

BAB. V

SIMPULAN DAN SARAN

V.1 Simpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Citra merek mampu memberikan kontribusi terhadap peningkatan keputusan pembelian Honda Brio di Bogor. Berarti berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa pemilik mobil Honda Brio di Bogor memperhitungkan citra merek yang baik meliputi pengenalan, reputasi, daya tarik, dan kesetiaan pada saat membuat keputusan pembelian. Sehingga hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang dibuat oleh peneliti, yakni citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian mobil Honda Brio.
2. Kualitas produk mampu memberikan kontribusi terhadap peningkatan keputusan pembelian Honda Brio di Bogor. Berarti berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa pemilik mobil Honda Brio di Bogor memperhitungkan kualitas produk yang baik meliputi daya tahan, kinerja, kesesuaian dengan spesifikasi, dan estetika pada saat membuat keputusan pembelian. Sehingga hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang dibuat oleh peneliti, yakni kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian mobil Honda Brio.
3. Harga mampu memberikan kontribusi terhadap peningkatan keputusan pembelian Honda Brio di Bogor. Berarti berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa pemilik mobil Honda Brio di Bogor memperhitungkan harga meliputi keterjangkauan harga, daya saing harga, kesesuaian harga dengan manfaat dan kualitas produk pada saat membuat keputusan pembelian. Sehingga hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang dibuat oleh peneliti, yakni harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian mobil Honda Brio.

V.2 Saran

Dari hasil pembahasan dan kesimpulan yang telah peneliti jabarkan sebelumnya, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut :

1. Dalam penelitian ini Kualitas produk melalui desain mampu memberikan kontribusi paling besar terhadap peningkatan keputusan pembelian mobil Honda Brio, sehingga kualitas produk menjadi fokus utama Honda untuk dipertahankan ataupun sebisa mungkin meningkatkan kualitas produk untuk mendorong lebih jauh peningkatan keputusan pembelian mobil Honda Brio dengan cara meningkatkan daya tahan, kinerja, kesesuaian dengan spesifikasi, dan estetika mobil Honda Brio. Sedangkan citra merek memberikan kontribusi paling rendah terhadap peningkatan keputusan pembelian mobil Honda Brio sehingga Honda harus meningkatkan citra merek dengan cara meningkatkan pengenalan, reputasi, daya tarik, dan kesetiaan pelanggan terhadap Honda Brio. Selanjutnya harga dari mobil Honda Brio memiliki kontribusi yang cukup baik sehingga harus dipertahankan dan sebisa mungkin ditingkatkan dengan cara meningkatkan keterjangkauan harga, daya saing harga, serta kesesuaian harga dengan manfaat dan kualitas.
2. Peneliti memberikan saran kepada peneliti selanjutnya yang akan membahas mengenai keputusan pembelian agar menambahkan variabel dalam penelitiannya untuk menunjukkan pengaruh lain yang dapat memengaruhi keputusan pembelian. variabel lain yang dimaksud seperti promosi, perilaku pembelian, dan lokasi. Selain itu untuk peneliti selanjutnya diharapkan untuk memilih lokasi dan objek penelitian lain. Hal tersebut bertujuan agar dalam penelitian selanjutnya agar berbeda dengan penelitian terdahulu serta memberikan inovasi dan keterbaruan.