

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil pengujian hipotesis dan pembahasan, simpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *Service quality* pada layanan Toyota Avanza terbukti berpengaruh positif terhadap *brand image*. Semakin tinggi *service quality* dalam penjualan Toyota Avanza menyebabkan semakin tingginya *brand image* Toyota Avanza.
2. *Product quality* terbukti berpengaruh positif terhadap *brand image*. Pengaruh *product quality* terhadap *brand image* adalah positif, artinya semakin tinggi *product quality* Toyota Avanza menyebabkan semakin tingginya *brand image* Toyota Avanza.
3. Variabel *brand image* merupakan variabel yang menguatkan pengaruh *service quality* terhadap *purchase decision*, artinya ketika reputasi konsumen terhadap Toyota Avanza tinggi maka *service quality* memiliki pengaruh yang semakin kuat terhadap *purchase decision*.
4. Variabel *brand image* merupakan variabel yang menguatkan pengaruh *product quality* terhadap *purchase decision*, artinya ketika reputasi konsumen terhadap Toyota Avanza tinggi maka *product quality* memiliki pengaruh yang semakin kuat terhadap *purchase decision*.
5. *Brand image* terbukti berpengaruh positif terhadap *purchase decision*, semakin tinggi reputasi merek Toyota Avanza yang dipersepsikan oleh konsumen menyebabkan *purchase decision* pada Toyota Avanza semakin kuat.

5.2. Saran

Saran dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi dua, yaitu saran praktis dan saran akademis.

1. Saran Praktis

- a. *Service quality* memiliki pengaruh terhadap *brand image* maupun *purchase decision*, tetapi berdasarkan pada nilai rata-rata tanggapan responden, penilaian terendah pada pernyataan bahwa konsumen menilai bahwa karyawan Toyota Avanza memberikan layanan dengan cepat, artinya peningkatan kecepatan layanan Toyota Avanza bisa terus ditingkatkan. Peningkatan kecepatan layanan dilakukan dengan menetapkan

standarisasi layanan kepada konsumen sehingga setiap konsumen bisa dilayani dalam waktu yang relatif cepat.

- b. *Product quality* memiliki pengaruh terhadap *brand image* maupun *purchase decision*, tetapi berdasarkan pada nilai rata-rata tanggapan responden, penilaian terendah pada pernyataan bahwa konsumen merasa kualitas produk mobil Toyota Avanza secara keseluruhan sudah memenuhi harapan konsumen. Untuk itu, evaluasi terhadap keluhan-keluhan pelanggan atas penggunaan Toyota Avanza layak menjadi perhatian. Berdasarkan pada keluhan-keluhan pelanggan tersebut menjadi masukan bagi perusahaan untuk terus meningkatkan kualitas produk.
2. Saran Akademis
- a. Saran untuk penelitian yang akan datang, juga sebaiknya memperhatikan karakteristik responden penelitian, misalnya berdasarkan pada usia, pekerjaan, pendidikan, jenis kelamin, dan dikaitkan dengan perilaku pembelian sehingga bisa memberikan data yang lebih informatif mengenai keterkaitan antara karakteristik responden dengan perilaku pembelian khususnya untuk produk mobil.
 - b. Saran untuk penelitian yang akan datang, sebaiknya menggunakan variabel yang sama tetapi dengan obyek yang berbeda seperti usaha jasa dan hasilnya bisa dibandingkan dengan penelitian ini untuk mendapatkan temuan yang lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Amilia, Suri dan M Oloan Asmana Nst. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*. Vol. 6, No. 1, Mei 2017.
- Andriati, Ciko. (2016). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Bata. *Skripsi*. Semarang: Universitas Dian Nuswantoro Semarang.
- Aryadhe, Pebriana dan Ni Made Rastini. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Niat beli Ulang Di PT Agung Toyota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*. Vol.5, No.9, 2016.
- Esfidani, Mohammad Rahim. dkk. (2016). *The Effect of Service Quality on Private Brand Image and Purchase Intention In The Chain Stores of ETKA*. Tehran: *World Scientific News (WSN) 47(2) (2016) 202-216*.
- Fatmawati, Nurul A dan Euis Soliha. (2017). Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Matic “Honda”. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan Tahun 10. No. 1, April 2017*.
- Fatriana, Erresalia. dkk. (2016). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Android Samsung Di Kota Palembang. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Terapan Tahun XIII No 1, April 2016*.
- Gifani, Auliannisa dan Syahputra. (2017). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Oppo Pada Mahasiswa Universitas Telkom. Bandung: *Bisnis dan Iptek Vol.10, No. 2, Oktober 2017, 81-94*.
- Kusumawati, Andriani. dkk. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Citra Perusahaan dan Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Pelanggan PT Kereta Api Indonesia Daerah Operasi 8 Surabaya Gubeng Yang Menggunakan Kereta Eksekutif “Bangunkarta” dengan Tujuan Surabaya Gubeng Menuju Jakarta Gambir). Malang: *Jurusan Administrasi Bisnis (JAB) | Vol. 50 No. 4 September 2017*.
- Lubis, Rafika Zahara. (2011). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Citra Merek Pada Poliklinik RS. Haji Medan. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi, Universitas Sumatera Utara.
- Masiruw, Cyntia Novyanti. dkk. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Rush Di Kota Manado. *Jurnal EMBA Vol. 3 No. 3 September 2015, Hal. 1023-1031*.

