

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

1. Harga berpengaruh signifikan terhadap Niat Beli Konsumen mobil Toyota Calya di Surabaya. Peningkatan Harga akan selalu dapat meningkatkan Niat Beli Konsumen mobil Toyota Calya di Surabaya.
2. Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Niat Beli Konsumen di Surabaya. Peningkatan Kualitas Produk akan meningkatkan Niat Beli Konsumen mobil Toyota Calya di Surabaya.
3. Kepuasan Pelanggan tidak berpengaruh signifikan terhadap Niat Beli Konsumen mobil Toyota Calya di Surabaya. Peningkatan Kepuasan Pelanggan tidak selalu akan meningkatkan Niat Beli Konsumen mobil Toyota Calya di Surabaya.
4. Harga, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan berpengaruh secara simultan terhadap Niat Beli Konsumen mobil Toyota Calya di Surabaya. Peningkatan Harga, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan akan meningkatkan Niat Beli Konsumen mobil Toyota Calya di Surabaya.

#### 5.2 Keterbatasan Penelitian

Setelah melakukan penelitian, peneliti menyadari bahwa penelitian ini memiliki keterbatasan sebagai berikut:

1. Penyebaran kuesioner mengalami kesulitan karena tidak semua responden dapat mengisi kuesioner yang diajukan.

2. Terdapat kendala pada saat pengisian kuesioner yaitu responden terburu-buru dalam melakukan pengisian.

### 5.3 **Saran**

Berdasarkan kesimpulan diatas, dapat dikemukakan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan maupun pihak-pihak lain. Adapun saran yang diberikan antara lain:

1. Bagi perusahaan Toyota Calya
  - a. Dalam penetapan dan pemberian harga kepada pelanggan harus menyesuaikan dengan kebutuhan dan harapan pembeli sehingga pembeli berniat untuk memutuskan membeli mobil Toyota Calya .
  - b. Dalam memberikan pelayanan harus diimbangi dengan kualitas dan pelayanan yang diberikan harus lebih baik dibandingkan dengan mobil merk lain yang lain.
  - c. Dalam memberikan kepuasan pelanggan hendaknya memperhatikan keinginan pelanggan dalam konteks saat ini. Pemberian kepuasan pelanggan dapat menarik pelanggan untuk membeli mobil Toyota Calya.
  - d. Dalam meningkatkan Niat Beli Konsumen hendaknya pihak mobil Toyota Calya senantiasa memperhatikan secara lebih baik. Bagaimanapun juga pembeli adalah prioritas. Untuk itu memuaskan pelanggan adalah sebuah hal yang harus dilakukan.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya
  - a. Diharapkan dalam penelitian selanjutnya peneliti lebih memperhatikan responden tersebut bahwa responden terburu-buru atau tidak sehingga

## DAFTAR RUJUKAN

- Amamoto. 2017. Toyota Calya Jadi Mobil Terlaris 2016. <http://roda2blog.com/2017/01/29/toyota-calya-jadi-mobil-terlaris-2016/> (diakses pada tanggal 15 Mei 2019)
- Arif Luqman Hakim, Rois Arifin dan Muhammad Hufron. 2018. Pengaruh Kualitas Sistem Informasi, Harga, Promosi, dan Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pengguna Jasa Grab Pada Mahasiswa FEB Universitas Islam Malang). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, Vol.7 No.2.
- Asma Saleem, Abdul Ghafar, Muhammad Ibrahim, Muhammad Yousuf dan Naveed Ahmed. 2015. Product Perceived Quality and Purchase Intention with Consumer Satisfaction. *Global Journals Inc. (USA)* Vol.15 Issue 1
- Aveline Novita Rumengan, Hendra Novi Tawas dan Rudy Steven Wenas. 2015. Analisis Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Strategi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Ayla Cabang Manado. *Jurnal EMBA* Vol.3 No.2
- Budi Istiyanto dan Lailatan Nugroho. 2016. Analisis Brand Image, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Mobil (Studi Kasus Mobil LCGC di Surakarta). *Jurnal EKSIS* Vol.12 No.1
- Bungin, Burhan. 2013. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif*. Edisi Kedua. Jakarta : Prenada Media.
- Dimas Ariyanto Putra, Moh. Hufron dan Afi Rachmat Slamet. 2016. Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Agya di Kota Malang. *Jurnal Riset Manajemen* Fakultas Ekonomi Universitas Islam Malang
- Donny Susilo. 2018. Macro Environment Analysis of Automotive Industry in Indonesia. *Jurnal Pendidikan Bisnis Dan Ekonomi* Vol.4 No.2
- Dwi Ayuningtyas. 2019. Penjualan Mobil LCGC Turun 11,19%, Sigr Malah Melesat. <https://www.cnbcindonesia.com/market/20190521174443-17-74052/penjualan-mobil-lcgc-turun-1119-sigra-malah-melesat> (diakses pada tanggal 10 Agustus 2019)
- Baum, Feigen. 2012. *Kendali Mutu Terpadu* (alih bahasa). Jakarta: Erlangga
- Frisna D. Tumembouw, Silvya L Mandey dan Sjendry Loindong. 2019. Analisis Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Agya Di Manado (Studi Kasus: PT Hasjrat Abadi ). *Jurnal EMBA* Vol.7 No.1

- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS, Edisi Ketujuh*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Kahfi. 2019. Kompetisi di Tengah Stagnasi Pasar Mobil. <https://otomotif.bisnis.com/read/20190718/46/1119086/kompetisi-di-tengah-stagnasi-pasar-mobil> (diakses tanggal 21 Juli 2019)
- Kamalachandran Nirushan. 2017. The Impact of Price and Trust on Purchase Intention of Organic Food Products in Trincomalee District. *International Journal of Research in Management* Vol. 4 Issue 3
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid 2, Edisi Ketiga Belas Terjemahan Bob Sabran, MM*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane. 2016. *Marketing Managemen 15th Edition*. Jakarta: Pearson Education Inc.
- Lily Suhaily dan Syarief Darmoyo. 2015. Effect Of Product Quality, Perceived Price, And Brand Image On Purchase Decision Mediated By Customer Trust (Study On Japanese Brand Electronic). *Jurnal Manajemen* Vol. XXI No. 02
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi (Edisi 3)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Manullang dan Esterlina. 2016. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Indomedia Pustaka
- Otosia. 2019. Mobil LCGC Kompak Turun, Cuma Toyota Calya yang Naik. <https://www.otosia.com/berita/mobil-lcgc-kompak-turun-cuma-toyota-calya-yang-naik.html> (diakses pada tanggal 10 Agustus 2019)
- Sanusi, Anwar. 2011. *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Surip Ngadino, Pawirosumarto Suharno, dan Liestijati Farida. 2017. The Effect of products, price and service quality on customer satisfaction in “rice for the poors” program. Vol.12 No.1
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset

Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorius. 2016. *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta. Andi.

Waqas Mehmood dan Owais Shafiq. 2015. Impact of Customer Satisfaction, Service Quality, Brand Image on Purchase Intention. *Journal of Marketing and Consumer Research* Vol.15

\_\_\_\_\_. Laris Manis Di IIMS Surabaya 2018, Penjualan Toyota Terdongrak 30%. <https://www.kabarbisnis.com/read/2887586/laris-manis-di-iims-surabaya-2018-penjualan-toyota-terdongrak-30-> (diakses pada tanggal 15 Mei 2019)

