

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Sesuai dengan hasil penelitian bahasan yang dipaparkan dalam bab sebelumnya, penarikan simpulannya yaitu:

1. Kualitas produk pengaruhnya tergolong positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian dengan t_{hitung} sebanyak $2,003 > t_{tabel} 1,970$ dan signifikan $0,046 < 0,05$. Dengan kata lain, muncul pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian.
2. Promosi pada perumahan Royal Grande di Batam pengaruhnya dikatakan positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan t_{hitung} sebesar $22,556 > t_{tabel} 1,970$ dan signifikan $0,011 < 0,05$. Dengan demikian, terdapat pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian.
3. Kualitas produk dan promosi pada perumahan Royal Grande di Batam pengaruhnya dianggap positif dan signifikan secara serentak terhadap keputusan pembelian dengan F_{hitung} sebesar $6,282 > F_{tabel} 3,04$ dan signifikan $0,002 < 0,05$. Hal ini menjadi indikasi bahwasanya makin bagus kualitas produk dan promosi, makin besar dampaknya terhadap keputusan pembelian perumahan Royal Grande di Batam.

5.2 Saran

Beberapa saran yang diajukan untuk bahan acuan bagi penelitian di masa yang akan datang yaitu:

1. Diekspektasikan bahwa bisa dilakukan pengembangan pada penelitian berikutnya yakni mengenai populasi dan sampel yang kuantitasnya lebih besar dan tak sekadar memprioritaskan variabel kualitas produk. Variabel-variabel lain yang ada kaitannya bisa diterapkan.
2. Penelitian berikutnya supaya bisa diperluas atau ditingkatkan populasi dan sampelnya, tak hanya mengacu pada variabel promosi, tetapi juga variabel-variabel lain yang memiliki keterkaitan.
3. Penelitian di masa yang akan datang supaya bisa dilakukan pengembangan terkait dengan ditingkatkannya populasi dan sampel, tak sekadar fokus pada variabel keputusan pembelian, namun juga bisa menggunakan variabel-variabel lainnya.
4. Pihak PT. Royal Property supaya mengingatkan kualitas produk dan promosi melalui media promosi sehingga banyak *customer* yang akan tertarik.