

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### V.1. Simpulan

Penelitian ini telah dilakukan dengan menggunakan alat bantu *SmartPLS 3.0* kemudian telah diperoleh hasil mengenai pengaruh citra merek, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian mobil Toyota Agya di Kota Depok, seluruh kesimpulan dari pembahasan penelitian ini dituangkan sebagai berikut:

1. Citra merek tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Dapat dilihat uji  $t$  yaitu nilai  $t_{hitung} 1,487 < t_{tabel} 1,671$  dengan  $P$  values lebih besar dari tingkat kesalahan yaitu  $0,138 > 0,05$  dan original sampel sebesar  $0,342$  yaitu tidak memiliki pengaruh. Sehingga konsumen tidak memperhatikan citra merek dalam proses penentuan keputusan pembelian mobil khususnya dalam skema LCGC yang dalam penelitian ini ialah Toyota Agya.
2. Kualitas Produk memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil uji  $t$  yaitu nilai  $t_{hitung} 2,914 > t_{tabel} 1,671$  dengan  $P$  values lebih kecil dari tingkat kesalahan yaitu  $0,004 < 0,05$  dan original sampel sebesar  $0,328$  yang mana diartikan bahwa memiliki pengaruh positif serta signifikan. Sehingga dapat diartikan bahwa konsumen produk Toyota khususnya Toyota agya dalam skema LCGC memperhatikan kualitas dari produk yang mereka beli saat melakukan keputusan pembelian.
3. Harga memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dapat dilihat dari hasil uji  $t$  yaitu nilai  $t_{hitung} 2,081 > t_{tabel} 1,671$  dengan  $P$  values lebih kecil dari tingkat kesalahan yaitu  $0,038 < 0,05$  dan original sampel sebesar  $0,327$  yang mana diartikan bahwa memiliki pengaruh positif serta signifikan.

## V.2. Saran

Dari kesimpulan diatas, peneliti memiliki saran yang dapat disampaikan kepada pihak terkait, antara lain:

1. Saran dari peneliti yang ditujukan untuk perusahaan terkait khususnya PT Toyota Astra Motor dalam melakukan pemasaran produknya disarankan agar melakukan analisis mengenai faktor apa saja yang berpengaruh bagi konsumen maupun calon konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Secara rinci faktor yang dibahas dalam penelitian ini dapat dijadikan acuan untuk melakukan analisis lebih lanjut. Peneliti menyarankan melakukan strategi dalam kualitas produk dan harga karena memiliki tingkat pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan citra merek tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Perusahaan perlu melakukan inovasi dalam kualitas produk, karena memiliki pengaruh yang tergolong tinggi, dengan begitu memiliki kemungkinan tinggi untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Kemudian variabel harga, konsumen memilih jawaban tinggi untuk kesesuaian harga dengan kualitas yang didapat, kemudian juga penerapan harga yang dapat bersaing juga menentukan tingkat keputusan pembelian konsumen.
2. Saran dari peneliti untuk penelitian yang akan dilakukan mendatang oleh peneliti lain, diperlukan pertimbangan serta analisis lebih lanjut dalam melakukan penentuan variabel yang akan digunakan kembali. Selanjutnya peneliti menyarankan penggunaan variabel selain dari yang digunakan dalam penelitian ini guna mengembangkan jangkauan penelitian. Dan apabila ingin menggunakan variabel yang sama diharapkan melakukan di wilayah lain agar penelitian yang dilakukan merata bukan hanya terpusat di suatu wilayah.

## V.3. Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat kekurangan serta keterbatasan yang dihadapi pada saat menjalankan penelitian, kekurangan dan keterbatasan tersebut antara lain:

1. Responden yang merupakan konsumen mobil Toyota Agya yang didapat terbatas dengan sampel 72 responden sehingga tidak dapat mencapai keseluruhan konsumen Toyota Agya yang ada di Kota Depok.
2. Kuesioner dibagikan sebagian besar yang ditemui di bengkel resmi Toyota Auto200 yang ada di wilayah Kota Depok, dikarenakan keterbatasan waktu, konsumen yang tidak ditemui pada periode pengumpulan data tidak dapat terdaftar jawabannya.
3. Variabel yang digunakan juga terbatas hanya variabel keputusan pembelian, citra merek, kualitas produk, dan harga yang digunakan dalam penelitian Toyota Agya ini. Peneliti berharap pada penelitian selanjutnya dapat menyempurnakan penelitian ini baik dengan variabel yang sama atau menggunakan variabel dan tolak ukur yang berbeda.