



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pengujian hipotesis yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. *Sales promotion* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mobil Toyota di Jakarta. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa semakin baik penerapan konsep *sales promotion* dari Toyota maka akan semakin tinggi minat konsumen untuk melakukan pembelian mobil Toyota di Jakarta.

2. *Brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mobil Toyota di Jakarta. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa semakin baik penerapan konsep *brand image* dari Toyota maka akan semakin tinggi minat konsumen untuk melakukan pembelian mobil Toyota di Jakarta.

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, berikut ini adalah saran yang dapat diberikan oleh peneliti kepada pihak Toyota, antara lain :

1. Sebaiknya Toyota memberikan paket *bundling* dan promosi pameran yang dikemas dengan lebih menarik bagi konsumen agar penjualan dapat lebih meningkat, seperti dengan menawarkan paket promo dengan harga yang lebih menguntungkan bagi konsumen dibandingkan dengan perusahaan di industri serupa.

2. Melakukan sosialisasi yang lebih aktif lagi terhadap program *after sales service* yang dijalankan oleh Toyota dan hadirnya *virtual assistance TASIA* yang diciptakan dengan tujuan untuk memudahkan mengatasi masalah yang terjadi pada konsumen dengan cepat sehingga lebih banyak konsumen yang akan merasa terbantu.