

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **V.1 Simpulan**

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan melalui analisis *Partial Least Square* (PLS) mengenai Keputusan Pembelian Mobil Toyota Kijang Innova di Kecamatan Cinere, Depok, maka dapat ditarik suatu kesimpulan sebagai berikut:

- a. Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Mobil Kijang Innova di Kecamatan Cinere, Depok. Artinya, produk dapat mempengaruhi keputusan pembelian pada pengguna Mobil Kijang Innova di Kecamatan Cinere, Depok.
- b. *Personal Selling* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Mobil Kijang Innova di Kecamatan Cinere, Depok. Artinya, *personal selling* sebagai salah satu faktor penentu saat konsumen ingin melakukan keputusan pembelian Mobil Kijang Innova di Kecamatan Cinere, Depok dan memiliki pengaruh yang baik dalam meningkatkan keputusan pembelian Mobil Kijang Innova.
- c. Promosi Penjualan tidak memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian Mobil Kijang Innova di Kecamatan Cinere, Depok. Artinya, promosi penjualan memiliki pengaruh yang kurang baik terhadap keputusan pembelian pada pengguna Mobil Kijang Innova di Kecamatan Cinere, Depok.

#### **V.2 Saran**

Berdasarkan uraian kesimpulan di atas, maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut:

- a. Keputusan pembelian merupakan salah satu penyebab yang dapat menurunkan penjualan dan pendapatan suatu perusahaan, maka untuk mengurangi atau menghindari keputusan pembelian perusahaan Toyota perlu menetapkan strategi produk dalam melakukan inovasi terhadap

produk yang berkualitas sehingga dapat meningkatkan loyalitas dan penjualan.

- b. Pada variabel *personal selling*, peneliti menyarankan untuk perusahaan Toyota dalam melakukan pemasaran harus meningkatkan pekerja atau salesnya dalam menyampaikan pesan yang jelas dan mudah dimengerti konsumen sehingga konsumen akan tertarik dan ingin melakukan keputusan pembelian.
- c. Pada variabel promosi penjualan, peneliti menyarankan untuk perusahaan Toyota dengan meningkatkan promosi penjualan dari mobil Kijang Innova akan mempengaruhi dan memperkuat hubungan terhadap keputusan pembelian. Menerapkan event serta acara yang menjadikan perusahaan sebagai sponsor atau hadiah utama doorprize terhadap produknya yang pada akhirnya membuat masyarakat semakin yakin terhadap keunggulan produk Mobil Kijang Innova sehingga muncul keputusan untuk membeli produknya.
- d. Saran lain dari penulis adalah penelitian selanjutnya diharapkan agar dapat menambahkan beberapa variabel diluar variabel bebas lain yang lebih bervariasi untuk mengetahui pengaruh-pengaruh variabel keputusan pembelian secara lebih mendalam untuk menambahkan kesempurnaan penelitian dalam bidang otomotif dan hasilnya mungkin akan berbeda. Kemudian penelitian selanjutnya juga dapat menggunakan metode lain untuk meneliti yang mempengaruhi keputusan pembelian.