BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini dilakukan karena penulis melihat fenomena peningkatan jumlah penjualan sepeda motor *scootic* dalam 7 tahun terakhir dan mencapai 79,04% di tahun 2016 (data AISI, Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia, www.oto.detik.com, Januari 2017), sehingga menjadikan sepeda motor *scootic* sebagai jenis sepeda motor yang paling diminati masyarakat Indonesia saat ini. Sebagai barang komplementer atau barang pelengkap dari sepeda motor yang mendominasi jumlah kendaraan bermotor masyarakat Indonesia, oli pelumas sepeda motor *scootic* merupakan pasar yang sangat potensial karena permintaan terhadap oli pelumas *scootic* akan meningkat seiring dengan peningkatan jumlah penjualan sepeda motor *scootic*.

Presentase *market share* Evalube *Scootic* YX dan HX sudah semakin menurun sejak tahun 2013, hingga pada tahun 2016 Evalube hanya memiliki *market share* nasional 0,55% untuk kategori sepeda motor *scootic*. Hal ini akan menyebabkan penurunan *market share* Evalube secara keseluruhan dalam kategori kendaraan roda dua/sepeda motor, karena *market share* dari pelumas sepeda motor *scootic* yang sangat potensial tersebut akan diambil oleh pesaing. Dari fenomena dan masalah tersebut, penulis telah melakukan penelitian dan menghasilkan

beberapa kesimpulan dan saran yang akan dibahas pada bab terakhir dalam penelitian ini.

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang diajukan pada bab 1, penelitian terdahulu, kajian teori, kerangka pemikiran dan hipotesis yang menjadi paradigma penelitian pada bab 2, metode penelitian yang digunakan dan telah diuraikan pada bab 3, penelitian yang penulis lakukan melalui kuesioner yang disebarkan, observasi dan wawancara, serta analisis data statistik yang disajikan pada bab 4, maka dalam pembahasan bab 5 ini dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Tanggapan pernyataan responden mengenai *Brand Image* Evalube *Scootic* YX dan HX dapat dikatakan baik. Dari hasil rekapitulasi kuesioner penelitian dapat disimpulkan bahwa *brand image* Evalube *Scootic* YX dan HX menurut responden penelitian ini cukup positif, yaitu produk Evalube *Scootic* YX dan HX mudah didapatkan, memiliki harga yang terjangkau, dan berkualitas. Sementara nilai terendah dari kuesioner menunjukkan bahwa merek Evalube tidak populer di lingkungan responden.

2. Tanggapan pernyataan responden mengenai Iklan Evalube *Scootic* YX dan HX dapat dikatakan baik. Dari hasil rekapitulasi kuesioner penelitian dapat disimpulkan bahwa iklan

Evalube *Scootic* YX dan HX menurut responden penelitian ini cukup baik, yaitu iklan Evalube *Scootic* HX atau YX bagus dan mudah untuk diingat. Sementara nilai terendah dari kuesioner menunjukkan bahwa responden tidak begitu menyukai iklan Evalube *Scootic* YX dan HX.

3. Tanggapan pernyataan responden mengenai Niat Beli Konsumen Evalube *Scootic* YX dan HX dapat dikatakan cukup baik. Dari hasil rekapitulasi kuesioner penelitian dapat disimpulkan bahwa niat beli konsumen Evalube *Scootic* YX dan HX menurut responden penelitian ini cukup baik, karena para responden bersedia dan bermaksud membeli produk Evalube *Scootic* YX atau HX. Sementara nilai terendah dari kuesioner menunjukkan bahwa responden tidak berniat untuk membeli produk Evalube *Scootic* YX atau HX dalam waktu dekat.

4. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa variabel *Brand Image* berpengaruh positif terhadap niat beli konsumen. Hal ini berarti niat beli konsumen dipengaruhi oleh *Brand Image*.

5. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa variabel Iklan berpengaruh positif terhadap niat beli konsumen. Hal ini berarti niat beli konsumen dipengaruhi oleh Iklan.

5.2. Saran

Setelah melakukan penelitian, analisis dan pembahasan maka penulis memberikan saran yang dapat digunakan sebagai masukan bagi perusahaan untuk mengatasi berbagai masalah yang ada, yaitu :

1. Popularitas merek Evalube perlu diperhatikan dan ditingkatkan oleh perusahaan, karena nilainya merupakan nilai terendah dalam variabel *Brand Image*. Hal ini dapat dilakukan dengan pendekatan edukasi (informasi) dan promosi (pemberian *sample* gratis atau diskon) terhadap para konsumen potensial Evalube *Scootic* YX dan HX, yang dilakukan di tempat yang strategis seperti bengkel.
2. Rasa suka pengguna motor *scootic* terhadap iklan Evalube juga perlu ditingkatkan, karena nilainya merupakan nilai terendah dalam variabel Iklan. Hal tersebut dapat dilakukan dengan membuat iklan yang menarik dan disukai konsumen yang akan meningkatkan niat beli konsumen terhadap produk.
3. *Brand Image* yang positif dan Iklan yang menarik harus diciptakan perusahaan untuk dapat meningkatkan niat beli konsumen pada produk Evalube *Scootic* YX dan HX, sehingga kemungkinan terjadinya pembelian aktual terhadap produk akan semakin besar dan dapat meningkatkan penjualan.