

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab IV, sehingga simpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Desain Produk (X1) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) rumah PT Ciptatama Griya Prima, dikarenakan hasil uji t menunjukkan nilai positif namun  $t_{table}$  lebih kecil dari  $t_{tabel}$ .
2. *Word Of Mouth* (X2) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) rumah PT Ciptatama Griya Prima, dikarenakan hasil uji t menunjukkan nilai positif namun  $t_{tabel}$  lebih kecil dari  $t_{tabel}$ .
3. Kualitas Informasi (X3) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) rumah PT Ciptatama Griya Prima, dikarenakan hasil uji t menunjukkan nilai positif dan  $t_{tabel}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$ .
4. Desain Produk (X1), *Word Of Mouth* (X2), Kualitas Informasi (X3) berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian (Y) rumah PT Ciptatama Griya Prima, dikarenakan hasil uji F menunjukkan nilai  $F_{hitung}$  lebih besar  $F_{tabel}$ .

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan di atas, terdapat saran yang ingin disampaikan peneliti adalah sebagai berikut :

1. Bagi PT Ciptatama Griya Prima

Dalam upaya meningkatkan keputusan pembelian rumah, diharapkan PT Ciptatama Griya Prima dapat tetap mempertahankan desain rumah yang minimalis, bervariasi dan mengikuti zaman, tetap memperhatikan kepuasan konsumen supaya menimbulkan keinginan untuk membicarakan hal - hal positif mengenai perusahaan sehingga konsumen akan merekomendasikan dan mengajak orang sekitarnya. PT Ciptatama Griya Prima juga diharapkan dapat meningkatkan kualitas informasi sehingga konsumen bisa memperoleh informasi dengan tepat waktu, akurat, relevan dan jelas supaya dapat lebih meyakinkan konsumen dalam pengambilan keputusan dan meningkatkan kepercayaan konsumen untuk membeli rumah dengan perusahaan.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan bisa dijadikan referensi dan masukan sehingga dapat memperoleh pemahaman lebih lanjut, dan peneliti merekomendasikan untuk meneliti pengaruh lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian rumah PT Ciptatama Griya Prima. Peneliti selanjutnya juga bisa menambahkan variabel selain desain produk, *Word Of Mouth*, dan kualitas produk melainkan seperti kualitas produk, strategi promosi, dan kepercayaan supaya informasi yang diperoleh lebih banyak.