



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

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis hasil penelitian dengan bantuan *software* AMOS versi 22 pada tiap hubungan antara *brand image* terhadap *behavioral intention*, *brand image* terhadap *customer satisfacton*, *perceived value* terhadap *customer satisfaction*, *perceived quality* terhadap *perceived value*, *perceived quality* terhadap *customer satisfaction*, dan *customer satisfaction* terhadap *behavioral intention*, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. *Brand image* terhadap *behavioral intention* mempunyai nilai *standard coefficient* -0,036 dan bernilai negatif sehingga dapat dinyatakan bahwa arah hubungan yang negatif dan berlawanan dengan pernyataan hipotesis. Sedangkan Nilai *P value* pada hipotesis adalah 0,594 sehingga dapat dinyatakan data tidak mendukung hipotesis karena lebih besar dari 0,05.
2. *Brand image* terhadap *customer satisfacton* mempunyai nilai *standard coefficient* 0,161 dan bernilai positif sehingga dapat dinyatakan bahwa arah hubungan positif dan sesuai dengan pernyataan hipotesis. Sedangkan Nilai *P value* pada hipotesis adalah 0,001 sehingga dapat dinyatakan data mendukung hipotesis karena lebih kecil dari 0,05.
3. *Perceived value* terhadap *customer satisfaction* mempunyai nilai *standard coefficient* 0,100 dan bernilai positif sehingga dapat dinyatakan bahwa arah

hubungan positif dan sesuai dengan pernyataan hipotesis. Sedangkan Nilai *P value* pada hipotesis adalah 0,692 sehingga dapat dinyatakan data mendukung tidak hipotesis karena lebih besar dari 0,05.

4. *Perceived quality* terhadap *perceived value* mempunyai nilai *standard coefficient* 0,944 dan bernilai positif sehingga dapat dinyatakan bahwa arah hubungan positif dan sesuai dengan pernyataan hipotesis. Sedangkan Nilai *P value* pada hipotesis adalah 0,000 sehingga dapat dinyatakan data mendukung hipotesis karena lebih kecil dari 0,05.
5. *Perceived quality* terhadap *customer satisfaction* mempunyai nilai *standard coefficient* 0,790 dan bernilai positif sehingga dapat dinyatakan bahwa arah hubungan positif dan sesuai dengan pernyataan hipotesis. Sedangkan Nilai *P value* pada hipotesis adalah 0,002 sehingga dapat dinyatakan data mendukung hipotesis karena lebih kecil dari 0,05.
6. *Customer satisfaction* terhadap *behavioral intention* mempunyai nilai *standard coefficient* 1,042 dan bernilai positif sehingga dapat dinyatakan bahwa arah hubungan positif dan sesuai dengan pernyataan hipotesis. Sedangkan Nilai *P value* pada hipotesis adalah 0,000 sehingga dapat dinyatakan data mendukung hipotesis karena lebih kecil dari 0,05.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, berikut adalah saran dari peneliti bagi perusahaan dan saran bagi penelitian selanjutnya:

5.2.1 Saran untuk Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian, maka peneliti mengajukan saran bagi Datsun Go+ Panca sebagai berikut:

1. Meningkatkan kualitas kenyamanan pada Datsun Go+ Panca dengan cara menambah peredam pada mobil supaya mobil dapat lebih kedap dibanding sebelumnya, memberi *headrest* pada kursi di penumpang belakang supaya penumpang belakang dapat duduk dengan nyaman.
2. Meningkatkan jaringan distribusi *sparepart* pada Datsun Go+ Panca. Sebab dengan cara meningkatkan jaringan distribusi *sparepart* maka konsumen dapat dengan mudah untuk mendapatkan *sparepart* Datsun Go+ Panca dengan mudah apabila membutuhkan.
3. Meningkatkan fitur pada Datsun Go+ Panca seperti menambah fitur seperti penambahan *power window* pada jendela samping bagian belakang. Sebab jendela samping bagian depan pada Datsun Go+ Panca sudah dilengkapi dengan fitur *power window*. Penambahan *backdoor opener* juga diperlukan untuk mobil Datsun Go+ Panca supaya memudahkan pengguna untuk membuka pintu bagasi belakang. Selain itu juga penambahan jumlah *speaker* pada mobil Datsun Go+ Panca juga diperlukan karena pada saat ini jumlah *speaker* pada Datsun Go+ Panca hanya berjumlah 2 buah dibagian depan.
4. Mengadakan program diskon dalam pembelian *sparepart* atau pembelian aksesoris pada Datsun Go+ Panca. Hal ini dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

