

BAB IV

PENUTUP

4.1. Kesimpulan

Dari penelitian yang telah dilakukan oleh penulis terhadap 100 responden konsumen produk Daihatsu Xenia di PT. Karya Zirang Utama Daihatsu Semarang, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

- a. *Brand image* mempengaruhi keputusan pembelian produk Daihatsu Xenia. Hal ini didukung oleh analisis koefisien korelasi yang menunjukkan adanya korelasi kuat antara *brand image* dengan keputusan pembelian dan Uji t yang menunjukkan nilai t hitung lebih besar dibandingkan t tabel. Selain itu, hasil kategorisasi menunjukkan *brand image* Daihatsu Xenia sudah dinilai baik oleh responden. Akan tetapi, terdapat beberapa hal yang dinilai perlu diperbaiki menurut responden yakni, konsumen cenderung kesulitan dalam mengenali merek Daihatsu Xenia, memperhatikan kualitas dan inovasi Daihatsu Xenia, peningkatan kepercayaan pelanggan terhadap produk Daihatsu Xenia. Dengan demikian, apabila hal tersebut diperbaiki dan *brand image* produk Daihatsu Xenia semakin baik maka diharapkan keputusan pembelian Daihatsu Xenia juga ikut meningkat.
- b. Kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian produk Daihatsu Xenia. Hal ini di dukung oleh analisis koefisien korelasi yang menunjukkan adanya korelasi kuat antara kualitas produk dengan keputusan pembelian dan Uji t yang menunjukkan nilai t hitung lebih

besar dibandingkan t tabel. Selain itu, hasil kategorisasi menunjukkan kualitas produk Daihatsu Xenia sudah dinilai baik oleh konsumen. Akan tetapi, terdapat beberapa hal yang dinilai perlu diperbaiki menurut responden yakni, kinerja mesin mobil Daihatsu Xenia yang cenderung kurang bertenaga, ketahanan mobil Daihatsu Xenia di medan yang berat, serta desain mobil Daihatsu Xenia yang cenderung kurang inovatif. Dengan demikian, apabila hal tersebut diperbaiki dan kualitas produk Daihtasu Xenia semakin baik maka diharapkan keputusan pembelian produk Daihatsu Xenia juga ikut meningkat.

- c. *Brand image* dan kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian produk Daihatsu Xenia. Hal ini di dukung oleh analisis koefisien korelasi yang menunjukkan adanya korelasi sangat kuat antara *brand image* dan kualitas produk dengan keputusan pembelian dan Uji F yang menunjukkan nilai F hitung lebih besar dibandingkan F tabel. Selain itu, hasil kategorisasi menunjukkan keputusan pembelian produk Daihatsu Xenia dinilai sangat baik oleh responden. Akan tetapi, terdapat beberapa hal yang dinilai perlu diperbaiki oleh responden yakni, konsumen beranggapan bahwa mobil Daihatsu Xenia tidak lebih unggul dibanding merek lain, konsumen kurang yakin dalam melakukan Keputusan pembelian mobil Daihatsu Xenia, konsumen kurang puas setelah melakukan keputusan pembelian produk Daihatsu Xenia. Dengan demikian, apabila hal tersebut diperbaiki dan *brand*

image serta kualitas produk Daihatsu Xenia semakin baik maka diharapkan keputusan pembelian Daihatsu Xenia juga ikut meningkat.

4.2. Saran

Berdasarkan uraian dan analisis penelitian pada bab sebelumnya maka, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan peneliti untuk PT. Karya Zirang Utama Daihatsu, antara lain:

- a. *Brand image* Daihatsu Xenia sudah dinilai baik oleh responden. Akan tetapi, terdapat 3 poin yang perlu diperbaiki agar *brand image* dapat lebih baik yakni, konsumen cenderung kesulitan dalam mengenali merek Daihatsu Xenia, memperhatikan kualitas dan inovasi Daihatsu Xenia, peningkatan kepercayaan pelanggan terhadap produk Daihatsu Xenia. PT. Karya Zirang Utama Daihatsu dapat melakukan upaya untuk menangani kekurangan tersebut dengan beberapa cara yakni PT. Karya Zirang Utama Daihatsu harus terus meningkatkan kualitas dan fitur Daihatsu Xenia kemudian, memanfaatkan strategi pemasaran yang kreatif dan efektif, memberikan layanan pelanggan yang prima dan menawarkan program loyalitas, tingkatkan kehadiran digital dengan mengoptimalkan website dan aktif di media sosial. dan tampilkan kendaraan di pameran otomotif serta event test drive, kumpulkan ulasan positif dari pelanggan dan tanggapilah ulasan negatif dengan cepat dan profesional. Terakhir, lakukan program CSR yang relevan untuk meningkatkan *brand image* di mata Masyarakat. Dengan demikian,

apabila hal tersebut diperbaiki dan *brand image* produk Daihatsu Xenia semakin baik maka diharapkan keputusan pembelian Daihatsu Xenia juga ikut meningkat.

- b. Kualitas produk Daihatsu Xenia sudah dinilai baik oleh responden. Akan tetapi, terdapat 3 poin yang perlu diperbaiki agar kualitas produk dapat lebih baik yakni, kinerja mesin mobil Daihatsu Xenia yang cenderung kurang bertenaga, ketahanan mobil Daihatsu Xenia di medan yang berat, serta desain mobil Daihatsu Xenia yang cenderung kurang inovatif. PT. Karya Zirang Utama Daihatsu dapat melakukan upaya untuk menangani kekurangan tersebut dengan beberapa cara yakni, menerapkan teknologi terbaru dan inovasi dalam desain kendaraan agar sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Selanjutnya, perbaiki proses kontrol kualitas selama produksi untuk memastikan setiap mobil memenuhi standar yang tinggi, serta aktif mendengarkan umpan balik pelanggan dan menanggapi masukan mereka untuk memperbaiki produk dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan demikian, apabila hal tersebut diperbaiki dan kualitas produk dari produk Daihatsu Xenia semakin baik maka diharapkan keputusan pembelian produk Daihatsu Xenia juga ikut meningkat.
- c. Keputusan pembelian produk Daihatsu Xenia sudah dinilai baik oleh responden. Akan tetapi, terdapat 3 poin yang perlu diperbaiki agar keputusan pembelian konsumen dapat lebih optimal yakni, konsumen beranggapan bahwa mobil Daihatsu Xenia tidak lebih unggul dibanding

merek lain, konsumen kurang yakin dalam melakukan Keputusan pembelian mobil Daihatsu Xenia, konsumen kurang puas setelah melakukan keputusan pembelian mobil Daihatsu Xenia. PT. Karya Zirang Utama Daihatsu dapat melakukan upaya untuk menangani kekurangan tersebut dengan beberapa cara yakni, meningkatkan kualitas produk dengan memperbaiki fitur dan teknologi kendaraan, serta memastikan kontrol kualitas yang ketat selama produksi. Kemudian, perkuat brand image melalui kampanye pemasaran yang menarik dan konsisten, serta aktif dalam berinteraksi dengan pelanggan di media sosial. Berikan pengalaman pelanggan yang memuaskan dengan layanan purna jual yang baik dan tanggap terhadap masukan pelanggan. Dengan demikian, apabila hal tersebut diperbaiki serta *brand image* dan kualitas produk dari produk Daihatsu Xenia semakin baik maka diharapkan keputusan pembelian produk Daihatsu Xenia juga ikut meningkat.