

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dapat disimpulkan bahwa Nilai Yang Dipersepsikan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen yang menggunakan sepeda motor Yamaha Mio. Hal ini dikarenakan hasil penelitian memperlihatkan hal-hal sebagai berikut :

1. Sesuai dengan hipotesis yang diajukan, nilai yang dipersepsikan (*perceived value*) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen khususnya mahasiswa S1 Reguler Fakultas Ekonomi Universitas Lampung yang menggunakan sepeda motor Yamaha Mio. Hasil analisis data memperlihatkan bahwa nilai *Nagelkerke R Square* (R^2) sebesar 0,866. Artinya bahwa variabel-variabel nilai yang dipersepsikan antara lain Nilai Fungsional (Keinginan Kepuasan), Nilai Epistemik, Citra, Nilai Emosional, Nilai Harga dan Nilai Sosial mampu mempengaruhi kepuasan konsumen (Y) sebesar 86,6 %, sedangkan sisanya sebesar 13,4 % dipengaruhi oleh variabel lain di luar model tersebut.
2. Berdasarkan data yang diperoleh dalam penelitian yang kemudian telah dianalisa dengan menggunakan regresi logistik maka dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis diterima, karena probabilitas koefisien regresi $< 0,05$ artinya koefisien regresi nilai yang dipersepsikan signifikan atau berpengaruh secara

nyata terhadap kepuasan konsumen yang menggunakan sepeda motor Yamaha Mio.

Dengan perincian sebagai berikut :

- Variabel Nilai Fungsional (Keinginan Kepuasan) (X_1) berpengaruh signifikan dengan nilai probabilitas 0,043
- Variabel Nilai Epistemik (X_2) berpengaruh signifikan dengan nilai probabilitas 0,045
- Variabel Citra (X_3), berpengaruh signifikan dengan nilai probabilitas 0,027
- Variabel Nilai Emosional (X_4) berpengaruh signifikan dengan nilai probabilitas 0,021
- Variabel Nilai Harga (X_5) berpengaruh tidak signifikan dengan nilai probabilitas 0,543
- Variabel Nilai Sosial (X_6) berpengaruh signifikan dengan nilai probabilitas 0,049

3. Berdasarkan nilai *Hosmer and Lemeshow Test* pada model ini sebesar 0,954 > 0,05 maka H_0 diterima. Hal ini berarti model regresi logistik layak dipakai untuk analisis selanjutnya karena tidak ada perbedaan yang nyata antara klasifikasi yang diprediksi dengan klasifikasi yang diamati. Untuk menilai keseluruhan model dengan memperhatikan angka *-2 Log Likelihood*. Angka *-2 Log Likelihood* pada awal (*Block number* = 0) adalah 118.288 sedangkan berikutnya (*Block number* = 1) angka *-2 Log Likelihood* adalah 28.040, penurunan angka ini menunjukkan model regresi logistik yang lebih baik

4. Berdasarkan analisis kualitatif diketahui bahwa seluruh variabel nilai yang dipersepsikan (*perceived value*) yang di uji melalui pernyataan dalam kuesioner mendapatkan jawaban yang menyatakan responden sebagian besar setuju
5. Nilai Emosional merupakan variabel yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen sepeda motor Yamaha Mio dengan nilai signifikansi variabel sebesar 0,021.

5.2 Saran

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan, maka saran yang dapat diberikan adalah :

1. Untuk meningkatkan Nilai Fungsional (Keinginan Kepuasan), produsen Yamaha Mio dalam hal ini PT Lautan Teduh Interniaga hendaknya melakukan strategi diferensiasi, strategi ini membuat perusahaan mengambil keputusan untuk membangun persepsi yang berbeda terhadap produk yang dihasilkannya dibandingkan produk pesaing. Antara lain berupa kemudahan pemeliharaan, *features* tambahan, fleksibilitas, kenyamanan, kelengkapan suku cadang, variasi desain dan modifikasi khusus jenis skuter matik.
2. Untuk meningkatkan Nilai Epistemik, perusahaan sebaiknya meningkatkan kualitas produk serta menambahkan ciri produk yang baru dan gaya yang lebih baik. Antara lain berupa peningkatan kualitas purna jual, perluasan jaringan dealer, penambahan fasilitas dealer, penyempurnaan sistem layanan terhadap konsumen hingga operasi yang lebih ramah lingkungan.
3. Dalam meningkatkan kepuasan konsumen melalui variabel Citra, perusahaan dapat menggunakan pemakaian selebriti pendukung (*celebrity endorser*)

sebagai daya tarik dan untuk mempromosikan produk Yamaha Mio, seperti pasangan Teuku Wisnu dan Shireen Sungkar yang disukai para pecinta sinetron serta Boyband SM*SH yang sedang naik daun dan disukai kaum remaja masa kini.

4. Nilai Emosional perlu dipertahankan dan ditingkatkan karena terbukti melalui pendekatan emosional, produk Yamaha Mio ini mampu mempengaruhi kepuasan konsumen secara dominan. Salah satu contohnya adalah dengan penggunaan media promosi dengan model orang yang sukses seperti Anggun C. Sasmi dan Taufik Hidayat.
5. Nilai Harga tidak menjadi masalah bagi perusahaan dalam mempengaruhi kepuasan konsumen, namun untuk meningkatkan daya saing di pasar sepeda motor otomatis, perusahaan hendaknya melakukan strategi penetrasi harga dan strategi kepemimpinan biaya menyeluruh (*overall cost leadership*), yaitu strategi yang dapat membuat perusahaan menentukan harga jual yang lebih murah dibandingkan dengan harga jual perusahaan pesaing.
6. Untuk meningkatkan Nilai Sosial, perusahaan dapat memasuki segmen baru maupun meningkatkan cakupan distribusinya dan memasuki saluran distribusi baru, antara lain seperti meningkatkan aktivitas jaringan pelayanan yang ada pada seluruh pelosok desa dan menambah cabang perusahaan di berbagai wilayah yang potensial.