

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh merek terhadap keputusan pembelian mobil Agya pada PT. Agung Automall Soekarno Hatta-Pekanbaru. Dari hasil penelitian terhadap model dan pengujian hipotesis yang dilakukan maka didapatkan beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil pengujian deskriptif sebagai berikut :
 - a. Citra merek dari PT. Agung Automall terhadap konsumen yang membeli mobil Agya sudah baik. Hal ini dibuktikan oleh sebagian besar setuju dengan pernyataan-pernyataan positif tentang citra merek yang dimiliki perusahaan.
 - b. Kepercayaan merek yang dimiliki oleh PT. Agung Automall dalam menjual mobil Agya sudah baik. Hal ini dibuktikan oleh sebagian setuju dengan pernyataan-pernyataan positif tentang kepercayaan merek yang dimiliki perusahaan.
2. Variabel citra merek (X1), dan kepercayaan merek (X2), secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap perubahan nilai keputusan pembelian (Y).
3. Koefisien determinasi model adalah 0,922. hal ini berarti bahwa 92,2% perubahan nilai variabel dependen keputusan pembelian (Y) dipengaruhi oleh variabel citra merek (X1), dan kepercayaan merek (X2). Selebihnya

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sebesar 7,8% perubahan nilai dependen dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada dalam model.

4. Pembuktian hipotesis secara parsial sebagai berikut :
 - a. Secara parsial variabel citra merek mempunyai berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mobil agya di PT. Agung Automall Pekanbaru.
 - b. Secara parsial variabel kepercayaan merek mempunyai berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mobil agya di PT. Agung Automall Pekanbaru.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan serta kesimpulan di atas maka peneliti memberikan saran kepada perusahaan dan penelitian yang akan datang :

1. Perusahaan harus menggunakan semua strategi bauran merek yaitu citra merek (X1) dan kepercayaan merek (X2) dalam rangka menarik konsumen untuk melakukan pembelian mobil Agya di PT. Agung Automall Pekanbaru.
2. Perusahaan harus meningkatkan kualitas sumber daya manusia dan sumber pendanaan untuk menjamin pelaksanaan citra merek (X1) dan kepercayaan merek (X2) berjalan dengan baik.