- Nuraini, Alfiyah. (2015). Pengaruh Celebrity Endorser dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek Pada Kosmetik Wardah Di Kota Semarang. *Skripsi*. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang.
- Prasetia, Bayu Eric. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Toko Bangunan Adi Santoso. *Skripsi*. Surakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Putra, Giardo Permadi. dkk. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi angkatan 2013 dan 2014 Universitas Brawijaya yang Melakukan Pembelian Paket Data Kampus). Malang: *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 48, No. 1 Juli 2017.
- Ratnawati, Atik. (2013). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Brand Image Pada Pasien Rumah Sakit Ortopedi (RSO) Prof. Dr. Soeharso Surakarta Tahun 2012. *Jurnal Pendidikan Bisnis dan Ekonomi (BISE)*. Vol 1 No 1 Tahun 2013.
- Rizan, Mohamad. dkk. (2015). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Banding Konsumen Indomie dan Mie Sedap). Jakarta: *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*. Vol. 6, No. 1, 2015.
- Sihabudin. (2015). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Citra Merek Handphone Samsung (Survei Karyawan Bagian Pulley Machine PT FCC Indonesia). Karawang: *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. ISSN 2528-0597 Vol, 1, 2015.
- Soenawan, Alfredo Dwitama. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen D'Stupid Baker Spazio Graha Family Surabaya. *Skripsi*. Program Manajemen Perhotelan, Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Petra.
- Sriyanto, Agus dan Desty Albaity Utami. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Dadone di Jakarta. *Jurnal Ekonomika dan Manajemen*. Vol 5 No. 2 Oktober 2016 ISSN: 2252-6226.
- Suharyono, Muhammad Ridho. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Brand Image dan Dampaknya Pada Kepuasan Pelanggan (Survei Pada Pelanggan Kartu Prabayar Simpati, Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 53 No. 1 Desember 2017.
- Venessa, Ike dan Zainul Arifin. (2017). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Survei Pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Tahun

- Angkatan 2013/2014 dan 2014/2015 Pengguna Kartu Pra-Bayar Simpati). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 51, No. 1 Oktober 2017.
- You, Sang-Youl and Yen-Yoo You. (2016). *Effects of Perceived Quality Individuality on Brand Image and Customer Buying Behavior – Focus on Servitization of Manufacturing Industry*. Seoul: *Indian Journal of Science and Technology*. Vol. 9 (41), November 2016.
- Zainurossalamia, Saida. dkk. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda. Samarinda: *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*. Volume 13, (2), 2016.