

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh citra merek terhadap minat beli konsumen pada Mobil Toyota di PT. Budi Jaya Mobilindo Garut, maka dapat diambil simpulan sebagai berikut:

1. Upaya PT. Budi Jaya Mobilindo dalam meningkatkan citra merek dalam jangka panjang memerlukan identifikasi dan manajemen yang efisien dari segi *promise* (janji), *positioning* (penempatan), *personality* (kepribadian) dan *people engagement* (orang) .
2. Secara umum tanggapan konsumen mengenai citra merek mobil Toyota yang meliputi subvariabel atribut, manfaat, kepribadian merek, citra pengguna, dan hubungan merek dengan pelanggan mayoritas responden menilai baik. Secara keseluruhan, dalam penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek mobil Toyota dikatakan baik. Sehingga PT. Budi Jaya Mobilindo sebaiknya lebih memperhatikan keinginan konsumen.
3. Minat beli konsumen atas citra merek mobil Toyota berdasarkan hasil perhitungan, bahwa mayoritas konsumen di PT. Budi Jaya Mobilindo Garut berminat terhadap citra merek mobil Toyota selama ini. Sehingga hal-hal yang perlu dilakukan PT. Budi Jaya Mobilindo yaitu memberikan kenyamanan saat konsumen sedang berada di Dealer Toyota dan mampu memberikan kepuasan pada pelanggan agar konsumen dapat loyal.

4. Secara keseluruhan dari hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek memiliki hubungan yang positif dengan minat beli konsumen. Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan koefisien korelasi, citra merek memiliki hubungan yang kuat dengan minat beli konsumen, yaitu 44.8% citra merek akan mempengaruhi minat beli konsumen untuk membeli mobil merek Toyota dan sisanya 55.2% dapat dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

5.2 Saran

Berdasarkan simpulan hasil penelitian mengenai pengaruh citra merek terhadap minat beli konsumen pada Mobil Toyota di PT. Budi Jaya Mobilindo Garut, penyusun mengajukan beberapa saran yang dapat dijadikan solusi dari permasalahan dan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pihak manajemen dalam menentukan kebijakan di masa yang akan datang.

1. Bagi PT. Budi Jaya Mobilindo, terus meningkatkan jaminan kepada para pembelinya yaitu jaminan keamanan, kenyamanan, kemudahan *spare parts*, dan jaminan harga jual yang stabil tinggi. Kekuatan lainnya dan yang lebih penting dari semua itu adalah bahwa PT. Budi Jaya selalu memberikan kepuasan kepada konsumennya.
2. Peneliti selanjutnya, diharapkan dapat dilakukan dengan menggunakan obyek penelitian yang berbeda sebagai pembandingan dan pengujian konsistensi variabel-variabel pada penelitian ini maupun untuk pengembangan teori yang telah dibangun pada penelitian ini.

3. Untuk pengembangan variabel-variabel penelitian perlu ditambahkan indikator-indikator lain yang mempengaruhi minat beli seperti keunggulan produk, nilai konsumen, rasa percaya diri dan lain sebagainya, sehingga dapat memperkuat variabel-variabel laten yang terbentuk.
4. Memperluas penelitian tidak hanya pada minat beli saja, namun perlu diperluas pada variabel keputusan pembelian dan loyalitas konsumen.