

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dari permasalahan yang telah dilakukan, beberapa hal dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Mobil New Avanza Di Kota Padang.
2. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Mobil New Avanza Di Kota Padang.
3. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Mobil New Avanza Di Kota Padang.

5.2 Implikasi Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Produk New Avanza Di Padang). Dapat ditarik beberapa implikasi yang relevan untuk Keputusan Pembelian Mobil produk new avanza agar industri mobil ingin tetap eksis di pasar otomotif, maka harus tetap konsisten dengan strategi tersebut. Mobil merek Toyota New Avanza khususnya selain dipandang sebagai alat transportasi massal juga sebagai mobil pribadi yang dibutuhkan masyarakat Indonesia di Kota Padang.

Motivasi pemilikan dan pembelian mobil merek Toyota New Avanza didasarkan pada nilai ekonomis dan kebutuhan yang harus ada sebagai alat transportasi untuk bekerja, berekreasi dan sebagainya, bahkan untuk saat ini banyak keluarga yang memiliki mobil lebih dari satu. Semua merek kendaraan roda empat/mobil berlomba-lomba menciptakan inovasi-inovasi baru model dan desain terus diuji cobakan dan dikembangkan sesuai selera konsumen. Promosi besar-besaran dilakukan diberbagai media, baik cetak maupun elektronik. Ini menunjukkan bahwa permintaan pasar mobil merk Avanza sangat tinggi. Tingginya permintaan tersebut tidak hanya disebabkan oleh faktor kebutuhan semata, akan tetapi juga banyak dipengaruhi oleh faktor lainnya, seperti periklanan dan citra merek yang dilakukan oleh dealer maupun distributor.

5.3 Keterbatasan dan Saran

Berdasarkan kesimpulan dan implikasi penelitian yang telah disampaikan sebelumnya, maka berikut ini dapat dikemukakan saran dan keterbatasan dalam penelitian ini :

1. Penelitian ini hanya menggunakan tiga variabel yang mempengaruhi Keputusan Pembelian yaitu Citra Merek, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan sehingga variabel-variabel lain yang berpotensi mempengaruhi Keputusan Pembelian seperti Promosi, Iklan, dan Minat Beli Dengan demikian, bagi peneliti yang akan datang hendaknya menambahkan variabel-variabel lain tersebut kedalam model penelitiannya.
2. Penelitian ini hanya menggunakan sebanyak 80 orang responden. Dengan demikian, disarankan bagi peneliti yang akan datang agar menggunakan jumlah responden yang lebih banyak lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler Philip, F, Kevin Lane Keller, 2009, *Manajemen Pemasaran (Marketing Management, Thirtheeth Edition)*, Edisi Ketiga Belas, Jilid Kedua, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Djaslim Saladin, 2010, *Manajemen Pemasaran*, Linda Karya, Bandung.
- Dessy, Hari, Bulan, 2011, Pengaruh Iklan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Mio (Studi pada PT. Yamaha Mataram Sakti di Kota Semarang), Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro, Semarang
- Durianto, Darmadi dkk, 2011, *Strategi Menaklukkan Pasar*, PT, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Ghozali Iman, 2011, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Edisi Revisi, Universitas Diponegoro, Jakarta.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R dan D*. Alfabeta. Bandung.
- Kotler Philip, Armstrong, 2011, *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*, Edisi Millenium, Penerbit PT, Prenhallindo, Jakarta.
- G. Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1. Erlangga. Jakarta.
- Andrianto, Hendra Noky, 2013, Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Hargadan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Jenis MPV Merek Toyota Kijang Inova di Semarang, Diponegoro Journal Of Management, Semarang.
- Kotler, P. 2013. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 2 Erlangga. Jakarta
- Lupiyoadi, R. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat. Jakarta.
- Rangkuti, F. 2013, *The Power Of Brands*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Tjiptono, F. 2014. *Brand Management and Strategy*. Andi Offset. Yogyakarta.

- Kotler. 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Rush Di Kota Manado. Jurnal EMBA Vol 3 No. 3.
- Ratnasari, D. 2016. *Teori dan Kasus Manajemen Pemasaran Jasa*. Cetakan Pertama. Ghalia Indonesia. Bogor.
- Kottler, Keller, Cunningham, & Sivaramakrishnan. (2017). Department of Marketing and Consumer Studies College of Management and Economics Advanced Marketing MCS 3000 / FALL 2010. *Marketing Management*.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif. (Cet. 1). Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2018). Strategi Pemasaran Edisi 3. Yogyakarta: Andi, 24.
- Sari dan Nuvriasari. 2018. Pengaruh Citra Merk, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Merk Eiger (Kajian pada Mahasiswa Universitas Mercu Buana Yogyakarta), Jurnal Penelitian Ekonomi dan Bisnis, 3(2), 2018, Hal: 73 – 83.
- Saladin, D., & Buchory, H. A. (2019). *manajemen Pemasaran, bandung: Linda karya*.
- Lin, L. Y., & Chen, C. S. (2018). The influence of the country-of-origin image, product knowledge and product involvement on consumer purchase decisions: An empirical study of insurance and catering services in Taiwan. *Journal of Consumer Marketing*, 23(5), 248–265. <https://doi.org/10.1108/07363760610681655>
- Oktarini. 2020. Pengaruh Harga dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Tangerang. Jurnal Pemasaran Kompetitif. Vol 3 No 3.
- Ardiatama, Egy. 2020. Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk, Promosi, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Eiger.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2020. Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi. Yogyakarta: PUSTAKABARUPRESS.
- Achmad Yusuf Budianto, 2021 National Conference on Economics and Business (WNCEB 2021) P-ISSN: 2598-5272 - E-ISSN: 2598-5280

Prana Sabrina, 2022 Journal Of Social And Political Of Science Tahun 2022 :
Diponorogo

Yatiningrum. Agung. 2023 JURNAL JIMEK Vol 3 No. 1 (Maret 2023) – E-ISSN
: 2809-9427 P-ISSN : 2809-9893

Rahmawati. Valirie, 2024 PPIMAN: Pusat Publikasi Ilmu Manajemen
Volume.2,No.3Juli2024 e-ISSN: 3025-440X; p-ISSN: 3025-4396, Hal
64-79

Ardiansyah. Nova, 2024 Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi dan Manajemen
Vol.3,No.2April2024 e-ISSN: 2962-0813; p-ISSN: 2964-5328, Hal 323-
345

Widiyanti.Dina,2024 JournalIlmiahRinjani(JIR) Media Informasi Ilmiah
Universitas Gunung Rinjani ISSN-p: 2442-3416 ISSN-e: 2714-6049