**BAB V**

**SIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini, akan dibahas mengenai simpulan berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti sesuai dengan analisis yang dilakukan oleh peneliti terhadap hasil data yang diperoleh dari penelitian. Setelah peneliti memberikan simpulan terhadap penelitian ini, maka peneliti akan memberikan saran dari penelitian ini serta saran yang berguna bagi penelitian berikutnya terkait dengan variabel-variabel pada penelitian ini.

**A. Simpulan**

Setelah melakukan pengolahan data dan melakukan analisis yang bersumber dari kuesioner yang telah disebarkan kepada 110 responden, dimana responden merupakan pengguna mobil Toyota yang ada di DKI Jakarta, maka peneliti dapat menarik simpulan sebagai berikut

* + - 1. Harga yang ditetapkan oleh Toyota terhadap produk mobilnya telah sesuai. Karena kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, kesesuaian harga dengan manfaat, dan potongan harga khusus mendapatkan tanggapan dengan rata-rata yang tinggi dari responden.
			2. Produk mobil Toyota berkualitas. Karena daya tahan produk, kesesuaian produk, kemudahan penggunaan, dan kecanggihan produk mendapatkan tanggapan dengan rata-rata yang tinggi dari responden.
			3. Layanan yang diberikan oleh Toyota berkualitas. Karena keandalan, daya tanggap, jaminan, kepeduliaan, dan *Tangibles* mendapatkan tanggapan dengan rata-rata yang tinggi dari responden.
			4. Persepsi kualitas produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas konsumen mobil Toyota yang ada di DKI Jakarta.
			5. Persepsi kualitas layanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas konsumen mobil Toyota yang ada di DKI Jakarta.
			6. Kesesuaian harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas konsumen mobil Toyota yang ada di DKI Jakarta.
1. **Saran**

Berdasarkan simpulan dan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki keterbatasan, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut

1. Kepada PT. Toyota Astra Motor selaku produsen mobil Toyota untuk lebih meningkatkan kualitas dari produk yang dihasilkan. Karena jika dilihat dari hasil penelitian yang telah dilakukan, persepsi kualitas produk merupakan variabel yag memberikan pengaruh paling kecil dan yang memberikan pengaruh terbesar adalah kesesuaian harga. Sehingga dapat dikatakan sebagian besar pelanggan mobil Toyota masih sangat sensitif terhadap harga, yang sangat mungkin untuk beralih ke merek lain jika ada yang memberikan harga yang lebih murah. Oleh sebab itu peningkatan kualitas produk sangatlah diperlukan agar terbangun loyalitas konsumen yang didasari oleh kualitas produk, sehingga kemungkinan pelanggan untuk beralih ke merk lain lebih kecil karena takut tidak mendapatkan kualitas produk yang baik dan Toyota akan memiliki keunggulan bersaing dipasar karena sulitnya kompetitor untuk memberikan kualitas produk yang serupa.
2. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini hanya terbatas pada kesesuaian harga, persepsi kualitas produk, persepsi kualitas layanan, dan loyalitas konsumen. Pada penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel citra merek untuk mengetahui citra Toyota dimasyarakat, sehingga penelitian dapat menjadi lebih kompleks dan menghasilkan penelitian yang lebih baik.