

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan melalui alat bantu program SPSS 11.0, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Secara simultan *product positioning* dengan pendekatan *position on benefits* berpengaruh terhadap *brand image*, hal ini terlihat ddari nilai pada ANOVA di mana signifikan $(0,000) < \alpha (0,05)$ atau $F (24,688) > F_{\text{tabel}} (2,17)$, yang berarti H_0 ditolak, dan diperoleh secara simultan mengalami berpengaruh secara individu terlihat pada :

Variabel daya (x_1) nilai signifikan $(0,002) < \alpha (0,05)$; variabel selip (x_2) nilai signifikan $(0,000) < \alpha (0,05)$; variabel stabil (x_3) nilai signifikan $(0,014) < \alpha (0,05)$; variabel permukaan (x_4) nilai signifikan $(0,018) < \alpha (0,05)$; variabel awet (x_5) nilai signifikan $(0,014) < \alpha (0,05)$; variabel bising (x_6) nilai signifikan $(0,342) > \alpha (0,05)$; dan variabel cengkeram (x_7) nilai signifikan $(0,017) < \alpha (0,05)$.

Dapat disimpulkan secara individu yang tidak berpengaruh terhadap *brand image*, hanyalah variabel bising (x_6) karena nilai signifikan $(0,342) > \alpha (0,05)$.

2. Yang paling dominant berpengaruh terhadap *brand image* adalah variabel selip (x_2) nilai signifikan $(0,000) < \alpha (0,05)$, karena nilai t_{hitung} sebesar $(4,918)$ paling tinggi nilainya dibanding dengan nilai t_{hitung} variabel yang lain, atau

dilihat dari nilai r^2 parsial sebesar (0,512) yang nilainya lebih tinggi dibanding nilai r^2 parsial variabel yang lain.

5.2. Saran

Terdapat beberapa saran yang dapat disampaikan baik untuk P.T. Bridgestone Tire Indonesia selaku produsen ban radial Bridgestone Regno maupun badan usaha sejenis lainnya, yaitu sebagai berikut :

1. P.T. Bridgestone Tire Indonesia hendaknya mempertahankan kualitas produk yang ada sekarang dan bahkan melakukan peningkatan kualitas untuk menyesuaikan dengan kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen yang selalu berubah dan berkembang serta mempertahankan bahkan meningkatkan manfaat-manfaat dari ban radial Bridgestone Regno.
2. P.T. Bridgestone Tire Indonesia hendaknya melakukan beberapa perbaikan seperti meningkatkan kualitas produk melalui pengembangan teknologi baru dalam proses pembuatan ban radial, sehingga nantinya dapat mengurangi tingkat kebisingan yang timbul dari telapak ban radial Bridgestone Regno, serta memperluas saluran distribusinya sehingga produknya mudah didapatkan di berbagai toko ban di Surabaya atau menyebarkan informasi melalui iklan di berbagai media cetak mengenai toko-toko ban di Surabaya yang menyediakan ban radial Bridgestone Regno.
3. Bagi badan usaha lain yang sejenis, hendaknya menetapkan *product positioning* secara tepat supaya produknya mempunyai *brand image* yang sesuai di mata konsumen. Oleh karena itu, bagi badan usaha lain yang

memproduksi ban radial harus memperhatikan strategi *positioning* yang akan dijalankan. Dengan menyesuaikan *product positioning* dengan target pasar akan tercipta *brand image* yang sesuai di benak konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A., 1991, *Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand Name*, The Free Press; A Division of Macmillan Inc., New York.
- Assael, Henry, 1995, *Consumer Behavior and Marketing Actions*, 5th ed, PWS Kent Publishing Company, Boston.
- Keegan, Waren et. al., 1995, *Marketing*, 2nd ed, Prentice-Hall Inc., New Jersey.
- Keller, Kevin L., 1993, "Conceptualizing, Measuring, and Managing Customer Based Brand Equity", *Journal of Marketing*.
- Kotler, Philip and Armstrong, Gary, 1996, *Principles of Marketing*, 7th ed, Prentice-Hall International Inc., New Jersey.
- Newbold, Paul, 1995, *Statistics for Business and Economics*, 4th ed, Prentice-Hall, Inc., Englewood Cliffs, New Jersey.
- Ries, Al and Trout, Jack, 1986, *Positioning: The Battle for Your Mind*, McGraw-Hill Inc., New York.
- Schiffman, Leon G. and Kanuk, Leslie L., 1997, *Consumer Behavior*, 6th ed, Prentice-Hall Inc., New Jersey.
- Sinclair, Steven A., 1992, *Forest Products Marketing*, McGraw-Hill Inc.
- Tjiptono, Fandy, 2002, *Strategi Pemasaran*, Andi, Yogyakarta.
- _____, 11 Mei 2004, *Indocommercial*, No. 233.