

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana Harga dan kualitas produk memengaruhi minat beli konsumen terhadap motor listrik Polytron di Jabodetabek, dengan citra merek berperan sebagai variabel mediasi. Pemilihan sampel dilakukan menggunakan metode purposive sampling, melibatkan 198 individu yang memenuhi syarat, yaitu berdomisili di Jabodetabek dan mengetahui tentang motor listrik Polytron. Berdasarkan pengolahan data serta pembahasan yang telah dilakukan, dapat dirumuskan sejumlah kesimpulan sebagai berikut:

1. Harga secara tidak signifikan memengaruhi minat beli konsumen terhadap motor listrik Polytron.
2. Kualitas produk secara signifikan memengaruhi minat beli konsumen terhadap motor listrik Polytron.
3. Harga secara signifikan memengaruhi citra merek motor listrik Polytron.
4. Kualitas produk secara signifikan memengaruhi citra merek motor listrik Polytron.
5. Citra merek secara signifikan memengaruhi minat beli konsumen terhadap motor listrik Polytron.
6. Harga mempengaruhi minat beli motor listrik Polytron secara tidak langsung melalui citra merek sebagai variabel mediasi yang signifikan
7. Kualitas produk mempengaruhi minat beli motor listrik Polytron secara tidak langsung melalui citra merek sebagai variabel mediasi yang signifikan

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dipaparkan, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

5.2.1. Bagi Perusahaan

Mengacu pada temuan bahwa kualitas produk dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, serta adanya pengaruh tidak langsung dari harga dan kualitas melalui citra merek, disarankan kepada perusahaan Polytron agar:

1. Pada aspek kualitas, perusahaan disarankan untuk mengembangkan fitur-fitur, misalnya sistem navigasi berbasis aplikasi yang akan terlihat pada layar instrumen *speedometer*, fitur keamanan pintar seperti pelacak GPS yang terhubung ke ponsel. Selain itu, Polytron dapat mengembangkan fitur integrasi ekosistem digital, seperti koneksi dengan aplikasi ponsel yang menampilkan statistik penggunaan baterai dan perawatan berkala, serta menampilkan informasi peringatan dini jika produk tersebut mengalami malfungsi. Inovasi seperti ini akan menciptakan keunggulan kompetitif yang lebih kuat, sekaligus memperkuat citra Polytron sebagai merek modern dan berorientasi pada teknologi.
2. Polytron disarankan untuk menerapkan strategi yang melibatkan edukasi berbasis pengalaman langsung, misalnya melalui program *Test Ride and Compare*, di mana calon konsumen dapat menguji langsung motor listrik Polytron dan membandingkannya dengan merek kompetitor dalam satu sesi yang difasilitasi oleh perusahaan. Ini berbeda dari test ride biasa, karena melibatkan simulasi penggunaan harian, seperti uji tanjakan, efisiensi baterai di rute padat, dan waktu pengisian ulang. Program ini dapat diadakan di titik-titik strategis seperti pusat perbelanjaan, kampus, dan kantor.
3. Salah satu bentuk jaminan yang sebaiknya diberikan oleh Polytron adalah garansi khusus untuk baterai dan sistem kelistrikan, karena komponen ini merupakan bagian paling penting sekaligus paling mahal dari motor listrik. Polytron disarankan memberikan garansi minimal 2 hingga 4 tahun atau hingga jarak tempuh tertentu, seperti 30.000 km, yang mencakup baterai, charger, dan sistem kontrol listrik utama. Hal ini dikarenakan sebagian besar pengguna kendaraan di Jabodetabek untuk jangka panjang. Garansi ini harus mencakup penggantian gratis jika dalam masa pakai kapasitas baterai menurun drastis, misalnya di bawah 70% dari kapasitas awal. Selain itu, perusahaan juga dapat menawarkan layanan pemeriksaan rutin baterai secara gratis di bengkel resmi, untuk memastikan performa kendaraan tetap optimal.

5.2.2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi penelitian yang akan datang terkait topik ini, disarankan agar peneliti mempertimbangkan variabel lain yang relevan, seperti aspek layanan purna jual, inovasi produk, pengalaman pelanggan, dan strategi branding lainnya. Penambahan variabel tersebut dapat memperluas pemahaman mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat beli dan memperkaya analisis tentang posisi merek Polytron di pasar motor listrik Jabodetabek. Selain itu, diperlukan juga penelitian yang melibatkan sampel dari wilayah yang lebih luas atau berbeda agar hasil penelitian menjadi lebih generalisasi dan dapat dijadikan dasar pengambilan strategi pemasaran yang lebih efektif.