



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor-faktor sikap pada krisis, yaitu kognitif, afektif, dan behavioral sejauh mana berpengaruh terhadap *brand image* PT Blue Bird Group Tbk pasca demo sopir taksi 22 Maret 2016. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara sikap pada krisis terhadap *brand image* PT Blue Bird Group, yaitu hasil uji T membuktikan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($28,667 > 1,966$) dan nilai signifikansi kurang dari taraf kesalahan 5% atau 0,05 ($0,00 < 0,05$).

Dalam penelitian ini juga menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara sikap pada krisis terhadap *brand image* PT Blue Bird Group Tbk sebesar 82,1%. Variabel sikap pada krisis (X) memiliki pengaruh yang positif terhadap *brand image* (Y), sehingga dapat dinyatakan bahwa sikap pada krisis berpengaruh terhadap *brand image*. Dalam hal ini, sikap pada krisis memiliki pengaruh yang kuat karena sikap pelanggan menentukan secara langsung apakah pelanggan suka atau tidak suka atau tetap mau menggunakan jasa Blue Bird setelah demo sopir taksi tersebut. Keputusan tersebut sepenuhnya berada di tangan pelanggan.

Dari butir pernyataan pada variabel Y, mayoritas responden menjawab agak setuju dimana butir pernyataan mengarah pada kualitas pelayanan Blue Bird. Responden merasa Blue Bird tidak memberikan layanan yang memuaskan, dimana sopir taksi Blue Bird kurang ramah dan kurang responsive. Responden masih ragu terhadap posisi Blue Bird sebagai moda transportasi umum yang baik, sehingga sangat perlu bagi Blue Bird untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan kompetensi dari setiap sopir taksi yang dimiliki.

5.2 Implikasi Akademis

Dalam dunia pendidikan penelitian ini dapat dijadikan kajian bagi pengembangan ilmu dalam dunia pendidikan. Perkembangan teori-teori yang digunakan dalam implikasi akademis tidak lepas dari berkembangnya era modernisasi. Pada penelitian ini dapat dilihat bahwa teori-teori mengenai sikap pada krisis dapat digunakan dalam memberikan pengaruh kepada *brand image*. Penggunaan sikap pada krisis yang positif dapat digunakan untuk meningkatkan *brand image* namun perlu ditingkatkan pelayanannya, sehingga menjadi pilihan moda transportasi umum yang aman dan nyaman bagi para pelanggan.

5.3 Saran

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel sikap pada krisis memiliki pengaruh yang besar yaitu 82,1% terhadap *brand image*, maka hendaknya perusahaan lebih memperhatikan pelayanannya untuk membentuk

image yang baik di mata pelanggan. Sikap yang positif kemudian dapat menentukan suka atau tidak suka atau menentukan keputusan dalam menggunakan jasa dari taksi Blue Bird.

Untuk menjalin hubungan baik dengan para pelanggannya bisa dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan. Kompetensi dari sopir taksi Blue Bird dapat memenuhi kebutuhan dari para pelanggannya. *Image* yang baik dapat menentukan sikap dari pelanggannya. Blue Bird perlu memperbaharui kualitas layanannya untuk mempertahankan posisi sebagai moda transportasi umum yang terbaik.

Diharapkan penelitian ini tidak berhenti sampai sini saja, tetapi peneliti menyarankan supaya peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian secara lebih mendalam serta menambah kekurangan yang ada sehingga dapat menambah pengetahuan tentang variabel yang dapat memberikan pengaruh terhadap *brand image*.

5.4 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah diusahakan dan dilaksanakan sesuai dengan prosedur ilmiah. Namun demikian, penelitian ini masih memiliki keterbatasan, yaitu adanya keterbatasan penelitian dengan menggunakan kuesioner. Keterbatasan tersebut dapat dilihat dari munculnya sebagian jawaban yang diberikan oleh sampel tidak menunjukkan keadaan sesungguhnya.