

BAB V

PENUTUP

V.1 Simpulan

Setelah melakukan serangkaian penelitian dan pengujian hipotesis pada pengaruh promosi, kualitas produk, dan harga terhadap minat beli Toyota Agya, maka penulis akan dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

- a. Promosi pada mobil Toyota Agya berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli sebesar *t statistic* 3,291. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik promosi maka semakin tinggi minat beli yang dirasakan responden terhadap produk tersebut. Maka hipotesis pada H_1 diterima.
- b. Kualitas produk pada mobil Toyota Agya berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli *t statistic* 2,445. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas produk maka semakin besar minat konsumen untuk membeli produk tersebut. Maka hipotesis pada H_2 diterima.
- c. Harga pada mobil Toyota Agya tidak berpengaruh signifikan namun memiliki pengaruh yang positif terhadap minat beli sebesar *t statistic* 1,634. Hal ini menunjukkan bahwa harga tidak mempengaruhi konsumen untuk membeli produk tersebut. Maka hipotesis pada H_3 ditolak.

V.2 Saran

Saran yang dapat penulis berikan adalah berdasarkan pada uraian dari kesimpulan diatas, yaitu sebagai berikut:

- a. Pada minat beli dipengaruhi secara signifikan oleh promosi dan kualitas produk, sedangkan pada variabel harga tidak signifikan. Maka untuk penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan menggunakan variabel yang berbeda selain variabel harga.
- b. Untuk penelitian selanjutnya dapat disarankan dapat menggunakan populasi yang lebih luas.