BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Dari hasil pembahasan mengenai pengaruh promosi dan kualitas produk terhadap keputusan membeli rumah pada PT Fanindo Cipta Propertindo di kota batam, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Pemanfaatan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan membeli rumah pada PT Fanindo Cipta Propertindo di Kota Batam, karena pada penelitian uji T menunjukkan bahwa hipotesis diterima.
2. Pemanfaatan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan membeli rumah pada PT Fanindo Cipta Propertindo di Kota Batam, karena pada penelitian uji T menunjukkan bahwa hipotesis diterima.
3. Pemanfaatan promosi dan kualitas produk mampu menjelaskan keragaman dari keputusan membeli rumah pada PT Fanindo Cipta Propertindo di Kota Batam, karena pada penelitian uji F menunjukkan bahwa promosi dan kualitas produk bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan membeli rumah pada PT Fanindo Cipta Propertindo dan hipotesis diterima.

5.2 Saran

Untuk pengembangan lebih lanjut, maka penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Untuk promosi perusahaan, promosi yang menarik dapat menarik lebih banyak pembeli.

2. Untuk kualitas produk, penampilan yang bagus dan desain yang mewah memiliki peran penting dalam suatu kualitas, pembuatan produk pada saat diproduksi juga dapat meningkatkan keputusan pembeli terhadap produk yang ditawarkan.
3. Untuk meningkatkan keputusan membeli, perusahaan sebaiknya lebih memperhatikan kualitas produk yang ditawarkan kepada pembeli dan promosi perusahaan jika ingin membangun proyek lain kedepannya.
4. Untuk peneliti selanjutnya, dapat menjadikan penelitian ini sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya dan lebih baik dikembangkan lagi dengan variabel yang telah disebutkan di pembahasan uji koefisien determinasi, seperti lokasi, fasilitas perumahan, periklanan dan kepercayaan pembeli, serta variabel lainnya yang belum disebutkan.