BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasakan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Tanggapan responden terhadap citra merek pada Toyota Avanza atau Daihatsu Xenia berada pada kategori cukup baik. Hal tersebut ditunjukkan oleh jawaban responden untuk item-item pernyataan yang menggambarkan citra merek pada Toyota Avanza atau Daihatsu Xenia yang sudah berada dalam kategori baik. Indikator citra merek tertinggi yaitu pada indikator *Loyalty* atau tingkat daya tarik yaitu bahwa konsumen merasa senang dengan produk tersebut. Dan indikator terendah pada citra merek yaitu pada indikator *Reputation* atau tingkat mengenal pada merek yaitu bahwa merek produk tersebut kualitas produknya kurang baik.
2. Tanggapan responden terhadap daya saing pada Toyota Avanza atau Daihatsu Xenia berada pada kategori baik. Hal tersebut ditunjukkan oleh jawaban responden untuk item-item pernyataan yang menggambarkan daya saing pada Toyota Avanza atau Daihatsu Xenia yang sudah berada dalam kategori baik. Indikator daya saing tertinggi yaitu pada indikator harga bersaing, bahwa Toyota Avanza atau Daihatsu Xenia mempunyai harga yang terjangkau terjangkau, hal ini merupakan daya saing untuk masing-

masing perusahaan. Dan indikator terendah yaitu pada indikator kualitas produk, bahwa konsumen menilai kualitas produknya kurang memuaskan.

3. Tanggapan responden terhadap minat beli pada Toyota Avanza atau Daihatsu Xenia berada pada kategori cukup baik. Hal tersebut ditunjukkan oleh jawaban responden untuk item-item pernyataan yang menggambarkan minat beli pada Toyota Avanza atau Daihatsu Xenia sebesar yang sudah berada dalam kategori cukup baik. Indikator minat beli tertinggi yaitu pada indikator minat eksploratif, bahwa konsumen memiliki dorongan yang kuat untuk mencari informasi yang kuat terhadap produk tersebut, dan indikator terendah yaitu indikator Minat preferensial, bahwa konsumen memiliki penilaian yang baik terproduk lain dibandingkan dengan produk tersebut hal ini di akibatkan adanya tingkat kejenuhan dari konsumen,
4. Dari hasil penelitian menunjukan secara parsial, citra merek berpengaruh terhadap minat beli konsumen karena jika perusahaan mempunyai citra yang baik namun kualitas berkurang, maka konsumen tidak akan berminat untuk membeli produk tersebut.
5. Dari hasil penelitian menunjukan secara parsial, daya saing tidak berpengaruh besar terhadap minat beli konsumen karena konsumen menginginkan produk yang mempunyai terbaik.
6. Dari hasil penelitian menunjukan adanya hubungan yang sedang antara citra merek dan daya saing dengan minat beli, ini membuktikan bahwa citra merek dan daya saing berpengaruh terhadap minat beli konsumen.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti mengajukan beberapa saran, yaitu:

1. Untuk memperkuat citra merek Toyota Avanza atau Daihatsu Xenia, perusahaan sebaiknya memperbaiki kualitas produk, lebih meningkatkan kualitas yang terdapat pada produk agar citra merek perusahaan tetap baik dan meningkatkan kembali citra merek yang lebih baik.
2. Untuk memperkuat daya saing yang ada pada Toyota Avanza atau Daihatsu Xenia, masing-masing perusahaan sebaiknya lebih memperhatikan dan menambahkan *features* atau keistimewaan tambahan yang dimiliki Toyota Avanza atau Daihatsu Xenia, agar konsumen lebih tertarik untuk membeli kendaraan tersebut dan tetap mempertahankan daya tarik pada produknya.
3. Untuk meyakinkan konsumen terhadap minat belinya Toyota Avanza atau Daihatsu Xenia, selain meningkatkan citra merek, perusahaan sebaiknya lebih banyak melakukan promosi dan lebih banyak mencari informasi mengenai apa yang konsumen butuhkan dan inginkan, agar konsumen lebih memilih Toyota Avanza atau Daihatsu Xenia dan selalu memberikan produk yang terbaik untuk konsumen agar minat konsumen untuk mencari terus informasi mengenai produk tersebut lebih meningkat.
4. Tanggapan responden mengenai citra merek terhadap minat beli berada di kategori cukup baik, maka dari itu masing-masing perusahaan harus meningkatkan kualitas yang ada di dalam produk.

5. Tanggapan responden mengenai daya saing terhadap minat beli berada di kategori cukup baik, maka dari itu masing-masing perusahaan harus mempunyai keunggulan bersaing pada produknya.
6. Tanggapan responden mengenai citra merek dan daya saing terhadap minat beli berada di dalam kategori cukup baik, oleh karena itu, sebaiknya masing-masing perusahaan senantiasa menjaga dan meningkatkan kualitas dan keuunggulan pada produknya masing-masing.