

BAB V

PENUTUP

1.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan, ditarik beberapa simpulan sebagai berikut :

1. Citra merek berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian mobil Toyota Avanza di Surabaya.
2. Harga berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian mobil Toyota Avanza di Surabaya.
3. Promosi berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian mobil Toyota Avanza di Surabaya.
4. Citra merek, Harga, dan Promosi secara bersama-sama berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian mobil Toyota Avanza.

1.2 Keterbatasan penelitian

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian. Keterbatasan tersebut diantaranya sebagai berikut:

1. Kesulitan dalam mendapatkan data karena ada beberapa responden yang tidak mengisi identitas responden secara lengkap dan tidak menjawab pernyataan secara lengkap, sehingga peneliti harus mengulang mencari responden baru. Ada responden yang tidak bersedia untuk mengisi kuesioner dengan menulis sendiri meminta diisikan oleh peneliti.

2. Data peneliti berdistribusi tidak normal

1.3 Saran

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan yang telah dijelaskan sebelumnya, maka peneliti ini memberikan saran sebagai masukan yang sekiranya dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang terkait dalam penelitian ini. Beberapa sarannya adalah sebagai berikut:

A. Bagi perusahaan

1. Berdasarkan penilaian terendah tanggapan responden pada item promosi mengenai tawaran hadiah membuat konsumen tertarik untuk membeli mobil Toyota Avanza. Diharapkan perusahaan mengkaji ulang mengenai tawaran hadiah untuk menarik minat konsumen. Perusahaan dapat menggunakan strategi harga guna menarik minat konsumen, contoh : memberikan potongan harga
2. Berdasarkan penilaian terendah tanggapan responden pada item harga mengenai harga Toyota Avanza sepadan dengan kualitas yang diberikan. Diharapkan perusahaan dapat memberikan fitur-fitur tambahan didalam mobil Toyota Avanza seperti penambahan aksesoris mobil

B. Bagi peneliti selanjutnya

1. Peneliti selanjutnya sebaiknya lebih cermat dalam memilih responden. Sebaiknya mencari responden yang pernah

menggunakan produk Toyota, selanjutnya mencari tempat yang lebih nyaman jika mencari responden, pada saat responden mengisi kuesioner peneliti memberikan perhatian intensif bagi responden agar tidak memberikan jawaban asal-asalan pada kuesioner.



DAFTAR RUJUKAN

- Aziz Fathoni, Leonardo Budi Hasiholan. 2015. “ Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Lemari Es Merek LG di PT. Global Elektronik Banyumanik Semarang”. *Journal of Management*. Vol. 01.pp. 1-8.
- Fandi Tjiptono. 2011. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Ian Antonius Ong ,Sugiono Sugiharto. 2013. “Analisis Pengaruh Strategi Diferensiasi, Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan di Cincin Station Surabaya”. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Vol. 1. pp. 1-11.
- Ivana Husic, Iva Gregurec. 2015. “The Influence of Price on Customer’s Purchase Decision”. *Central European Conference on Information and Intelligent System*. pp. 27- 32
- Imam Ghozali. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jajat Kristanto. 2011. *Manajemen Pemasaran Internasional Sebuah Pendekatan Strategi*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Garry Armstrong. 2015. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Edisi 12. Diterjemahkan oleh Ari Setyaningrum. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kelvin Lane Keller 2009: *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi ke 13. Diterjemahkan oleh Bob Sabran. Erlangga, Jakarta
- _____. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Edisi ke 13. Diterjemahkan oleh Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- _____. 2016. *Marketing Management 15th Edition*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Nela Evelina.. “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkom Flexi (Studi Kasus Pada Konsumen Telkom Flexi di Kecamatan Kota Kudus Kabupaten Kudus” *Diponegoro Journal of Social and Politic*. Semarang :Universitas Diponegoro. 2012: 1-11.

Onigbinde Isaac Oladepo and Odunlami M.Sc. 2015. "The Influence Of Brand Image and Promotion Mix On Consumer Buying Decision-A Study Of Beverage Consumers In Lagos State Nigeria". *British Journal of Marketing Studie*. Vol. 3, No. 4. pp. 97-109.

Sarini Kodu. 2013. "Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza". *Jurnal EMBA*. Vol. 1, No. 03. pp. 1251-1259.

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.

Tatik Suryani. 2013. *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Yesi Apriyani. 2013. "Pengaruh Brand Image, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulan Pizza Hut di Kota Padang". *Jurnal Manajemen*. Vol. 2, No. 01. pp. 1-10.

Yunita Nirmala Dari dan Hartono Subagio. 2013. "Analisa Pengaruh *Retail Mix* (*Customer Service, Location, Store Design & Display, Merchandise Assortment, Communication Mix, Dan Price*) Terhadap Tingkat Kunjungan Di Toko Souvenir Ken N So Surabaya". Vol. 1.No. 2. pp. 1-9.

(www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey/result/top_brand_index_2015_fase_1 Diakses tanggal 05 Oktober 2016)

(<https://otomotif.antaranews.com/berita/517715/avanza-laku-3136-unit-hingga-agustus-2015-di-surabaya> Diakses tanggal 05 Oktober 2016)