

BAB VI

PENUTUP

6.1. Kesimpulan

Berikut adalah kesimpulan dari hasil pengolahan dan analisa:

1. Faktor yang paling berpengaruh untuk merek Toyota adalah faktor persepsi kualitas yang terdiri dari nyaman digunakan, fitur ramah lingkungan, fitur eco, banyak dikenal masyarakat, merekomendasikan kepada orang lain, dan sesuai kebutuhan.

2. Faktor yang paling berpengaruh untuk merek Daihatsu adalah faktor persepsi citra merek yang terdiri dari fitur ramah lingkungan, mudah diingat, diminati banyak orang, banyak dikenal masyarakat, merekomendasikan kepada orang lain, sesuai kebutuhan, dan ketertarikan membeli.

6.2. Saran

Untuk penelitian selanjutnya, sebaiknya dilakukan dengan menggunakan faktor yang lebih banyak.

DAFTAR PUSTAKA

Menyoal Mobil LCGC

<https://www.kompasiana.com/ujangkosim/54f912aba333112d3c8b4ae9/menyoal-mobil-lcgc> tanggal 27 Februari 2019

Munculnya Kebijakan Mobil Murah Dianggap Misterius

<https://finance.detik.com/industri/d-2361857/munculnya-kebijakan-mobil-murah-dianggap-misterius> tanggal 27 Februari 2019

Syarat bagi industri otomotif yang ingin mengikuti program low cost green car <http://www.kemenerin.go.id/artikel/6775/Menperin-Keluarkan-Peraturan-Mobil-LCGC> tanggal 7 Desember 2018

Armstrong, Gary dan Kotler, Philip, 2008, Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi 12, Erlangga: Jakarta.

Kotler dan Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13 Jakarta: Erlangga.

Philip Kotler, 2005, Manajemen Pemasaran, Jilid I dan II, PT. Indeks, Jakarta.

J. Stanton, William. 2007. Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi 7 Jilid 1. Jakarta. Penerbit Erlangga.

Kotler, Philip (2006). Manajemen Pemasaran, Edisi Pertama. Indonesia: PT. Indeks Kelompok. Gramedia.

Ferdinand, Augusty. 2006. Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan skripsi, Tesis, dan disertasi Ilmu Manajemen. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Yamit, Zulian. 2001, Manajemen Kualitas Produk dan Jasa, Yogyakarta: Ekonosia.

Durianto, dkk. 2003. Invasi Pasar dengan Iklan yang Efektif : Strategi, Program, dan Teknik Pengukuran. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Deretan Mobil Terlaris Semester Pertama 2018
<https://www.gaikindo.or.id/deretan-mobil-terlaris-semester-pertama-2018/> tanggal 20 Februari 2019

Kotler, Philip dan Keller, 2007, Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi. Kedua belas, PT. Indeks, Jakarta.

Harini. 2008. Makroekonomi Pengantar. PT Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.

Swastha, Basu dan Irawan. 2005, Manajemen Pemasaran Modern, Liberty, Yogyakarta.

Armstrong, Gary & Philip Kotler (2007). Marketing An Introduction (Eight Edition). New Jersey : Prentice Hall.

Santoso, Singgih. 2017. Statistik Multivariat dengan SPSS. PT Elex Media Komputindo: Jakarta.

Sekaran, Uma. *Research Method For Business (Metodologi Penelitian Untuk Bisnis)*, Edisi4. (Jakarta : Salemba 4. 2006). p. 32