



## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan untuk menjawab tujuan penelitian yang ada mengenai pengaruh fasilitas, harga, dan kepercayaan merek terhadap minat beli konsumen mobil listrik di Indonesia, maka didapatkan kesimpulan bahwa :

1. Fasilitas mobil listrik bertenaga baterai yang ada di Indonesia berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen kelas menengah ke atas yang ada di Bekasi. Dengan kata lain, semakin banyak dan semakin baik fasilitas yang ditawarkan dan disediakan, akan meningkatkan minat beli konsumen terhadap mobil listrik bertenaga baterai yang ada di Indonesia.
2. Presepsi Harga mobil listrik bertenaga baterai yang ada di Indonesia berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen kelas menengah ke atas yang ada di Bekasi. Dengan kata lain, setiap penurunan harga dan variasi harga yang dapat merubah presepsi konsumen terhadap harga mobil listrik dapat meningkatkan minat beli.
3. Kepercayaan merek mobil listrik bertenaga baterai yang ada di Indonesia berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen kelas menengah ke atas yang ada di Bekasi. Dengan kata lain, setiap hal yang dilakukan perusahaan guna meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap merek yang memasarkan mobil listrik bertenaga baterai di Indonesia dapat meningkatkan minat beli.

©

Hak cipta milik IBKKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



- B. Saran**
- 1. Bagi Perusahaan**
- Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**
- Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**
- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
- a. Fasilitas adalah suatu hal yang penting yang sangat mempengaruhi minat beli konsumen, terutama terhadap mobil listrik bertenaga baterai karena mobil listrik merupakan sebuah produk yang belum lama di kenal di Indonesia. Perusahaan harus bersedia untuk memperbanyak dan meningkatkan kualitas fasilitas dan kelengkapan untuk mempermudah penggunaan mobil listrik bertenaga baterai, seperti contohnya menambah pengisian daya baterai di lokasi yang ramai di kunjungi seperti Pusat Perbelanjaan, Mall, Cafe, dan lain-lain. Lalu perusahaan juga dapat meningkatkan kualitas pengisian daya baterai seperti mempercepat pengisian daya sehingga dapat memberikan kemudahan kepada konsumen.
- b. Presepsi konsumen terhadap harga dari mobil listrik bertenaga baterai juga sangat penting untuk mempengaruhi minat beli dari konsumen. Banyak mobil listrik yang ada di pasar Indonesia memiliki kualitas yang sangat baik sehingga memiliki harga yang mahal. Walaupun hal tersebut sesuai dengan kualitas yang di dapatkan, tetapi jika seluruh mobil listrik memiliki harga yang tinggi, hal tersebut dapat mempengaruhi presepsi konsumen terhadap harga mobil listrik di Indonesia. Hal ini dapat di hindari dengan membuat beberapa sektor pasar yang sesuai dengan tingkat ekonomi konsumen, hal ini juga untuk memberikan persaingan dan perbandingan terhadap mobil konvensional yang nyaman bermain di pasar kelas menengah kebawah. Tentu saja tujuan utama untuk membuat konsumen memiliki presepsi yang baik tentang harga dari mobil listrik bertenaga baterai di Indonesia.



- c. Kepercayaan terhadap suatu merek seringkali menjadi penentu minat beli konsumen terhadap suatu produk, jika konsumen merasa kurang percaya terhadap suatu merek, minat beli konsumen terhadap suatu produk akan berkurang, maka dari itu, perusahaan harus bisa memanfaatkan peluang apapun untuk meningkatkan kepercayaan terhadap merek dan juga memberikan rasa aman kepada konsumen yang memiliki minat beli terhadap mobil listrik. Karena mobil listrik merupakan sesuatu yang baru di Indonesia, ada banyak ketakutan yang muncul dari orang yang memiliki minat beli mobil listrik seperti, baterai yang tidak awet. Hal itu dapat menjadi peluang bagi perusahaan untuk meyakinkan konsumen dengan memberikan garansi baterai ataupun service sehingga konsumen mulai bisa percaya terhadap merek sehingga dapat meningkatkan minat beli konsumen.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

**(C) Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**



**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.