

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Melalui kajian yang telah dijabarkan dari bab sebelumnya, dapat dikatakan yang ditemukan di dalam analisis ini adalah seperti:

Dapat dikatakan tentang kualitas produk memiliki kaitan yang substansial dan positif dengan kualitas produk dan juga keputusan dalam membeli mobil Honda di Dealer Honda Permata Hijau. Hal tersebut menyatakan bahwa kualitas produk merupakan faktor yang signifikan dalam menciptakan keputusan pembelian konsumen. Kualitas produk terdiri dari beberapa aspek seperti daya tahan produk, kinerja produk, fitur-fitur, dan lainnya. Ada korelasi positif antara kualitas produk dan pengaruhnya pada keputusan pembelian.

- Menyatakan bahwa harga mempunyai hubungan yang signifikan dan positif antara harga dengan keputusan pembelian mobil Honda di Dealer Honda Permata Hijau. Hal tersebut menunjukkan bahwa harga menjadi faktor penting ketika konsumen ingin membeli suatu produk dan harga produk mobil Honda sesuai dengan kualitas produk yang diberikan.

Diketahui tentang citra merek memiliki kaitan yang bersifat substansial juga positif dengan citra merek dan juga putusan untuk membeli. Data terkait menampilkan tentang pembeli yang merujuk untuk memilih produk Honda dikarenakan citra brand yang positif. Konsumen percaya bahwa produk mampu memberikan memenuhi yang konsumen inginkan. Citra merek mobil Honda yang kuat mendorong konsumen untuk memilihnya diantara merek kompetitor.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian yang dijelaskan diatas maka saran yang dapat diberikan mengenai penelitian ini dan penelitian selanjutnya adalah:

5.2.1 Bagi perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti menyarankan perusahaan untuk terus mempertahankan dan mengembangkan kualitas produk yang ada untuk mempertahankan loyalitas konsumen lama dan menjadikan konsumen baru menjadi loyalitas mobil Honda. Kemudian harga adalah faktor yang tidak kalah penting pada keputusan pembelian konsumen, perusahaan harus mempertimbangkan untuk menambah fitur-fitur pada semua tipe mobil yang tersedia karena banyak konsumen yang menjadikan fitur sebagai bagian dari pertimbangan ketika membeli mobil. Dan lebih memfokuskan pada citra merek Honda karna semakin ketatnya persaingan di bidang otomotif, semakin banyak merek baru dan produk-produk baru yang dihadirkan oleh kompetitor. Ini berkaitan dengan nilai-nilai merek, kualitas produk, dan pengalaman positif dari konsumen, sehingga salah satu cara untuk bertahan di dunia persaingan yang semakin ketat adalah menjaga citra merek yang positif.

5.2.2 Bagi peneliti selanjutnya

Dari hasil penelitian ini menyarankan untuk menambahkan jumlah sampel untuk mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif serta menambahkan variable bebas lainnya seperti kualitas pelayanan, ketersediaan produk, dan lainnya untuk melihat pengaruhnya terhadap keputusan pembelian.