

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan serta pembahasan pada Bab IV, Maka kesimpulan yang dapat ditarik adalah sebagai berikut:

1. Lokasi tidak menimbulkan konsumen untuk membeli Cluster Asera One West di PT Lumbang Sapta Realindo, hal ini dikarenakan lokasi yang sedikit jauh dari akses transportasi umum
2. Harga dapat menimbulkan konsumen untuk memutuskan membeli Cluster Asera One West di PT Lumbang Sapta Realindo, hal ini dikarenakan Harga yang ditawarkan sangat bervariasi dan sesuai dengan unit perumahan yang di tawarkan untuk kalangan milenial pada saat ini.
3. Promosi dapat menimbulkan minat konsumen untuk membeli Cluster Asera One West di PT Lumbang Sapta Realindo, hal ini dikarenakan banyak sekali promosi menarik yang diberikan berupa cicilan bunga yang rendah dan uang DP yang rendah juga.
4. Lokasi, Harga dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Cluster Asera One West di PT Lumbang Sapta Realindo, hal ini menunjukkan bahwa ketika dilakukan pengujian secara simultan ketiga variabel bebas ini ada keterkaitan antar variabel terhadap variabel keputusan pembelian. Yaitu apabila lokasi, harga, dan promosi sudah baik, maka tentu akan meningkatkan minat konsumen dalam keputusan pembelian perumahan di Cluster Asera One West di PT Lumbang Sapta Realindo.

5.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan diatas, maka penulis memberikan beberapa masukan yang bermanfaat untuk PT Lumbang Sapta Realindo dalam menentukan kebijakan perusahaan yang berkaitan dengan *lokasi*,

harga, dan promosi, serta keputusan pembelian dimasa yang akan datang yakni sebagai berikut:

1. Bagi pihak perusahaan, melihat dari hasil kuesioner terdapat pernyataan yang mempunyai nilai kecil Dimana akses yang di lalui untuk menuju cluster terdapat hambatan seperti rusaknya jalan, sering nya banjir dan sangat ramai atau padat. Lebih baik nya melihat sisi akses yang buruk pihak PT lumbung Sapta Realindo memberikan sesuatu nilai plus untuk menutupi kekurangan dan akses jalan tersebut.
2. Melihat dari hasil kuesioner terdapat point paling tinggi pada variable harga, dimana harga sesuai dengan kualitas rumah yang diberikan membuat ketertarikan kepada konsumen untuk membeli cluster asera one west. Untuk pihak PT lumbung sapta realindo untuk terus mempertahankan kualitas rumah yang ada dengan memberikan harag yang sesuai dengan apa yang diberikan.
3. Melihat hasil kuesioner terdapat point paling tinggi pada variable promosi, dimana promosi yang ditawarkan kepada konsumen memiliki keuntungan yang banyak kepada konsumen tersebut. Maka untuk pihak pengelola agar lebih mempertahankan promosi-promosi yang mengedepankan keuntungan kepada konsumen agar para konsumen baru akan berdatangan untuk membeli cluster asera one west tersebut.
4. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan mampu memberikan masukan, pengetahuan dan pemahaman mengenai lokasi, harga dan promosi terhadap pengambilan keputusan pembelian perumahan cluster asera one west di PT Lumbung Sapta Realindo, dan juga dapat menjadi referensi untuk meneruskan penelitian yang lebih detail dari pada penelitian ini, dan jika penelitian berikutnya mungkin dapat memperbanyak variabel-variabel yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian sehingga lebih memperkaya penelitian yang akan diteliti selanjutnya.