

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan analisis yang dilakukan dalam penelitian ini, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan *brand preference* berdasarkan atribut-atribut produk antara konsumen mobil Honda Brio dan mobil Daihatsu Ayla, dengan adanya perbedaan tersebut, penilaian konsumen mengenai *brand preference* berdasarkan atribut produk mobil Daihatsu Ayla lebih baik jika dibandingkan penilaian konsumen mengenai *brand preference* berdasarkan atribut produk mobil Honda Brio.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dalam penelien ini serta pembahasan yang telah dilakukan, maka saran yang dapat diberikan peneliti kepada perusahaan yang memproduksi mobil adalah sebagai berikut :

1. Bagi semua perusahaan mobil harus memperhatikan dan meningkatkan atribut-atribut produknya yang meliputi kualitas produk, fitur produk, gaya dan desain produk, merek, kemasan dan label karena dengan adanya atribut produk yang berkualitas dan dapat memenuhi kebutuhan konsumen dan akan meningkatkan kecenderungan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian, juga akan berdampak pada peningkatan keuntungan bagi perusahaan.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan pada penelitian ini, dapat semakin meluas dalam membandingkan masalah yang terjadi, tidak hanya dalam ruang lingkup *brand preference* berdasarkan atribut-atribut produknya.