

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Simpulan**

Berdasarkan uraian dan analisa pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil pengujian pada hipotesis H1 diperoleh bahwa kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil pengujian ini konsisten dengan hasil penelitian (Amrullah & Agustin, 2016).
2. Hasil pengujian pada hipotesis H2 diperoleh bahwa citra merek berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil pengujian ini konsisten dengan hasil penelitian (Yustiawan & Prijati, 2016)
3. Hasil pengujian pada hipotesis H1 dan H2 diperoleh bahwa kualitas produk dan citra merek berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil pengujian ini konsisten dengan hasil penelitian (Irmalisa et al., 2016)

#### **5.2. Saran**

Beberapa saran yang dapat diberikan untuk penelitian yang akan datang adalah sebagai berikut:

1. Pada faktor kualitas produk diharapkan pihak perusahaan dapat mempertahankan serta meningkatkan mutu dari kualitas produk, karena

variabel kualitas produk mempunyai pengaruh yang dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian, diantaranya yaitu dengan pembedaan pada *performance* (kinerja), *durability* (daya tahan), *conformance to specification* (kesesuaian dengan spesifikasi), *features* (fitur), *reliability* (reliabilitas), *aesthetics* (estetika), dan *perceived quality* (kesan kualitas) sehingga keputusan pembelian akan meningkat.

Pada faktor citra merek diharapkan pihak perusahaan dapat mempertahankan dan meningkatkan citra merek yang sudah mereka ciptakan sekarang ini, dan juga diharapkan perusahaan dapat mengembangkan citra merek mereka ke seluruh dunia, agar seluruh dunia dapat mengenal merek mobil Mazda, sehingga tingkat penjualannya juga bisa meningkat.