

BAB 6

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Untuk meningkatkan penjualan VARIO oleh PT Daya Adira Motor sebagai akibat keterlambatan dipasarkannya VARIO oleh PT Astra Honda Motor, maka tahap analisis menghasilkan beberapa kesimpulan yaitu:

1. Pengolahan Data Tingkat *Perceived Quality* Honda VARIO di mata konsumen menghasilkan 10 variabel yang memiliki tingkat kepentingan tinggi dan belum memuaskan harapan konsumen yaitu:

- Kenyamanan (*Handling & Stability*) saat menikung & belok – atribut 18
- Kehalusan Getaran Mesin – atribut 11
- Keandalan Sistem Pembuangan Ramah Lingkungan – atribut 15
- Kelembutan Sok Motor Saat Dikendarai (Suspensi) – atribut 20
- Kenyamanan Posisi Duduk (Jok) – atribut 21
- Bentuk Body – atribut 37
- Harga Jual Kembali Tinggi – atribut 40
- Kemampuan mesin dalam menanjak – atribut 5
- Kekuatan Rangka *Body* motor (*Chasis*) – atribut 17
- Ketersediaan Bengkel Resmi untuk *Service & Perawatan* – atribut 35

Serta 12 variabel dengan tingkat kepentingan tinggi yang telah memuaskan harapan konsumen yaitu:

- Kemudahan dalam Menghidupkan Mesin Dengan Stater Elektrik – atribut 12
- Kapasitas Tangki Bensin Besar – atribut 16
- Keamanan Sistem Pengunci Standar – atribut 29
- Masa pakai Suku Cadang – atribut 33
- Ketersediaan Suku Cadang – atribut 34

-
- Ketersediaan Garansi – atribut 36
 - Kepakeman rem cakram depan (*Disk Brake*) – atribut 3
 - Kepakeman rem belakang (*Tromol*) – atribut 4
 - Kemudahan penyimpanan barang (*Box* serbaguna & *Bagasi* fungsional) – atribut 30
 - Garansi Daya Tahan Mesin – atribut 32
 - Kombinasi Warna Motor – atribut 38
 - Citra Merek – atribut 41
2. Menurut konsumen, Motor Matic VARIO memiliki keunggulan kompetitif pada variabel-variabel yang dianggap penting dalam hal:
- Ketersediaan bengkel resmi untuk *service &* perawatan – atribut 35
 - Kepakeman rem cakram depan (*Disk Brake*) – Atribut 3
 - Kepakeman rem belakang (*Tromol*) – Atribut 4
 - Kemudahan penyimpanan barang (*box* serbaguna & *bagasi* fungsional) – atribut 30
 - Garansi Daya Tahan Mesin – Atribut 32
 - Kombinasi Warna Motor – Atribut 38
 - Citra Merek – Atribut 41

Pada beberapa variabel yang dianggap penting oleh konsumen, Honda VARIO memiliki kinerja yang bersaing dengan kinerja MIO, SPIN, dan Nouvo dalam hal:

- Kehalusan Getaran Mesin – atribut 11
- Keandalan Sistem Pembuangan Ramah Lingkungan – atribut 15
- Kelembutan Sok Motor Saat Dikendarai (*Suspensi*) – atribut 20
- Kenyamanan Posisi Duduk (*Jok*) – atribut 21
- Bentuk *Body* – atribut 37
- Harga Jual Kembali Tinggi – atribut 40
- Kemampuan mesin dalam menanjak – atribut 5
- Kekuatan Rangka *Body* motor (*Chasis*) – atribut 17

- Kemudahan dalam Menghidupkan Mesin Dengan Stater Elektrik – atribut 12
- Kapasitas Tangki Bensin Besar – atribut 16
- Keamanan Sistem Pengunci Standar – atribut 29
- Masa pakai Suku Cadang – atribut 33
- Ketersediaan Suku Cadang – atribut 34
- Ketersediaan Garansi – atribut 36

Serta Honda VARIO berada pada posisi tertinggal dari pesaing-pesaingnya pada 1 variabel yaitu Kenyamanan (*Handling & Stability*) saat menikung dan belok.

3. Tindakan yang harus diambil oleh PT Daya Adira Mustika untuk meningkatkan penjualan yaitu melakukan pergeseran persepsi konsumen di variabel Kenyamanan (*Handling & Stability*) saat menikung dan belok ke arah Bagasi yang berkapasitas besar; serta mempertajam promosi di variabel–variabel Ketersediaan bengkel resmi untuk *service & perawatan*, Kepakeman rem cakram depan (*Disk Brake*), Kepakeman rem belakang (*Tromol*), Kemudahan penyimpanan barang (box serbaguna & bagasi fungsional), Garansi Daya Tahan Mesin, Kombinasi Warna Motor serta Citra Merek.

6.2 Saran

6.2.1 Saran Bagi Perusahaan

Usulan untuk atribut-atribut yang tertinggal adalah menggeser persepsi masyarakat bahwa dengan body yang besar bukan merupakan suatu masalah besar karena bagasi VARIO yang besar hingga konsumen dapat membawa muatan yang banyak. Agar VARIO lebih laku di pasaran sebaiknya pihak perusahaan mengganti tema promosi yang ada saat ini “*INILAH SKUTER MATIC YANG SESUNGGUHNYA*” menjadi “*U can feel SAFE, CONFID*

DENCE, STYLISH and COMPLETELY..are U?” yang merupakan suatu tema baru yang mewakili beberapa poin keunggulan yang dimiliki oleh VARIO.

Adapun beberapa tindakan promosi yang dapat diusulkan ialah dengan menyebarkan brosur dan memasang *banner* yang menonjolkan persepsi kualitas VARIO yang unggul di mata konsumen pada saat promosi.

6.2.2 Saran Penelitian Lebih Lanjut

Adapun beberapa saran yang diberikan oleh penulis untuk kepentingan penelitian lebih lanjut yaitu :

1. Penulis menyarankan agar dilakukan penelitian lebih lanjut di masa yang akan datang mengenai peningkatan *brand awareness* VARIO dengan motor matic lain di mata masyarakat melalui riset pemasaran.
2. Penulis menyarankan agar pihak Astra Honda Motor dapat meneliti ulang penetapan harga VARIO yang saat ini yang berkisar Rp 14.000.000,- sampai dengan Rp 14.500.000,- sementara para pesaing-pesaingnya menetapkan harga yang jauh lebih rendah. Perlu dilakukan penelitian mengenai persepsi harga yang dapat diterima oleh konsumen.
3. Penulis menyarankan agar desain brosur yang diajukan oleh penulis lebih disempurnakan lagi karena penulis merasa desain yang diajukan belum memenuhi standar estetika.
4. PT Daya Adira Mustika harus memberikan usulan pada PT Astra Honda Motor untuk meningkatkan kinerja VARIO edisi berikutnya pada variabel-variabel : Efisiensi Pemakaian Bahan Bakar, Bentuk Body, Kemampuan mesin dalam menanjak, Kehalusan Getaran Mesin, Keandalan Sistem Pembuangan Ramah Lingkungan, Kelembutan Sok Motor Saat Dikendarai (Suspensi), Kenyamanan Posisi Duduk (Jok), Harga Jual Kembali Tinggi, Ketersediaan Bengkel Resmi Untuk Service dan Perawatan, Kemudahan dalam Menghidupkan Mesin Dengan Stater Elektrik, Keamanan Sistem Pengunci Standar, Ketersediaan Garansi, serta Jaminan atas kualitas motor.