

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN



Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

A. Kesimpulan

Setelah melakukan penelitian mengenai green produk dan citra merek terhadap perilaku pembelian konsumen Toyota Agya di kabupaten bekasi, maka kesimpulan yang diperoleh adalah:

1. Green Produk memiliki berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku pembelian konsumen.
2. Citra Merek sudah memiliki berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku pembelian konsumen.

B. Saran

Berdasarkan simpulan serta pembahasan dan hasil penelitian mengenai “**Pengaruh Green Produk dan Citra Merek terhadap Perilaku Pembelian mobil Toyota Agya di Kabupaten Bekasi**”, dapat diberikan saran sebagai berikut:

1. Konsep green produk yang diterapkan Toyota Agya sudah baik. Lebih lanjut Toyota diharapkan dapat terus mengembangkan produknya yang lebih mengedepankan keramah lingkungan. Hal ini dapat dilakukan dengan penggunaan bahan baku produk yang ramah lingkungan serta dapat membantu pengurangan polusi yang diciptakan oleh kendaraan probadi.
2. Melihat harga yang relative murah dan sudah berlabel green car membuat mobil Toyota Agya sudah menjadi produk yang baik. Dimana hal ini dilihat dari banyaknya pengguna mobil Toyota Agya yang ada di Indonesia.
3. Toyota perlu memfokuskan kebijakan pemasarannya pada usaha untuk mempertahankan atau memelihara serta meningkatkan green produk yang



terdapat pada mobil Toyota Agya. Selain itu Toyota diharapkan terus meningkatkan teknologi dan inovasi, serta menyediakan suku cadang yang mudah diperoleh perlu dilakukan oleh pihak perusahaan

4. Toyota diharapkan dapat lebih menunjukkan konsep green produk yang diusungnya dengan promosi atau iklan yang lebih mengedepankan konsep keramah lingkungannya.
5. Perusahaan diharapkan dapat terus meningkatkan dan mempertahankan citra dari perusahaan itu sendiri dan juga citra dari produk-produk yang dihasilkan. Perusahaan diharapkan agar dapat memahami karakteristik dari setiap konsumennya dan apa saja yang mereka butuhkan dan inginkan agar kedepannya Toyota dapat lebih mencerminkan citra mereknya.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.