

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN REKOMENDASI**

Setelah melakukan pengolahan data analisis dan pembahasan hasil penelitian yang berkaitan dengan permasalahan sebelumnya, maka simpulan dan saran yang berkaitan dengan dengan perumusan masalah serta hipotesis yang diajukan dapat diberikan sebagai berikut :

#### **5.1 Simpulan**

Setelah dilakukan pengujian maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 1) Variabel Kelompok Referensi secara parsial tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Mobil Toyota Merek Avanza
- 2) Variabel Keluarga secara parsial berpengaruh terhadap keputusan Pembelian pada Mobil Toyota Merek Avanza.
- 3) Variabel Status Sosial secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Merek Avanza.
- 4) Variabel Faktor Pribadi secara parsial tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Merek Avanza.
- 5) Variabel Kelompok Referensi, Keluarga, Status Sosial, dan Faktor Pribadi berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian pada Mobil Toyota Merek Avanza.

#### **5.2 Rekomendasi**

Berdasarkan pada hasil penelitian dan hasil perhitungan yang diperoleh maka

dapat disimpulkan rekomendasi sebagai berikut :

### **5.2.1 Bagi Aspek Manajerial**

1. Pemasar atau penjual produk Mobil Toyota Merek Avanza ke masyarakat perlu mempertimbangkan kelompok referensi dalam menetapkan strategi penjualan sehingga konsumen mobil Avanza dengan produk yang dibeli
2. Pemasar atau penjual produk Mobil Toyota Merek Avanza perlu Mempertimbangkan kepentingan keluarga karena sebagian besar mobil itu digunakan pembeli bersama-sama dengan saudara atau orang tua.
3. Pemasar atau penjual produk mobil toyota merek Avanza memperhatikan strategi pemasaran dan status sosial supaya tahu bagaimana memperlakukan konsumen dengan baik.
4. Pemasar atau penjual harus mempertimbangkan faktor pribadi seperti usia, kepribadian para konsumen dalam proses penjualan sehingga konsumen mobil Avanza puas dan ingin membeli produk kembali.

### **5.2.2 Penelitian Lanjutan**

1. Bagi peneliti selanjutnya agar meneliti dengan populasi yang lebih besar sehingga hasil penelitian setidaknya-tidaknya dapat hasil yang lebih baik.
2. menetapkan populasi yang lebih luas dengan demikian sampel yang diambil juga semakin banyak sehingga lebih akurat hasilnya.
3. Pada penelitian selanjutnya disarankan menambahkan variabel bebas seperti kualitas produk, citra merek, harga Tedjakusuma (2001) dalam Andrianto.N Hendra sebagai variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian.