

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

Dilandasi dengan hasil penelitian serta pembahasan mengenai variabel kualitas produk dan variabel daya tarik produk pesaing terhadap variabel perpindahan *type* sepeda motor bahan bakar bensin ke sepeda motor listrik yang telah dijabarkan pada bab sebelumnya, berikut ini hasil kesimpulan dari penelitian ini:

5.1 Simpulan

Tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana variabel perpindahan *type* pada sepeda motor bahan bakar bensin ke sepeda motor listrik yang dipengaruhi oleh variabel kualitas produk dan variabel daya tarik produk pesaing. Berikut adalah kesimpulan yang di ambil menurut analisis data yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya dalam penelitian ini:

1. Berdasarkan hasil uji yang sudah dilakukan, secara parsial menunjukkan jika terdapat pengaruh dari variabel kualitas produk (X1) terhadap variabel perpindahan *type* (Y) dari sepeda motor bahan bakar bensin ke sepeda motor listrik. Sehingga bisa dikatakan jika variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel perpindahan *type* dari sepeda motor bahan bakar bensin ke sepeda motor listrik.
2. Berdasarkan hasil uji yang sudah dilakukan, secara parsial menunjukkan jika terdapat pengaruh dari variabel daya tarik produk pesaing (X2) terhadap variabel perpindahan *type* (Y) dari sepeda motor bahan bakar bensin ke sepeda motor listrik. Sehingga bisa dikatakan jika variabel daya tarik produk pesaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel perpindahan *type* dari sepeda motor bahan bakar bensin ke sepeda motor listrik.
3. Variabel kualitas produk dan variabel daya tarik produk pesaing secara bersama-sama kedua variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel perpindahan *type* dari sepeda motor bahan bakar bensin ke sepeda motor

listrik. Nilai *R square* (koefisien determinasi) diperoleh pada penelitian ini dengan nilai sebesar 0,627 atau 63%. Sehingga dapat dikatakan jika penelitian ini memerlukan pengkajian lebih lanjut mengenai elemen yang mempengaruhi perpindahan *type*.

4. Berdasarkan teori perilaku konsumen, ditemukan jika keputusan konsumen berpindah *type* dari sepeda motor bahan bakar bensin ke sepeda motor listrik bukan semata-mata dipengaruhi oleh spesifikasi teknis, tetapi juga persepsi, sikap, dan niat mereka terhadap produk. Penelitian ini memperkuat bahwa kualitas produk dan daya tarik produk pesaing memainkan peran kognitif dan efektif yang signifikan dalam membentuk keputusan tersebut. Dengan demikian, perusahaan sepeda motor listrik perlu memperhatikan dinamika perilaku konsumen secara menyeluruh, tidak hanya meningkatkan kualitas produk secara teknis, tetapi juga menciptakan daya tarik emosional dan persepsi positif agar konsumen terdorong secara konatif untuk berpindah *type*.
5. Berdasarkan *Theory of Planned Behavior* (TPB), keputusan konsumen dalam berpindah *type* dapat dijelaskan melalui niat yang terbentuk dari sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol mereka. Konsumen yang memiliki persepsi positif terhadap kualitas produk motor listrik, memperoleh dorongan dari lingkungan sosial, serta mereka mampu mengakses dan menggunakan motor listrik, cenderung memiliki niat kuat untuk berpindah *type*. Temuan ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang hanya fokus pada produk tidak cukup, melainkan perlu mempertimbangkan ketiga aspek TPB secara bersamaan

5.2 Saran

Berikut ini adalah saran yang dibagikan oleh peneliti yang berhubungan dengan peristiwa pada penelitian ini, dengan harapan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan, sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan
 - a. Pada variabel kualitas produk (X1) perlu diperhatikan kembali, berdasarkan hasil yang didapatkan dari kuesioner dengan indikator kinerja yang memiliki skor sebesar 3,67 merupakan jumlah skor rata-rata terendah. Sehingga dalam hal ini pihak produsen sepeda motor listrik masih perlu meningkatkan kualitas terhadap produknya agar lebih unggul dalam kinerja pada sepeda motor listrik tersebut.
 - b. Pada variabel daya tarik produk pesaing (X2) perlu diperhatikan kembali, berdasarkan hasil yang didapatkan dari kuesioner dengan indikator Kualitas produk yang memiliki nilai sebesar 3,73 merupakan jumlah skor rata-rata dengan nilai terendah. Sehingga dalam hal ini produsen sepeda motor listrik perlu meningkatkan daya tarik produknya dengan memberikan kualitas produk yang sesuai dengan keinginan konsumen di pasar..
 - c. Berdasarkan *Theory of Planned Behavior* (TPB), disarankan agar produsen sepeda motor listrik tidak hanya meningkatkan kualitas produk, tetapi juga membangun citra positif secara sosial (melalui kampanye dan komunitas) dan memastikan kemudahan akses bagi konsumen. Strategi ini akan memperkuat niat konsumen dan mendorong peningkatan perpindahan *type* sesuai dengan prediksi TPB.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Dari hasil *R square* diperoleh nilai sebesar 63% yang artinya variabel kualitas produk dan variabel daya tarik produk pesaing berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel perpindahan *type*, sedangkan sisanya yang bernilai sebesar 37% diperoleh oleh variabel lain yang tidak ikut diteliti dalam penelitian ini. Maka untuk keberhasilan penelitian selanjutnya diharapkan mengkaji referensi dan sumber tambahan terkait variabel bebas lainnya seperti variabel *variety seeking*, kepuasan konsumen, promosi, dan kepercayaan *type* yang berpengaruh terhadap perpindahan *type* dan peneliti lebih mempersiapkan diri dalam pengumpulan dan pengambilan data.