

Bab 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian serta analisis mengenai pengaruh persepsi konsumen atas atribut produk terhadap niat beli Honda Beat yang diwakili oleh 300 responden, maka penulis menarik beberapa kesimpulan, sebagai berikut :

- Persepsi responden terhadap atribut produk Honda Beat adalah sebagai berikut :
 1. Berdasarkan *feature* / fitur pada Honda Beat, secara keseluruhan responden berpersepsi positif / setuju dengan *feature* yang ada dalam motor Honda Beat, seperti *side stand switch*, *parking brake lock*, dan sebagainya.
 2. Berdasarkan *durability* / daya tahan, secara keseluruhan responden berpersepsi positif / setuju dengan *durability* / daya tahan Honda beat yang diantaranya dapat melaju kencang dengan 2 orang penumpang, body tahan terhadap benturan, mesin “bandel” untuk sehari-hari, dapat dipakai dalam jangka waktu yang lama, dan sebagainya.
 3. Berdasarkan *reliability* / keandalan pada Honda Beat, secara keseluruhan responden berpersepsi positif / setuju dengan *reliability* / keandalan yang diberikan motor Honda Beat, sehingga hal tersebut menjadi faktor pertimbangan untuk niat beli.
 4. Berdasarkan *repairability* / kemudahan memperbaiki, secara keseluruhan responden berpendapat positif / setuju terhadap kemudahan untuk melakukan perbaikan sehingga tidak menyita banyak waktu dan biaya.
 5. Berdasarkan *style & design* , secara keseluruhan responden berpersepsi positif / setuju terhadap *style & design* yaitu terhadap bentuk *body*, warna, jenis *striping*, dan ukuran Honda Beat yang sesuai dengan matic pada umumnya.

6. Berdasarkan service & warranty / perbaikan dan garansi, secara keseluruhan responden berpendapat positif / setuju dengan atribut service dan garansi yang diberikan Honda Beat. Sehingga responden merasa aman dengan adanya perbaikan dan garansi terhadap motor Honda beat.

- Berdasarkan pengaruh antara atribut produk terhadap niat beli Honda Beat adalah sebagai berikut :

Faktor yang mempengaruhi niat beli Honda Beat secara signifikan adalah *reliability dan Style & design* dengan nilai *Adjusted R Square* dari persamaan regresi yang didapat 0,669 yang berarti 6.69% niat beli dipengaruhi oleh *reliability dan Style & design* dari Honda Beat dan sisanya sebesar 93.1% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti.

5.2. Saran

- Produsen Honda sebaiknya lebih menonjolkan lagi kualitas motor Honda Beat dan mewawancarai konsumen yang telah memakai Honda Beat dan menayangkannya di tv sehingga Konsumen lebih percaya akan atribut-atribut yang ada dalam Honda Beat. Dan memberikan informasi tentang *repairability* (kemudahan menservis Honda Beat) seperti memberikan informasi jika motor sudah waktunya diservis, menyediakan layanan antar jemput untuk service, memberikan diskon jika servis secara rutin, memberikan *reward* untuk konsumen sehingga konsumen lebih loyal terhadap motor Honda.
- Sebaiknya produsen lebih memperhatikan *Style & Design* karena atribut tersebut memiliki pengaruh yang paling besar diantara atribut-atribut lainnya terhadap niat beli. Oleh karena itu *style & design* mulai dari bentuk *body, speedometer, knalpot*, varian warna, dan bentuk dari motor tersebut harus benar-benar diperhatikan oleh produsen dapat menarik minat konsumen untuk membeli.

- Dan untuk menarik minat para konsumen seharusnya para dealer penjual Honda Beat diberikan kesempatan untuk mengendarai Honda Beat atau disebut *test drive*, sehingga dengan mencoba mengendarai kemungkinan produsen memiliki minat untuk memiliki.