



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. Kesimpulan

Dari analisis data yang dilakukan pada penelitian “pengaruh Citra Merek, Promosi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian mobil merek Toyota Avanza di Kelapa Gading Jakarta Utara” dapat diambil kesimpulan sebagai berikut

1. Citra merek yang terdiri dari kekuatan, keunikan dan *Favorable* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian mobil merek Toyota Avanza
2. Promosi yang terdiri dari *advertising, sales promotion, direct marketing* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian mobil merek Toyota Avanza
3. Harga yang terdiri dari keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, kesesuaian harga dengan manfaat berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian mobil merek Toyota Avanza

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan dan seluruh pembahasan yang telah dijabarkan sebelumnya maka saran yang diberikan oleh peneliti sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

- a. Dari penelitian ini terbukti bahwa citra merek yang paling berpengaruh terhadap keputusan mobil Toyota Avanza dimana citra merek Toyota Avanza sudah dikenal oleh masyarakat dengan baik dan sudah mampu bersaing dengan kompetitor terutama di daerah Kelapa Gading Jakarta Utara yang peneliti telah teliti. Dimana rata-rata citra merek termasuk yang paling menentukan tingginya keputusan pembelian dengan skor rata-rata yang sudah sesuai atau baik. Maka dari itu Toyota harus memperhatikan citra merek

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.



Toyota Avanza di kalangan masyarakat dan memperhatikan kompetitor Toyota Avanza untuk meningkatkan Keputusan pembelian.

- b. Dari penelitian ini terbukti bahwa promosi dan harga berpengaruh secara positif terhadap keputusan pembelian. Pada penelitian ini promosi dan harga yang dilakukan sudah dalam taraf yang baik dan sesuai, namun dalam penelitian yang dilakukan promosi mempunyai skor rata rata terendah dibandingkan dengan variabel lainya yang mempunyai skor rata – rata yang sudah tergolong efektif namun belum maksimal, yang seharusnya menurut peneliti promosi merupakan variabel yang seharusnya sangat mempengaruhi keputusan pembelian. Dari penelitian ini , peneliti menyarankan kepada perusahaan untuk memperbaiki promosi yang dilakukan , karena promosi merupakan suatu komunikasi yang dilakukan perusahaan terhadap konsumen yang akan meningkatkan keputusan pembelian pelanggan terutama dalam hal pemasangan iklan audio visual yang menarik. skor tersebut sudah mencakup baik tapi akan lebih baik jika perusahaan meningkatkan iklan audio visual yang lebih menarik untuk menyampaikan informasi mengenai produk sehingga memicu peningkatan keputusan pembelian pelanggan.

2. Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian dengan memasukan variabel lain dan membuktikan variabel lain juga mempengaruhi keputusan pembelian Toyota Avanza di Kelapa Gading Jakarta Utara. Karna masih banyak faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian Toyota Avanza di Kelapa Gading Jakarta Utara yang peneliti uji, serta menggunakan variabel baru yang lebih berguna bagi perusahaan , peneliti dan pembaca.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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.