

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan PLS untuk menguji pengaruh variabel terhadap Keputusan Pembelian maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian Toyota Sienta di Auto2000 cabang HR Muhammad Surabaya. Semakin tinggi kualitas produk yang diberikan, maka semakin tinggi pula tingkat keputusan pembelian pada produk Toyota Sienta.
2. Citra Merek berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian Toyota Sienta di Auto2000 cabang HR Muhammad Surabaya, Semakin baik citra merek suatu produk maka semakin tinggi pula tingkat keputusan pembelian pada produk Toyota Sienta.
3. Promosi berpengaruh positif tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian Toyota Sienta di Auto2000 cabang HR Muhammad Surabaya, yang mana promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Toyota Sienta akan tetapi memberi pengaruh kecil.

#### **5.2 Saran**

Sebagai implikasi dari hasil penelitian ini dapat dikemukakan saran yang dapat dipertimbangkan atau dimanfaatkan sebagai bahan dalam pengambilan keputusan antara lain:

1. Kualitas Produk memiliki pengaruh besar bagi keputusan pembelian Toyota Sienta di Auto2000 cabang HR Muhammad Surabaya. Sebelum melakukan pembelian, baiknya dilakukan *checking* agar bisa memastikan bahwa produk yang akan dijual merupakan produk terbaik.
2. Toyota perlu memberi fokus lebih pada usaha untuk mempertahankan atau memelihara serta meningkatkan kekuatan merek mobil Toyota Sienta dan meningkatkan teknologi maupun inovasi.
3. Citra Merek dari Toyota dikenal sebagai perusahaan yang besar. Jadi, baiknya perusahaan tetap mempertahankan konsistensi dalam menjalankan bisnisnya yang mana dalam penelitian ini citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian Toyota Sienta di Auto2000 cabang HR Muhammad Surabaya