

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis, maka disimpulkan bahwa “Atribut Produk Berpengaruh Terhadap ekuitas merek pada mobil Toyota Avanza di Bandar Lampung. Hal ini didasarkan pada:

1. Analisis regresi linear berganda yang dilakukan telah menunjukkan nilai koefisien determinasi (R^2) untuk ekuitas merek adalah 0.804 Hal ini berarti sebesar 80,4% perubahan variabel ekuitas merek dapat dijelaskan oleh perubahan variabel kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, hiburan, estetika secara bersama-sama. Sedangkan sisanya sebesar 19,96% dijelaskan dengan variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini, seperti: merek, harga, jaminan, pelayanan produk.
2. Jika dilihat secara parsial sub variabel pada atribut produk berpengaruh terhadap ekuitas merek dengan tingkat pengaruh yang berbeda pada masing-masing variabel adalah sebagai berikut:
 - Variabel estetika merupakan variabel yang paling mempengaruhi ekuitas merek pada mobil Toyota Avanza di Bandar Lampung dengan nilai koefisien regresi sebesar 36,8%. Sebagian besar responden menyatakan bahwa desain mobil Toyota Avanza menarik. Namun terdapat nilai atribut

produk pada variabel ini yang masih direspon negatif dalam kategori tidak setuju dan sangat tidak setuju. Hal ini dikarenakan sebagian responden menganggap bahwa mobil Toyota Avanza tidak cocok untuk keluarga di Indonesia melainkan lebih cocok untuk transportasi niaga dan jasa.

- Variabel persepsi manfaat merupakan variabel kedua yang mempunyai pengaruh terbesar terhadap ekuitas merek pada mobil Toyota Avanza di Bandar Lampung dengan nilai koefisien regresi sebesar 31,3%. Besar pengaruh variabel persepsi manfaat disumbang oleh pernyataan bahwa Toyota Avanza dapat meningkatkan mobilitas sehari-hari, Namun masih ada sebagian responden yang merespon negatif dengan menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju.
- Variabel kemudahan penggunaan merupakan variabel terbesar ketiga yang memiliki pengaruh positif dan signifikan dengan nilai koefisien regresi sebesar 28.3% terhadap ekuitas merek Toyota Avanza di Bandar Lampung. Besar pengaruh variabel kemudahan penggunaan disumbang oleh sebagian besar responden yang menyatakan bahwa Toyota Avanza mudah dikendarai 63 responden. Namun masih ada responden yang merespon negatif sebanyak 32 responden.
- Sedangkan Variabel hiburan tidak memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap ekuitas merek Toyota Avanza di Bandar Lampung dengan nilai koefisien regresi sebesar 1,3%. , Hal ini terjadi karena fitur hiburan pada mobil Toyota Avanza bagi sebagian responden yang bekerja sebagai wiraswasta tidak terlalu memberikan dampak yang signifikan,

Mereka beranggapan bahwa mobil Toyota Avanza bukan untuk keluarga, melainkan untuk berniaga.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang diperoleh, maka dapat dikemukakan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan sebagai bahan kontribusi terhadap atribut produk pada mobil Toyota Avanza di Bandar Lampung. Saran yang dapat diberikan antara lain :

1. Untuk memperbaiki kekurangan pada variabel kemudahan penggunaan sebaiknya Toyota Avanza meningkatkan jarak antara sasis kendaraan dengan permukaan tanah, sehingga mobil Toyota Avanza dapat dikendarai di berbagai kondisi jalan. Hal ini dikarenakan responden beranggapan bahwa mobil Toyota Avanza tidak dapat dikendarai di berbagai kondisi jalan, menurut beberapa responden yang menggunakan Toyota Avanza untuk berniaga mobil ini kurang sesuai untuk kondisi jalan yang tidak rata, berlubang, dan jalan yang belum diaspal.
2. Untuk memperbaiki pengaruh variabel persepsi manfaat, Toyota Avanza dapat meningkatkan efisiensi bahan bakar pada mesin mobil, dan meningkatkan kapasitas tempat duduk penumpang. Hal ini perlu dilakukan karena sebagian responden beranggapan bahwa mobil Toyota Avanza tidak irit bahan bakar minyak, selain itu sebagian besar responden menggunakan Toyota Avanza dibidang niaga dan jasa transportasi sehingga tingkat keiritan bahan bakar minyak tidak begitu diperhatikan oleh responden melainkan daya tampung mobil yang menjadi prioritas utama.

3. Pada variabel estetika dalam indikator responden yang menyatakan menyukai desain mobil Toyota Avanza perlu ditingkatkan, hal ini dapat dilakukan dengan selalu menciptakan desain terbaru pada mobil Toyota Avanza. Misalnya dengan menambahkan kesan yang lebih modern dan sporty pada desain interior dan eksterior mobil Toyota Avanza, sehingga sesuai bagi keluarga di Indonesia.
4. Pada variabel hiburan dalam mobil Toyota Avanza perlu ditingkatkan. Salah satu hal ini dapat dilakukan dengan menambahkan jenis pilihan mobil Toyota Avanza, khususnya yang sesuai dengan keluarga di Indonesia dan juga untuk kendaraan niaga.
5. Pada variabel ekuitas merek dalam indikator yang menyatakan karakter Toyota Avanza mudah teringat dalam benak konsumen perlu ditingkatkan, hal ini dapat dilakukan dengan cara memberikan perbedaan pada karakteristik desain dan tampilan mobil Toyota Avanza dari merek mobil lainnya.
6. Saran untuk riset yang akan datang lebih diperluas jumlah responden yang akan diteliti, khususnya lebih mengutamakan kriteria responden dengan karakteristik status pekerjaan sebagai pengusaha dan keluarga. Hal ini diperlukan untuk lebih meningkatkan spesifikasi pengguna mobil Toyota Avanza di Bandar Lampung.