

## V. KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Kesimpulan diperoleh dari hasil-hasil penelitian yang telah dibahas pada bab sebelumnya yaitu:

1. Citra Merek (X1) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) mobil MPV (*Multi Purpose Vehicle*) merek Toyota Kijang Innova di Bandar Lampung. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t menunjukkan sebesar  $6,479 > 2,018$  t tabel. Sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
2. Kualitas Produk (X2) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) mobil MPV (*Multi Purpose Vehicle*) merek Toyota Kijang Innova di Bandar Lampung. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t sebesar  $4,868 > 2,018$  t tabel. Sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
3. Hasil pengujian hipotesis secara menyeluruh dengan uji F pada tingkat kepercayaan 95% atau dengan nilai  $\alpha = 5\%$  di peroleh  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu ( $126,296 > 3,22$ ). Hal ini berarti Citra merek (X1), Kualitas Produk (X2) secara bersama-sama berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) mobil merek Toyota Kijang Innova di Bandar Lampung. Hasil penelitian dengan uji F sebesar ( $126,296 > 3,22$ )  $F_{tabel}$ , sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

4. Uji regresi yaitu diketahui R square sebesar  $R^2 = 0,665$  yang berarti variabel X (Citra Merek dan Kualitas Produk) berperan dalam mempengaruhi variabel Y (Keputusan Pembelian) sebesar 66,5%. Hasil Uji t juga menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian mobil MPV (*Multi Purpose Vehicle*) merek Toyota Kijang Innova yang berarti apabila kualitas produk meningkat maka keputusan pembelian juga akan meningkat.
5. Hasil uji t sub variabel tentang Citra Merek dan Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) mobil MPV (*Multi Purpose Vehicle*) merek Toyota Kijang Innova di Bandar Lampung, hal tersebut karena semua sub variabel (X) nilai t hitung-nya lebih besar daripada t tabel, yaitu  $>2,018$ , tetapi sub variabel (X) yang memiliki pengaruh terbesar terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y) adalah Citra Merek (X1) dengan nilai beta sebesar 0,498, dan yang memiliki pengaruh terendah adalah Kualitas Produk (X2) dengan nilai beta 0,374

Berdasarkan analisis dan uji statistik mengenai citra merek dan kualitas produk terhadap pengambilan keputusan pembelian mobil MPV (*multi purpose vehicle*) merek Toyota Kijang Innova yang telah dilakukan oleh peneliti, diperoleh kesimpulan berkenaan hipotesis yang diajukan antara lain:

1. Hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif variabel citra merek (X1) secara parsial terhadap pengambilan keputusan (Y) pembelian mobil MPV (*multi purpose vehicle*) merek Toyota Kijang Innova, didukung oleh hasil penelitian.

2. Hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif variabel kualitas produk (X2) secara parsial terhadap pengambilan keputusan (Y) pembelian mobil MPV (*multi purpose vehicle*) merek Toyota Kijang Innova, didukung oleh hasil penelitian.
3. Hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif antara variabel citra merek (X1) dan kualitas produk (X2) secara bersama-sama/simultan terhadap pengambilan keputusan (Y) pembelian mobil MPV (*multi purpose vehicle*) merek Toyota Kijang Innova, didukung oleh hasil penelitian.

## 5.2 Saran

Hasil penelitian ini masih mengandung keterbatasan-keterbatasan, oleh karena itu masih perlu adanya penyempurnaan pada penelitian berikutnya. Berdasarkan hasil perhitungan maka saran yang perlu diperhatikan oleh perusahaan sebagai berikut:

Hasil pembahasan memperlihatkan bahwa perusahaan Toyota Astra Internasional perlu mempertahankan kualitas produk mobil MPV (*Multi Purpose Vehicle*) merek Toyota Kijang Innova yang selama ini diproduksi. Semakin produk tersebut berkualitas tentunya akan memberikan citra merek yang baik juga terhadap produk mobil MPV (*Multi Purpose Vehicle*) merek Toyota Kijang Innova. Keputusan untuk membeli suatu produk dipengaruhi oleh penilaian akan bentuk citra merek dan kualitas produk tersebut. Selanjutnya perusahaan Toyota juga perlu meningkatkan inovasi teknologi pada mobil MPV (*Multi Purpose Vehicle*) merek Toyota Kijang Innova agar citra produk mobil merek Toyota Kijang Innova dapat semakin meningkat.