5. Mengadakan program *service* gratis apabila pengguna mobil Datsun Go+ Panca sudah menggunakan mobil tersebut dengan jarak tempuh 25.000 kilometer dan dengan syarat selalu rutin *service* mobil di bengkel resmi Datsun.
6. Mendesain ulang tempat duduk bagian depan pada Datsun Go+ Panca karena desain tempat duduk Datsun Go+ Panca pada bagian depan menyambung sehingga hal ini berpotensi pengguna mobil menaruh anaknya untuk duduk dibagian tengah pada tempat duduk bagian depan. Hal ini tentu saja membahayakan bagi pengguna mobil Datsun Go+ Panca. Selain itu pada kursi bagian tengah juga perlu untuk didesain ulang karena apabila ada penumpang yang ingin duduk belakang, untuk membuka kursi bagian tengah sangat sulit dan tidak praktis.
7. Memberikan garansi kepada mobil Datsun Go+ Panca selama 5 tahun. Hal ini berguna untuk membuktikan juga bahwa Datsun Go+ Panca adalah mobil yang memiliki kualitas yang baik.
8. Memperbesar ukuran ban, sebab pada model Datsun Go+ Panca pada sekarang ini menggunakan ukuran ban yang kecil sehingga hal tersebut dapat membahayakan pengguna mobil Datsun Go+ Panca pada saat kecepatan tinggi. Mobil menjadi tidak stabil karena penggunaan ukuran ban yang kecil.
9. Mengadakan *event touring* menggunakan Datsun Go+ Panca seperti misalnya *touring* Jakarta Bali. Hal ini berguna untuk membuktikan

kualitas Datsun Go+ Panca sehingga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

10. Mengadakan program *loyalty program* seperti adanya tukar tambah apabila Datsun mengeluarkan produk baru. Sebab dengan cara seperti itu maka konsumen tertarik untuk melakukan tukar tambah untuk membeli produk Datsun yang baru.
11. Mengadakan *event* kepada konsumen tentang pengalaman positif atau testimoni selama berkendara menggunakan Datsun Go+ Panca. Dengan cara seperti ini maka konsumen dapat berbagi cerita dan informasi sehingga dapat menghasilkan *positive word of mouth*.

5.2.2 Saran untuk Penelitian Selanjutnya

1. Pada penelitian ini hipotesis 1 yaitu variabel *brand image* dan *behavioral intention* lalu hipotesis 3 yaitu *perceived value* dan *customer satisfaction* menunjukkan bahwa data tidak mendukung hipotesis sehingga dapat dinyatakan bahwa penelitian selanjutnya dapat melakukan peninjauan teori tentang variabel beserta indikator penelitiannya apabila ingin menggunakan indikator yang sama.
2. Pada penelitian selanjutnya, dapat membagi wilayah Jakarta karena sebagian besar responden berada di wilayah Jakarta. Selain itu peneliti hanya membagi kuesioner dengan limitasi di wilayah Jakarta saja. Pada penelitian selanjutnya dapat membagi wilayah Jakarta tersebut seperti Jakarta Utara, Jakarta Pusat, Jakarta Barat, Jakarta Timur, dan Jakarta Selatan

3. Pada penelitian selanjutnya, dapat meneliti tentang mengapa konsumen memilih Datsun Go+ sebagai mobil satu-satunya. Sebab pada profil responden sebagian responden tidak memiliki mobil lain dan hanya mempunyai mobil Datsun Go+ Panca.