BAB V
PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini menggunakan data primer yaitu data yang dikumpulkan langsung dengan menyebar kuesioner. Penelitian ini dilakukan untuk melihat pengaruh atribut produk (harga produk, kualitas produk, desain produk, dan merek produk) terhadap keputusan pembelian produk mobil Toyota Agya di kota Padang. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut.

1. Harga Produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian mobil Toyota Agya di Kota Padang.
2. Kualitas Produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian mobil Toyota Agya di Kota Padang.
3. Desain Produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian mobil Toyota Agya di Kota Padang.
4. Merek Produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian mobil Toyota Agya di Kota Padang.

5.2. Implikasi Penelitian

Penelitian ini menunjukan bahwa harga produk, kualitas produk, desain produk, dan merek produk memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian produk mobil Toyota Agya di Kota Padang. Hasil Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu manajemen pemasaran. Dari penelitian ini didapatkan hasil bahwa atribut produk (harga,

kualitas, desain, dan merek produk) secara signifikan mempengaruhi konsumen melakukan pembelian mobil Toyota Agya di Kota Padang.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa pada variabel harga produk, harga menjadi salah satu strategi utama yang bisa dijadikan oleh pihak perusahaan untuk meningkatkan minat beli konsumen mobil Toyota Agya, selain itu harga menjadi salah satu prediktor utama dari minat beli konsumen yang bisa meramalkan siapa-siapa konsumen yang berminat atau tidak berminat untuk membeli produk mobil Toyota Agya.

Sedangkan hasil penelitian pada variabel kualitas produk, kualitas produk Toyota Agya terlihat lebih baik dari segi kualitas mesin yang dihasilkan. Sementara apabila dilihat dari penggunaan bahan bakar mobil Toyota Agya lebih irit dari mobil lain sejenisnya, dapat memenuhi harapan atau keinginan konsumen terhadap produk mobil LCGC, sehingga lebih meningkatkan keputusan pembelian dari para konsumen.

Hasil penelitian pada variabel desain produk, desain mobil Toyota Agya sudah terlihat bagus karena mampu membuat desain yang berkembang mengikuti jaman dan ditambah dengan pilihan warna yang lebih banyak sehingga dapat menarik minat konsumen untuk memilikinya. Meskipun demikian dari segi desain ini juga masih ada yang perlu ditingkatkan yaitu dari segi body yang kokoh. Body yang di desain lebih kokoh akan tidak mudah rusak meskipun tergores atau terjadi benturan sedikit sehingga akan lebih mencitrakan sebagai mobil yang kuat. Hal inilah yang akan lebih menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian mobil Toyota Agya.

UNIVERSITAS ANDALAS
UNTUK KEDJAJAAN BANGSA

Hasil penelitian pada variabel merek produk, Toyota memiliki popularitas dan nama yang baik sebagai produsen mobil dapat menjadi salah satu senjata utama bagi perusahaan dalam melakukan penjualan kepada konsumen, untuk itu perusahaan harus mampu mempertahankan merek Toyota di mata konsumen.

5.3. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini mempunyai beberapa keterbatasan. Dengan adanya keterbatasan ini, diharapkan kedepannya dapat dijadikan perbaikan pada penelitian selanjutnya. Adapun keterbatasan pada penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini hanya menggunakan sampel 90 konsumen yang membeli mobil Toyota Agya
2. Penelitian ini hanya meneliti pengaruh atribut produk (harga produk, kualitas produk, desain produk, dan merek produk) terhadap keputusan pembelian saja.
3. Pengambilan data dalam penelitian ini hanya dilakukan dengan kuesioner dan tidak dilakukan suatu wawancara yang detail sehingga tidak di identifikasikan lebih jauh mengenai alasan-alasan konsumen dalam memutuskan membeli mobil Toyota Agya.

5.4. Saran

Adapun saran dari penulis untuk memperbaiki kekurangan dari penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

5.4.1. Bagi Peneliti Selanjutnya

1. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan bisa menambah jumlah sampel untuk mendapatkan hasil yang lebih akurat.

UNIVERSITAS ANDALAS
UNTUK KEDJAJAAN BANGSA

2. Diharapkan pada penelitian selanjutnya peneliti dapat menyebarkan kuesioner disaat yang tepat, seperti disaat responden sedang bersantai agar responden bisa mengisi kuesioner secara serius dan sungguh-sungguh.
3. Diharapkan pada peneliti dalam penelitian berikutnya sebaiknya peneliti menggunakan variabel yang berbeda.

5.4.2. Bagi Perusahaan

1. Untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat, perusahaan perlu meningkatkan inovasi produk mungkin dengan cara penambahan fasilitas-fasilitas baru di mobil Toyota Agya keluaran terbaru agar ada bedanya dengan Toyota Agya keluaran sebelumnya dan supaya konsumen lebih tertarik untuk melakukan pembelian. Baik dari segi bentuk dan lain sebagainya.
2. Sering mengadakan potongan harga diskon pada *event-event* khusus serta meningkatkan paket kredit menjadi beberapa pilihan agar minat konsumen semakin tingi dan konsumen semakin tertarik untuk membeli
3. Pihak showroom di Padang hendaknya memperhatikan keluhan dan kritikan dari konsumen, karena hal tersebut akan membantu perusahaan dalam memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen. Dengan demikian konsumen dapat lebih puas dalam menggunakan produk mobil ini, dan diharapkan mampu memberikan informasi kepada konsumen lain bahwa kualitas produk mobil Toyota Agya adalah baik.
4. Pihak perusahaan Toyota selaku produsen Toyota Agya juga harus gencar dalam melakukan promosi agar konsumen lebih mengenal merek Toyota Agya. Semakin sering konsumen mendengar nama Toyota Agya maka

akan semakin terbentuk *positioning* dibenak konsumen tentang merek Toyota Agya.

UNIVERSITAS ANDALAS
UNTUK KEDJAJAAN BANGSA