



## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN



#### A. Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil analisis dan pembahasan yang dilakukan oleh peneliti pada bab IV, maka peneliti menarik beberapa kesimpulan yang menjawab batasan masalah dan tujuan penelitian pada bab I sebagai berikut:

- 1 Citra merek tidak berpengaruh positif dan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Konsumen *New Toyota Kijang Innova* di Jakarta Utara, dengan kata lain citra merek tidak berperan penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.
- 2 Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen *New Toyota Kijang Innova* di Jakarta Utara, dengan kata lain kualitas produk berperan penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.
- 3 Citra merek tidak berpengaruh positif dan tidak berpengaruh signifikan sedangkan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen *New Toyota Kijang Innova* di Jakarta utara, dengan kata lain citra merek tidak berperan dalam keputusan pembelian konsumen sedangkan kualitas produk berperan dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

#### B. Saran

Berdasarkan pada kesimpulan serta hasil analisis dan pembahasan yang dilakukan oleh peneliti pada bab IV, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

- 1 Bagi Perusahaan



Perusahaan Toyota harus lebih memperhatikan indikator-indikator citra merek

**C** mengenai kekuatan, kesukaan, keunikan *New* kijang innova agar kijang innova memiliki citra merek yang baik dan berkesan di mata konsumen karena Citra merek suatu produk sangatlah penting bagi konsumen yang akan membeli produk tersebut.

Kualitas produk *New* Toyota kijang Innova juga harus tetap ditingkatkan agar tetap memiliki kualitas produk yang baik peningkatan kualitas di bagian mesin dan ketahanan mesin perlu diperhatikan oleh Toyota sehingga kualitas produk kijang innova lebih baik lagi dari sebelumnya karena Kualitas sebuah produk akan sangat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen produk tersebut.

## 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian selanjutnya dapat menggunakan variabel independent lain seperti promosi, harga, kepercayaan merek, dan sebagainya, karena hasil penelitian ini masih dapat dipengaruhi oleh variabel lainnya. Dan juga penelitian ini juga memiliki keterbatasan dalam subjek penelitian, yaitu hanya konsumen yang pernah membeli dan menggunakan produk Toyota kijang innova. Ada baiknya apabila penelitian selanjutnya dapat menggunakan subjek penelitian yang lebih luas.

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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.