peringkat terendah adalah pernyataan “Toyota Kijang innova mampu menghasilkan mobil-mobil dengan kualitas yang stabil”, dengan dengan skor rata-rata sebesar 3.50 yang masuk dalam kategori setuju.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan, maka ada beberapa hal yang dapat disarankan bagi Pihak Toyota. Selalu meningkatkan dalam hal inovasi produk di Toyota. Serta tetap menjadikan prioritas mengenai inovasi produk tersebut sebagai salah satu tujuan utama Toyota, karena hal tersebut dapat berdampak besar pada kepuasan konsumen pengguna Toyota Kijang Innova.

Beberapa hal yang dapat penulis sarankan kepada pihak Toyota Kijang Innova dari dimensi-dimensi dan peringkat rekapitulasi, antara lain adalah:

1. Dengan meningkatkan inovasi produk perusahaan harus lebih bisa mengetahui pasar yang dituju agar lebih sesuai dengan kebutuhan yang diharapkan konsumen. Selain itu fitur-fitur harus tetap menjadi fokus penting bagi perusahaan agar tidak kalah daya saing dengan produk lainnya.
2. Pihak Toyota pun harus lebih mampu memberikan jaminan kepada setiap konsumen agar lebih percaya terhadap kualitas produk sehingga suatu kepuasan konsumen bisa semakin puas. Selain itu dengan fitur-fitur produk yang adapun selalu disempurnakan kembali sesuai dengan harapan konsumen .

DAFTAR PUSTAKA

Buku dan Jurnal

- Cooper, R. G., & Edgett, S. J. (2009). *Product Innovation And Technology Strategy*. United States: Product Development Institute Inc.
- Djodjobo, C., & Tawas, H. N. (2014). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Nasi Kuning Di Kota Manado. *Jurnal EMBA, Vol. 2, No. 3, September*, 1214-1224.
- Ghozali, I. (2005). *Multivariate Dengan Program Spss*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Goel, A. K., & Singhal, P. (2015). *Product Innovation through Knowledge Management and Social Media Strategies (Advances in Marketing, Customer Relationship Management, and e-Services) 1st Edition*. India: IGI Global.
- Handi, I. D. (2002). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Hasenmark, O. C., & Albinson, M. (2004). Customer Satisfaction And Retention: The Experiences Of Individual With Employees. *Managing Service Quality, Vol. 14, No. 1*.
- Kang, Y. (2009). *Real Option Valuation Of Product Innovation*. Hamburg: Diplomica Verlag GmbH.
- Kotler, P. (2000). *Manajemen Pemasaran Jasa Di Indonesia, Analisis Perencanaan, Implementasi Dan Pengendalian (Edisi Pertama)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, P. (2000). *Marketing Management 10th Edition*. New Jersey: Prentice Hall.

- Lapian, A. A., Massie, J., & Ogi, I. (2016). Pengaruh Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Pada Pt. Bpr Prisma Dana Amurang. *Jurnal EMBA, Vol. 4, No. 1, Maret*, 1330-1339.
- Lukas, B. A., & Ferrel, O. C. (2009). The Effect Of Market Orientation On Product Innovation. *Journal Of The Academy Of Marketin Science, Vol. 28, No. 2*, 239-247.
- Nursalam. (2008). *Konsep Dan Penerapan Metodologi Penelitian Ilmu Keperawatan*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Prasetia, T. E., Tommy, P., & Sareng, I. S. (2014). Struktur Modal, Ukuran Perusahaan Dan Risiko Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Otomotif Yang Terdaftar Di Bei. *Jurnal EMBA, Vol. 1, No. 2, Juni*, 879-889.
- Rainey, D. L. (2008). *Product Innovation: Leading Change Through Integrated Product Development*. New York: Cambridge University Press.
- Sahu, P. K. (2016). *Applied Statistic For Agriculture, Veterinary, Fishery, Dairy, And Allied Fields*. India: Springer.
- Schiffman, L. G., & Lazarkanuk, L. (2004). *Consumer Behavior 8th Edition*. New Jersey : Pearson Education Inc.
- Silalahi, U. (2009). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Sinurat, E. M., Lumanauw, B., & Roring, F. (2017). Pengaruh Inovasi Produk, Harga, Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Mobil Suzuki Ertiga. *Jurnal EMBA, Vol. 5, No. 2, Juni*, 2230-2239.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sukarmen, P., Sularso, A., & Wulandari, D. (2013). Analisis Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Gula Pasir Sebelas (Gupalas)

