

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil olah data, pembahasan, dan analisis diatas dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil perhitungan dan analisis data diketahui bahwa Persepsi Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian Toyota Rush, yang memiliki arti jika Persepsi Harga sudah sejalan dengan keputusan pembelian konsumen.
2. Berdasarkan hasil perhitungan dan analisis data diketahui bahwa Persepsi Kualitas Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian Toyota Rush, yang memiliki arti jika Persepsi Kualitas Produk Toyota Rush mengalami kenaikan maka akan sejalan dengan keputusan pembelian konsumen.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan di atas, maka saran dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Toyota Rush diharapkan untuk mempertahankan harga yang telah diterapkan saat ini, karena harga dari Toyota Rush sudah sesuai dengan manfaat yang di dapat dan sudah dapat menarik pelanggan dan juga telah memberikan persepsi harga yang baik kepada konsumen atau pangsa pasar.
2. Toyota diharapkan dapat mempertahankan fitur yang sudah di miliki pada mobil Rush saat ini karena sudah dirasa telah memberikan rasa aman dan nyaman serta telah menjadi salah satu mobil dengan kualitas produk yang sudah cukup baik disbanding dengan pesaing nya.

3. Peneliti selanjutnya diharapkan menambahkan subjek penelitian, tidak hanya berfokus pada satu subjek penelitian saja. Dengan adanya dua subjek atau lebih diharapkan bisa menjadi perbandingan antara subjek-subjek tersebut, terutama dalam bidang persepsi harga, maupun persepsi kualitas produk dalam masing-masing mobil yang telah dijadikan subjek penelitian. Peneliti selanjutnya juga bisa menambahkan variabel-variabel lain seperti promosi, social influence, dan masih banyak lagi variabel yang bisa dimasukkan pada Penelitian selanjutnya.