

## **BAB V**

### **PENUTUP**

Pada bab ini akan diuraikan tentang hasil dari semua data yang telah di uji yaitu (uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik yang berupa uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji regresi linier berganda, uji hipotesis yang meliputi uji t,dan uji F, serta uji koefisien determinasi) yang dianalisis secara mendetail. Bab ini berisi simpulan, keterbatasan dalam penelitian, dan saran untuk semua pihak.

#### **A. Simpulan**

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan pada bab IV, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Hipotesis pertama dalam penelitian ini yaitu “ terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kesadaran merek terhadap proses keputusan pembelian konsumen untuk produk Toyota Avanza di kota Palembang” dinyatakan diterima. Karena signifikan  $0,014 < 0,05$  .
2. Hipotesis kedua dalam penelitian ini yaitu “ terdapat pengaruh positif dan signifikan antara asosiasi merek terhadap proses keputusan pembelian konsumen untuk produk Toyota Avanza di kota Palembang” dinyatakan ditolak. Karena tingkat signifikan  $0,041 < 0,05$

3. Hipotesis ketiga dalam penelitian ini yaitu “ terdapat pengaruh positif dan signifikan antara persepsi kualitas terhadap proses keputusan pembelian konsumen untuk produk Toyota Avanza di Kota Palembang” dinyatakan diterima. Karena tingkat signifikan  $0,004 < 0.05$ .
4. Hipotesis keempat dalam penelitian ini yaitu “ terdapat pengaruh positif dan signifikan antara loyalitas merek terhadap proses keputusan pembelian konsumen untuk produk Toyota Avanza di Kota Palembang” dinyatakan diterima. Karena tingkat signifikan  $0,000 < 0.05$  .

## **B. Saran**

Berdasarkan dari hasil analisis dan pembahasan serta perumusan masalah yang telah dilakukan, maka adapun beberapa saran dalam penelitian ini, yaitu :

1. Saran untuk peneliti lainnya

Peneliti lainnya dapat melakukan penelitian dengan permasalahan yang serupa dengan menggunakan variabel independent lainnya.

2. Bagi perusahaan

Auto 2000 selaku dealer resmi toyota di kota palembang harus giat melakukan promosi – promosi guna meningkatkan penjualan produk yang lebih baik dari sebelumnya dan daya saing dengan produk mobil lainnya di level yang lebih tinggi .