

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan penelitian mengenai pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian Rumah Sederhana Sehat Griya Sako Permai di PT. Ogan Graha Mandiri Palembang, terdapat beberapa kesimpulan mengenai analisis statistik deskriptif yaitu dari 16 butir pernyataan yang disebar kepada responden, terdapat 3 pernyataan dengan jawaban terbanyak menyatakan “Tidak Setuju”. Butir-butir pernyataan tersebut adalah sebagai berikut:

1. “Perumahan GSP tersedia dalam berbagai tipe”.
2. “Rumah GSP memiliki harga terjangkau”.
3. “Pemberian hadiah kepada konsumen RSS GSP menarik perhatian saya”.

Dari pengujian statistis f dan pengujian statistik t, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel kualitas produk, harga dan promosi bersama-sama secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
2. Variabel kualitas produk secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

3. Variabel harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
4. Variabel promosi secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
5. Variabel kualitas produk, harga dan promosi mampu menjelaskan variabel keputusan pembelian sebesar 45%, selebihnya sebesar 55% dijelaskan oleh variabel lain.

## **5.2 Saran**

Dari hasil penelitian ada beberapa saran yang dapat disampaikan, yaitu:

1. Pihak pengembang perumahan Griya Sako Permai perlu menyediakan berbagai tipe bangunan yang variatif dengan kesesuaian dari kebutuhan konsumen itu sendiri.
2. Harga yang semakin bervariasi, membuat pihak pengembang perlu memberikan harga jual yang bersaing sesuai dengan ketentuan tipe bangunan.
3. Pemberian hadiah kepada konsumen, sebaiknya dilakukan dengan periode-periode rutin, tidak hanya dalam periode promosi penghabisan rumah per tahapnya saja.
4. Perumahan Griya Sako Permai masih perlu meningkatkan kualitas rumah menjadi lebih baik lagi. Peningkatan tersebut adalah

memberikan material bangunan dengan kelas menengah atau dengan kualitas yang lebih layak lagi.

5. Harga yang ditawarkan seharusnya lebih ekonomis lagi, agar masyarakat menengah kebawah dapat memiliki hunian bersubsidi yang layak dari pemerintah.
6. Cara promosi yang digunakan perlu ditingkatkan lagi, agar banyak konsumen-konsumen yang tertarik untuk mencari tahu mengenai informasi yang lebih lengkap. Peningkatan promosi dapat dilakukan dengan cara pemasangan iklan media elektronik baik televisi maupun radio agar perumahan Griya Sako Permai semakin dikenal masyarakat.
7. Penelitian ini hanya mengukur variabel produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian, untuk itu diharapkan pada penelitian mendatang dapat meneliti variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian terhadap produk RSS ini.