BAB V
KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh Kesadaran Merek dan Asosiasi Merek Terhadap Keputusan Pembelian di PT. Wijaya Motor Lestari Bandung, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kesadaran Merek pada konsumen di PT.Wijaya Motor Lestari Bandung masih berjalan cukup baik. Hal itu terlihat dari jawaban para responden dan skor rata-rata dari indikator nya yang masih terbilang rendah. Hal ini mengindikasikan masih adanya kelemahan yang perlu di koreksi dalam hal Kesadaran Merek di PT.Wijaya Motor Lestari agar kedepannya bisa lebih baik.
2. Asosiasi Merek pada konsumen Toyota Yaris di PT.Wijaya Motor Lestari Bandung telah berjalan dengan baik. Hal itu terlihat dari jawaban para responden dan skor rata-rata yang terbilang baik. Namun ada beberapa indikator yang belum berjalan dengan semestinya yaitu pada indikator merek yang unik dan kesan kualitas yang memiliki skor rata-rata kurang baik. Hal ini dapat menjadi masukan bagi pihak toyota khusunya jenis mobil hatchback Toyota Yaris agar terus meningkatkan kemampuan dan kualitas utamanya dalam hal Asosiasi Merek agar terus dapat bersaing dengan para kompetitor di masa yang akan datang.
3. Keputusan Pembelian pada konsumen Toyota Yaris di PT.Wijaya Motor Lestari Bandung berjalan dengan baik. Namun pada beberapa indikator,

terlihat dari jawaban para responden dan skor rata-rata tiga indikator yang memiliki skor rata-rata kurang baik yaitu indikator pengenalan kebutuhan, evaluasi alternatif dan perilaku setelah membeli. Hal ini mencerminkan bahwa para responden Merasa bahwa Toyota Yaris belum sepenuhnya memenuhi ekspetasi mereka dibandingkan para pesaingnya.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ,analisis, dan pembahasan diatas, penulis ingin coba memberikan saran dan masukan yang semoga di kemudian hari dapat memberikan manfaat yang berguna bagi pihak PT.Wijaya Lestari Motor Khusunya mengenai jenis mobil Hatchback Toyota Yaris ataupun bagi penulis selanjutnya mengenai Kesadaran Merek, Asosiasi Merek dan Keputusan pembelian diantaranya:

1. Berkaitan dengan indikator pada kesadaran merek yang penulis bahas, semoga di Kemudian hari pihak Toyota, dapat terus meningkatkan kualitas dan keunikan yang dimilikinya agar dapat terus bersaing dengan para kompetitor lainnya khusunya jenis mobil *hatchback*, agar dimana seiring waktu berjalan, jenis mobil ini semakin banyak digandrungi dan para konsumen semakin tertarik akan mobil type Toyota Yaris.

2. Berkaitan dengan merek yang unik dan kesan kualitas yang memiliki skor rata-rata kurang baik dari variabel asosiasi merek, semoga dengan penelitian ini dapat memberikan masukan yang bermanfaat bagi pihak PT.Wijaya Motor Lestari khusunya jenis kendaraan bermotor Toyota Yaris agar dapat memenuhi kebutuhan dan manfaat yang konsumen harapkan dengan terus meningkatkan kualitas baik itu dari segi mesin, desain, interior dan eksterior dan tentunya kenyamanan berkendara agar di masa yang akan datang apabila Toyota Yaris mengeluarkan variannya yang terbaru dapat membuat konsumen tertarik untuk lebih memilih Toyota Yaris dibandingkan jenis mobil lainnya.