

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil penelitian dan pembahasan mengenai analisis pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian, maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji t (uji secara parsial) pada masing – masing variabel independen, yaitu citra merek dan kualitas produk dengan signifikan memberikan kontribusi yang besar terhadap variabel keputusan pembelian, hasil terlihat berdasarkan nilai signifikansi berada $< 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa secara individu citra merek dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mobil merek Toyota Agya di Bekasi.
2. Berdasarkan hasil uji t (uji secara parsial) diketahui bahwa variabel citra merek merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut terlihat dari nilai *standardized coefficient beta* sebesar 0,451.
3. Berdasarkan hasil uji F (uji secara simultan) ditemukan bahwa seluruh variabel independen, yaitu citra merek dan kualitas produk secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian mobil merek Toyota Agya di Bekasi.

5.2 Implikasi

Berdasarkan penelitian ditemukan bahwa secara parsial menyatakan bahwa variabel citra merek dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti membuktikan bahwa semakin meningkatnya citra merek dan kualitas produk, maka keputusan pembelian terhadap mobil merek Toyota Agya secara signifikan akan semakin meningkat. Berdasarkan hasil penelitian tersebut maka perusahaan perlu melakukan peningkatan dalam hal meningkatkan citra merek dan kualitas

produk yang lebih baik lagi sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian mobil merek Toyota Agya di Bekasi.

5.3 Saran

Dari hasil penelitian ini, maka penulis ingin memberikan beberapa saran yang dapat disampaikan, yaitu:

1. Bagi Perusahaan

- a. Perusahaan Toyota perlu melakukan peningkatan dari segi citra merek. Karena semakin baiknya citra merek dari sebuah produk, maka masyarakat akan lebih memilih merek tersebut daripada merek yang lain.
- b. Perusahaan Toyota perlu melakukan inovasi untuk perkembangan dan kesempurnaan produknya di masa yang akan datang. Karena masyarakat bukan hanya memilih produk dari citra merek yang baik saja, tapi juga memilih kualitas dari produk yang baik tersebut.
- c. Perusahaan Toyota perlu melakukan riset keputusan pembelian lebih lanjut, karena masih ada faktor lain yang belum dijelaskan dalam penelitian ini.

2. Bagi Akademis

- a. Bagi pihak yang ingin melakukan penelitian selanjutnya dengan penelitian sejenis diharapkan untuk menambah variabel atau meneliti faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.
- b. Lebih teliti lagi dalam pemilihan teori dan pembuatan kuesioner, agar lebih baik lagi dalam hasil penelitian.
- c. Untuk memperkuat hasil penelitian serupa diharapkan peneliti mendampingi responden ketika melakukan proses pengisian kuesioner tersebut.