

BAB VI

SIMPULAN DAN SARAN

6.1. Simpulan

Pada analisis pengambilan keputusan konsumen terhadap pembelian sepeda motor Suzuki Address di Jakarta Timur, maka dapat disimpulkan sebagai berikut.

- 1) Pada indikator di variabel citra perusahaan diketahui bahwa nilai *factor loading* (λ) yang didapat ada yang lebih kecil dari batas krisis yang ditentukan yaitu < 0.5 , artinya konsumen sepeda motor skuter di Jakarta Timur beranggapan bahwa Suzuki masih termasuk perusahaan yang memiliki tanggung jawab sosial dan untuk meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap Suzuki maka perlu dilakukan peningkatan tanggung jawab secara lebih luas.
- 2) Pada indikator di variabel citra merek diketahui bahwa nilai *factor loading* (λ) yang didapat tidak ada yang lebih kecil dari batas krisis yang ditentukan yaitu < 0.5 , artinya konsumen sepeda motor skuter di Jakarta Timur beranggapan bahwa citra merek Suzuki Address cukup rendah dan di indikasikan merek Suzuki Address belum dikenal di wilayah Jakarta Timur.
- 3) Pada indikator di variabel kualitas layanan diketahui bahwa nilai *factor loading* (λ) yang didapat tidak ada yang lebih kecil dari batas krisis yang ditentukan yaitu < 0.5 , artinya konsumen sepeda motor skuter di Jakarta

Timur beranggapan bahwa kualitas layanan di dealer resmi Suzuki cukup rendah dan tidak sebaik kualitas layanan merek lain.

- 4) Pada indikator di variabel kualitas layanan diketahui bahwa nilai *factor loading* (λ) yang didapat tidak ada yang lebih kecil dari batas krisis yang ditentukan yaitu < 0.5 , artinya konsumen sepeda motor skuter di Jakarta Timur percaya bahwa faktor keterkaitan dengan lingkungan yang sama (keluarga/teman/kerabat) merupakan kekuatan Suzuki didalam mempengaruhi konsumen didalam membeli Sepeda Motor Suzuki Address.

6.2. Implikasi Manajerial

Saran kepada pihak manajemen PT Suzuki Indomobil Motor dan PT Suzuki Indomobil Sales untuk meningkatkan penjualan Sepeda Motor Suzuki Address, yaitu:

- 1) Indikasi penjualan Suzuki Address semakin menurun meskipun Suzuki Address sudah mengalami perubahan adalah citra merek belum dikenal masyarakat oleh sebab itu manajemen harus membuat suatu upaya dengan menyertakan fitur khusus sehingga ada daya tarik dan ciri khas.
- 2) Walaupun Suzuki Address memperoleh penghargaan dari Tabloit Otomotif di tahun 2015 ternyata penjualan Suzuki Address belum meningkat secara signifikan hal tersebut disebabkan oleh pandangan umum masyarakat mengenai kualitas layanan di dealer resmi Suzuki. Kualitas layanan salah satunya dipengaruhi oleh keramahan karyawan didalam melayani dan dealer resmi memahami kebutuhan konsumen.

- 3) Walaupun persaingan secara spesifikasi Suzuki Address lebih unggul di segmen skuter *entry-level* namun ada faktor lain yang dapat mempengaruhi penjualan Suzuki Address sehingga manajemen sebaiknya membuat konsep marketing yang berkesinambungan atau menyeluruh.
- 4) Adanya isu beberapa diler atau bangkel resmi Suzuki yang mulai tutup dimana hal tersebut sangat berdampak pada kepercayaan publik pada umumnya sehingga manajemen harus melakukan perbaikan secara berkelanjutan pada sisi kualitas layanan.

6.3. Saran Untuk Penelitian Selanjutnya

Saran yang perlu dipertimbangkan berdasarkan hasil penelitian ini untuk penelitian selanjutnya dan untuk para akademisi adalah:

- 1) Penelitian ini bukan merupakan penelitian eksperimen atau bersifat longitudinal akan tetapi penelitian yang bersifat studi kasus dan dilakukan dalam jangka waktu singkat, sehingga penelitian ini tidak mampu menggambarkan dinamika objek yang diteliti.
- 2) Perangkat utama penelitian ini adalah kuesioner yang dibagikan kepada responden penelitian. Untuk selanjutnya apabila dilakukan penelitian kembali atau ada peneliti lain yang tertarik untuk meneliti permasalahan yang sama / hampir mirip, penelitian dapat dilakukan dengan penggabungan kuesioner dengan instrumen lainnya, seperti wawancara mendalam dengan responden maupun pihak manajemen perusahaan sehingga dapat diperoleh informasi dan gambaran variabel-variabel dan hubungannya secara lebih jelas.

- 3) Penelitian selanjutnya diharapkan menambah atau memperbanyak jumlah responden sehingga mendapatkan hasil yang lebih akurat secara keseluruhan.
- 4) Untuk penelitian selanjutnya diharapkan meneliti juga di wilayah yang skalanya lebih besar, misal di tingkat propinsi bahkan tingkat nasional.

