

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa penilaian para pelanggan terhadap citra merek produk *Belt Cleaner* Martin mempengaruhi penilaian terhadap produk itu sendiri. Menurut Andreani et al (2012:65) di dalam Jurnal Fitria Engla Sagita, pembelian ulang di pengaruhi oleh faktor citra merek yang positif, karena dengan citra merek yang kuat dapat menyebabkan konsumen menjadi loyal. Sedangkan citra merek tidak memiliki pengaruh terhadap para pelanggan dalam memutuskan membeli atau menggunakan produk *Belt Cleaner* Martin. Kualitas produk memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap keputusan dalam membeli ulang atau menggunakan produk *Belt Cleaner* Martin.

1. Citra merek memiliki pengaruh signifikan dan berhubungan positif terhadap kualitas produk *Belt Cleaner* Martin. Penilaian pelanggan terhadap atribut produk seperti desain produk yang bagus dan menarik, mendapat penilaian yang bagus dari customer, memiliki keunggulan dan ramah terhadap lingkungan mempengaruhi pelanggan secara positif dalam menilai kualitas produk. Citra merek yang digambarkan dengan manfaat yang dirasakan pelanggan terhadap produk dengan kualitas baik, penggantian *sparepart* (*service*) yang mudah dan cepat dan *service* pasca pembelian yang memuaskan mempengaruhi pelanggan dalam memberikan penilaian kualitas produk. Nilai kepribadian merek yang ditunjukkan dengan merek yang sudah terkenal dan mendunia mempengaruhi pelanggan dalam memberikan penilaian terhadap kualitas produk. Menurut Cleland dan Bruno dalam Bilson (2003:51) di dalam Jurnal Fitria Engla Sagita, bahwa yang dipertimbangkan konsumen dalam melakukan pembelian ulang hanya dua bagian yaitu : faktor harga dan bukan harga. Faktor bukan harga terdiri dari faktor produk dan faktor non produk. Faktor produk adalah atribut – atribut yang terkait langsung pada produk, yang terkait produk adalah: merek, tahan lama, desain yang menarik, produk yang bergengsi, pilihan produk yang sesuai dengan

kebutuhan. Sedangkan faktor non produk adalah ketersediaan pasokan produk, produk yang mudah didapatkan.

2. Citra Merek berpengaruh secara signifikan dan berhubungan negatif terhadap keputusan membeli ulang produk *Belt Cleaner* Martin. Citra Merek yang sudah bagus dari produk *Belt Cleaner* Martin belum mampu berpengaruh terhadap keputusan membeli ulang produk *Belt Cleaner* Martin.
3. Kualitas produk berpengaruh secara signifikan dan berhubungan positif terhadap keputusan membeli produk *Belt Cleaner* Martin. Kualitas produk *Belt Cleaner* Martin yang juga dipengaruhi oleh Citra Merek yang sudah bagus memiliki pengaruh yang kuat terhadap keputusan membeli Produk *Belt Cleaner* Martin.

5.2 Implikasi

Implikasi dalam penelitian ini adalah :

1. Citra merek produk *Belt Cleaner* Martin yang baik meskipun tidak berpengaruh secara positif terhadap keputusan membeli ulang sebuah produk, namun citra merek tersebut memiliki pengaruh yang signifikan. Hal ini tentunya bisa menjadi perhatian bagi perusahaan untuk selalu memberikan pelayanan *after sales service* yang prima untuk mempertahankan keunggulan dari pesaing agar konsumen melakukan pembelian ulang produk *Belt Cleaner* Martin.
2. Kualitas produk memiliki pengaruh yang kuat dan positif terhadap keputusan membeli ulang sebuah produk *Belt Cleaner* Martin, menunjukkan bahwa hubungan yang erat antara kualitas produk dengan tingkat penggunaan produk tersebut. Perusahaan harus menjaga kualitas material maupun pelayanan *after sales service*, guna meningkatkan pembelian ulang untuk penggantian (*replacement*) *blade* produk *Belt Cleaner* Martin oleh pelanggan.

5.3 Saran

Berdasarkan kesimpulan maka dapat dikemukakan beberapa saran sebagai berikut :

1. Dalam upaya meningkatkan penjualan produk *Belt Cleaner* Martin, maka perusahaan harus selalu mempertahankan citra merek cara melakukan strategi diferensiasi, yaitu melakukan memberikan *after sales service* yang prima dengan meningkatkan ketersediaan teknisi 24 jam yang berada di dekat lokasi pelanggan.
2. Melakukan *training* secara berkelanjutan kepada tim teknisi yang berguna untuk mempertahankan keahlian (*skill*) yang ada sekaligus meningkatkannya secara bersamaan.
3. Menawarkan kepada pelanggan (*existing*) untuk melakukan *training* secara gratis terkait produk, permasalahan dan solusinya untuk meningkatkan keahlian (*skill*) dan agar pelanggan tetap menggunakan *belt cleaner* martin.
4. Meningkatkan kemampuan marketing dari tim sales agar mampu melakukan analisa secara komprehensif untuk meningkatkan penjualan.
5. Mempersiapkan ketersediaan pasokan *consumable parts* (*blade, frame, etc*) untuk menjaga kebutuhan mendadak dari pelanggan.