

## **BAB IV**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **4.1. Kesimpulan**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian mobil Toyota Sienta di PT. Nasmoco Gombel Semarang. Responden dalam penelitian ini berjumlah 51 responden. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel harga (X1) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y) pada mobil Toyota Sienta di PT. Nasmoco Gombel. Hal ini terbukti melalui hasil perhitungan nilai  $t$  hitung sebesar 4,435 lebih besar dari  $t$  tabel 2,009. Analisis deskriptif menunjukkan bahwa harga berada pada kategori cukup menarik, dengan skor rata-rata 3,40. Namun masih terdapat indikator yang mempunyai nilai di bawah nilai rata-rata yaitu indikator keterjangkauan harga karena responden menganggap kurang terjangkau oleh kondisi keuangan responden tetapi manfaat atas mobil Toyota Sienta sesuai dengan kebutuhan responden dan indikator daya saing harga mobil Toyota Sienta dibandingkan dengan produk sejenis karena responden menganggap ada beberapa mobil jenis MPV dengan kapasitas 1496cc dan kapasitas 7 *seat* yang memiliki harga lebih murah dibandingkan Toyota Sienta.
2. Kualitas produk (X2) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y) pada mobil Toyota Sienta di PT. Nasmoco Gombel. Hal ini terbukti melalui

hasil perhitungan nilai  $t$  hitung sebesar 4,245 lebih besar dari  $t$  tabel 2,009. analisis deskriptif menunjukkan bahwa kualitas produk berada pada kategori baik, dengan skor rata-rata sebesar 4,12. Namun masih terdapat indikator yang mempunyai nilai di bawah nilai rata-rata yaitu kualitas interior karena responden menganggap format kursi baris keduanya tidak *captain seat*, tidak ada *arm rest* di *front seat*, belum memakai *soft touch dashboard* dan tidak dilengkapinya fitur GPS pada *head unit*, kualitas eksterior karena responden menganggap lampu utama terasa buram pada posisi lampu dekat dan *front bumper* yang dirasa konsumen kurang tebal.

3. Promosi (X3) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y) pada mobil Toyota Sienta di PT. Nasmoco Gombel. Hal ini terbukti melalui hasil perhitungan nilai  $t$  hitung sebesar 4,401 lebih besar dari  $t$  tabel 2,009. Analisis deskriptif menunjukkan bahwa promosi berada pada kategori memadai, dengan skor rata-rata 3,68. Namun masih terdapat indikator yang mempunyai nilai dibawah rata-rata yaitu kejelasan informasi mengenai mobil Toyota Sienta pada iklan, iklan yang menarik, pemberian promosi penjualan (diskon dan undian) yang menarik, dan frekuensi publisitas.
4. Variabel harga, kualitas produk dan promosi secara bersama-sama (simultan) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mobil Toyota Sienta.

#### **4.2. Saran**

Berdasarkan kesimpulan diatas, data diajukan saran yang dapat dijadikan beberapa bahan pertimbangan dalam rangka meningkatkan keputusan pembelian

mobil Toyota Sienta di PT. Nasmoco Gombel Semarang diwaktu yang akan datang. Adapun saran yang dapat diberikan antara lain yaitu sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga dari mobil Toyota Sienta sudah cukup menarik, sehingga PT. Nasmoco Gombel Semarang perlu mempertahankan harga yang layak bagi konsumen karena target konsumennya sudah cukup jelas.
2. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk sudah baik, namun kelengkapan *interior* mobil Toyota Sienta perlu ditingkatkan melalui penambahan *soft touch dashboard*, fitur GPS, penambahan *captain seat* di kursi baris kedua dan *arm rest* di *front seat*. Selain itu perbaikan pada *front bumper* yang dirasa konsumen kurang tebal dan perbaikan kualitas pada lampu utama yang dirasa buram ketika posisi lampu dekat.
3. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi mobil Toyota Sienta sudah baik, namun dalam penyampaian pesan iklan yang lebih jelas dan menarik agar menarik perhatian konsumen dengan menggunakan unsur unsur kreativitas di dalam iklan sehingga dapat menarik orang untuk menonton iklan tersebut, meningkatkan intensitas promosi melalui publisitas/ *event-event* dengan mengadakan kegiatan dalam bidang sosial agar masyarakat tahu adanya kegiatan perusahaan dan dapat mempromosikan secara langsung produk mobil Toyota Sienta, serta lebih memperhatikan pemberian diskon/undian yang menarik.
4. Perlu dilakukan penelitian lanjutan oleh manajemen PT. Nasmoco Gombel Semarang mengenai variabel-variabel bebas lain diluar variabel harga, kualitas

produk dan promosi yang kemungkinan dapat memberikan pengaruh untuk meningkatkan keputusan pembelian.