

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Dari Hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan oleh peneliti pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Secara parsial variabel harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di PT Batam Cipta Industri dengan nilai t hitung sebesar 3,132 dan signifikansi 0,002.
2. Secara parsial variabel promosi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di PT Batam Cipta Industri dengan nilai t hitung sebesar 4,019 dan signifikansi 0,000.
3. Secara parsial variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di PT Batam Cipta Industri dengan nilai t hitung sebesar 4,118 dan signifikansi 0,000.
4. Secara simultan variabel harga, promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian konsumen di PT Batam Cipta Industri dengan nilai F hitung 113,899 dengan taraf signifikansi 0.000.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil dan pembahasan serta kesimpulan dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti pada bab sebelumnya, maka ada saran yang dapat disampaikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian terkait variabel harga yang berpengaruh secara parsial maupun simultan, saran yang dapat disampaikan kepada PT Batam Cipta Industri yaitu:

- a. Dalam pembahasan latar belakang , harga perumahan dan rumah toko (ruko) yang ditawarkan oleh PT Batam Cipta Industri cenderung tidak stabil dan mahal menurut konsumen, dalam permasalahan tersebut penulis menyarankan pihak perusahaan mempertimbangkan kembali aktifitas penetapan harga serta harga yang ditawarkan ke konsumen lebih disesuaikan kembali dengan fasilitas dan manfaat yang akan diterima konsumen sehingga tidak menimbulkan keraguan dalam diri konsumen saat melakukan pembelian unit rumah toko (ruko) dan perumahan.
- b. Dalam penjelasan yang diuraikan oleh peneliti pada bagian latar belakang, promosi yang dilakukan oleh PT Batam Cipta Industri selaku pihak developer hanya satu kali yaitu pada saat launching dengan promosi melalui pembagian brosur, papan reklame dan potongan harga sejumlah Rp.20.000.000 untuk konsumen yang melakukan pembelian pada 20 unit pertama. Kegiatan promosi yang kurang aktif dilaksanakan oleh PT Batam

Cipta Industri mengakibatkan penjualan kian mengalami penurunan, oleh karena itu penulis memberikan saran atau masukan kepada pihak perusahaan untuk menambah atau meningkatkan kegiatan-kegiatan promosi seperti melalui media social, mengikuti pameran property dipusat pembelian sehingga mampu menarik minat dan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian.

- c. Kurang maksimalnya kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT Batam Cipta Industri sering mengakibatkan timbulnya keraguan dalam diri konsumen dalam melakukan transaksi, Oleh sebab itu penulis menyarankan pihak PT Batam Cipta Industri untuk berusaha meningkatkan kualitas pelayanan terhadap konsumen karena dengan pelayanan yang lebih baik dan memuaskan dapat membuat konsumen lebih nyaman dan percaya untuk membeli unit rumah toko (ruko) dan perumahan yang dibangun oleh PT Batam Cipta Industri

2. Bagi peneliti selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan mampu menggunakan variabel dependen yaitu keputusan pembelian yang dapat diperluas atau ditambahkan ke variabel independen lainnya seperti kualitas produk, lokasi, gaya hidup, dll. dengan harapan hasil penelitian selanjutnya dapat memberikan hasil penelitian yang lebih baik.