Pabrik Gula Semboro Ptp Nusantara Xi (Persero). *JEAM, Vol. XII, No. 1*, 64-79.

Website

kemenperin.go.id. (2017, April). *Industri Otomotif Berkontribusi Besar Bagi Ekonomi Nasional*. Diambil kembali dari <http://www.kemenperin.go.id/>: <http://www.kemenperin.go.id/artikel/17466/Industri-Otomotif-Berkontribusi-Besar-Bagi-Ekonomi-Nasional>

makassar.tribunnews.com. (2017, November 3). *Konsumen Bahagia Naik Toyota, TAM Raih Lima penghargaan*. Diambil dari <http://makassar.tribunnews.com/2017/11/03/konsumen-bahagia-naik-toyota-tam-raih-lima-penghargaan>

news.detik.com. (2015, Desember 5). *Begini Inovasi Toyota dari Waktu ke Waktu*. Diambil kembali dari [https://news.detik.com: https://news.detik.com/adv-nhl-detikcom/3086810/begini-inovasi-toyota-dari-waktu-ke-waktu](https://news.detik.com:https://news.detik.com/adv-nhl-detikcom/3086810/begini-inovasi-toyota-dari-waktu-ke-waktu)

oto.detik.com. (2017, Juni 09). *40 Tahun Toyota Kijang, Si Legenda Hidup Otomotif Indonesia*. Diambil dari <https://oto.detik.com/mobil/d-3525930/40-tahun-toyota-kijang-si-legenda-hidup-otomotif-indonesia>

otomotif.kompas.com. (2017, Januari 27). *Menanti “Milestone” Dua Juta Toyota Kijang di Indonesia*. Diambil kembali dari <http://otomotif.kompas.com/read/2017/01/27/152100315/menanti.milestone.dua.juta.toyota.kijang.di.indonesia>.

otomotif.liputan6.com. (2017, Juli 19). *Merek Mobil Terlaris Sepanjang Januari-Juni 2017*. Diambil kembali dari [http://otomotif.liputan6.com: <http://otomotif.liputan6.com/read/3027735/merek-mobil-terlaris-sepanjang-januari-juni-2017>](http://otomotif.liputan6.com: http://otomotif.liputan6.com/read/3027735/merek-mobil-terlaris-sepanjang-januari-juni-2017)

otomotif.tempo.co. (2017, November 15). *Penjualan MPV Oktober 2017: Toyota Kijang Innova Tak Terkejar*. Diambil dari

<https://otomotif.tempo.co/read/1033908/penjualan-mpv-oktober-2017-toyota-kijang-innova-tak-terkejar>

tribunnews.com. (2017, April 25). *Industri Otomotif Beri Kontribusi 10,47 Persen PDB Indonesia*. Diambil kembali dari <http://www.tribunnews.com>: <http://www.tribunnews.com/bisnis/2017/04/25/industri-otomotif-beri-kontribusi-1047-persen-pdb-indonesia>

www.beritasatu.com. (2017, Oktober 1). *Penjualan Mobil Dan Motor Membaik, Cermati Saham Otomotif*. Diambil kembali dari <http://www.beritasatu.com>: <http://www.beritasatu.com/bisnis/455587-penjualan-mobil-dan-motor-membaik-cermati-saham-otomotif.html>

www.indonesia-investments.com. (2017, Juli 12). *Industri Manufaktur Otomotif Indonesia*. Diambil kembali dari <https://www.indonesia-investments.com>: <https://www.indonesia-investments.com/id/bisnis/industri-sektor/otomotif/item6047?>