

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari analisis penelitian dan pembahasan Tentang Pengaruh Lokasi, *Personal Selling* Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan PT.Symbol Nusantara Land maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Bahwa hasil pengujian secara parsial variabel Lokasi berpengaruh terhadap keputusan Pembelian konsumen PT.Symbol Nusantara Land. Lokasi yang strategis akan berdampak pada meningkatnya keputusan pembelian.
2. Bahwa hasil pengujian secara parsial variabel *Personal Selling* berpengaruh terhadap keputusan pembelian. *Personal Selling* yang dilakukan secara baik maka dapat mempengaruhi calon konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.
3. Bahwa hasil pengujian secara parsial variabel Persepsi Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Harga merupakan salah satu hal yang penting bagi para calon konsumen dalam melakukan keputusan pembelian.
4. Bahwa hasil pengujian secara simultan variabel Lokasi, *Personal Selling* dan Persepsi Harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat keputusan pembelian konsumen PT.Symbol Nusantara Land sebesar 33,1% sedangkan sisanya yaitu 66,9% di jelaskan oleh sebab-sebab lain yang ada diluar variabel pada penelitian ini.

5.2 Implikasi Manajerial

1. Agar adanya transaksi pembelian yang meningkat maka diharapkan PT.Symbol Nusantara Land lebih memperhatikan pemilihan Lokasi yang strategis dalam pembangunan unit perumahan agar dapat menarik konsumen. Dalam hasil penelitian ini Lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
2. Dalam hal *Personal Selling* mempunyai peran penting dalam mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian, yaitu dengan menjelaskan

secara langsung tentang produk yang ditawarkan. maka dari itu diharapkan PT.Symbol Nusantara Land harus lebih meningkatkan lagi dalam komunikasi dua arah antara penjual dan para konsumen agar meningkatkan pembelian dan membangun hubungan baik dengan konsumen

3. Persepsi Harga merupakan faktor penting dalam melakukan keputusan pembelian. Harga sangat mempengaruhi persepsi pelanggan. Maka dari itu diharapkan PT.Symbol Nusantara Land harus memperhatikan tentang penentuan harga yang cocok berdasarkan target pasar, model, bahan baku yang dipakai, kualitas dan manfaat dari produk yang ditawarkan.

