

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini diinginkan agar memperoleh pengetahuan akan pengaruh kualitas produk, serta lokasi terhadap kepuasan pelanggan properti Grand Duta City Bekasi pada Pt Panen Properti Indonesia. Menurut perolehan analisis data serta pembahasan melalui perolehan penelitian, maka mampu didapatkan kesimpulan bahwasanya:

1. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan properti Grand Duta City Bekasi pada Pt Panen Properti Indonesia. Hal tersebut menunjukkan semakin tinggi kualitas produk yang ditawarkan oleh Grand Duta City Bekasi, maka tingkat kepuasan pelanggan juga akan semakin tinggi. Kualitas produk dalam penelitian ini mencakup beberapa aspek seperti, desain produk yang modern dan sesuai dengan kebutuhan konsumen, bahan bangunan yang berkualitas tinggi, keamanan properti yang terjamin, serta fasilitas pendukung seperti akses jalan, taman, dan area publik yang nyaman.
2. Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan properti Grand Duta City Bekasi pada Pt Panen Properti Indonesia. Hal tersebut menunjukkan semakin strategis lokasi properti, semakin besar.

kemungkinan pelanggan merasa puas dengan keputusan pembelian mereka, karena properti tersebut lebih mudah dijangkau dan memiliki nilai investasi yang lebih tinggi di masa depan.

3. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli properti Grand Duta City Bekasi pada Pt Panen Properti Indonesia. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin baik kualitas produk yang ditawarkan oleh Grand Duta City Bekasi, maka semakin tinggi minat konsumen untuk membeli properti tersebut. Dengan demikian, pengembang properti perlu terus meningkatkan kualitas produk agar tetap kompetitif dan menarik bagi calon pembeli.
4. Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli properti Grand Duta City Bekasi pada Pt Panen Properti Indonesia. Hal tersebut menunjukkan konsumen lebih cenderung memilih properti yang berada di lokasi yang strategis dan mudah diakses. Properti dengan lokasi yang baik akan lebih menarik bagi calon pembeli karena dianggap lebih menguntungkan dalam jangka panjang, baik untuk dihuni sendiri maupun sebagai investasi.
5. Minat beli berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan properti Grand Duta City Bekasi pada Pt Panen Properti Indonesia. Hal tersebut menunjukkan konsumen yang memiliki minat beli tinggi terhadap suatu properti cenderung memiliki harapan dan ekspektasi yang tinggi terhadap properti tersebut.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi penelitian selanjutnya agar dapat menggunakan metode yang lebih luas, menambah jumlah responden, serta melakukan kajian dengan rentang waktu yang lebih panjang untuk memperoleh hasil yang lebih komprehensif. Dalam penelitian ini, terdapat beberapa keterbatasan yang dihadapi, antara lain:

1. Keterbatasan Dana

Penelitian ini dilakukan dengan sumber daya yang terbatas, sehingga terdapat keterbatasan dalam jumlah sampel yang dapat dijangkau. Biaya yang tersedia membatasi penggunaan metode penelitian yang lebih luas, seperti wawancara mendalam atau survei dengan cakupan area yang lebih besar. Pembiayaan dalam pencetakan kuesioner, perjalanan ke lokasi penelitian, serta analisis data dengan perangkat lunak berbayar juga menjadi tantangan tersendiri.

2. Keterbatasan Waktu

Penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu yang relatif singkat, sehingga belum dapat menggali lebih dalam faktor-faktor lain yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan dan minat beli properti. Keterbatasan waktu juga berdampak pada proses pengambilan data, yang menyebabkan jumlah responden yang diikutsertakan masih dalam jumlah terbatas. Selain itu, waktu yang terbatas menyebabkan penelitian ini belum dapat

membandingkan hasilnya dengan tren pasar properti dalam jangka waktu yang lebih panjang.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil dari analisis penelitian serta pembahasan terkait pengaruh kualitas produk dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan melalui minat beli properti Grand Duta City Bekasi pada Pt Panen Properti Indonesia, jadi peneliti mengungkapkan implikasi manajerial seperti berikut:

1. Bagi Perusahaan

- a) Untuk Kualitas Produk, Indikator X1.4 memiliki nilai 0.560, yang lebih rendah dibandingkan indikator lain seperti X1.1 (0.752) dan X1.5 (0.759). Hal ini menunjukkan bahwa indikator ini kurang kuat dalam mencerminkan kualitas produk dibandingkan indikator lainnya. Faktor ini mungkin disebabkan oleh aspek keandalan atau fitur tambahan produk yang tidak cukup meyakinkan pelanggan. Disarankan perusahaan harus selalu memonitoring kualitas produk dari Grand Duta City Bekasi berfokus pada peningkatan kualitas produk melalui kinerja yang efektif, ini bisa melibatkan kesesuaian dengan spesifikasi yang konsisten, peningkatan ketahanan pada produk, dan estetika untuk memastikan produk mereka tetap relevan dan berkualitas tinggi. Pengawasan kualitas yang ketat dan tanggapan cepat terhadap umpan balik pelanggan sangat

penting untuk memastikan produk yang dihasilkan memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.

- b) Untuk Lokasi, Indikator X2.1 memiliki nilai 0.532 yang merupakan nilai terendah dalam kelompok variabel lokasi. Hal ini mengindikasikan bahwa faktor aksesibilitas atau kemudahan jangkauan lokasi masih kurang optimal dalam memengaruhi persepsi pelanggan. Perusahaan harus lebih bisa meningkatkan strategi lokasi yang tepat agar dapat memaksimalkan keuntungan bagi lokasi yang mengacu pada akses, visiabilitas, lalu lintas, tempat parkir dan ekspansi agar mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen.
- c) Untuk kepuasan pelanggan, Indikator Y1.2 memiliki nilai 0.716 yang lebih rendah dibandingkan indikator lain dalam kelompok ini. Ini menunjukkan bahwa aspek tertentu dari kepuasan pelanggan, seperti pelayanan atau harga, mungkin tidak sepenuhnya sesuai dengan harapan mereka. perusahaan harus lebih berfokus pada peningkatan kepuasan pelanggan sebagai prioritas utama, ini bisa dilakukan dengan memberikan pengalaman pelanggan yang luar biasa, menyediakan layanan jual yang baik, dan memastikan proses pembelian yang mudah dan menyenangkan. Mendengarkan dan merespons umpan balik pelanggan dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas. Platform media sosial dan survei pelanggan dapat digunakan untuk mendapatkan wawasan tentang kepuasan pelanggan.

d) Untuk Minat Beli, Indikator Z1.1 memiliki nilai 0.732 yang merupakan nilai terendah dalam variabel ini. Hal ini dapat mengindikasikan bahwa faktor kepercayaan terhadap produk atau promosi masih perlu ditingkatkan. Perusahaan dapat menerapkan strategi menggunakan media digital, testimoni pelanggan, dan program diskon untuk menarik calon pembeli dengan strategi ini, perusahaan dapat meningkatkan minat beli dan daya saing di pasar properti.

2. Untuk Peneliti Selanjutnya

- a) Peneliti selanjutnya sebaiknya melibatkan sampel yang lebih luas dan beragam untuk mendapatkan hasil yang lebih *generalizable*. Misalnya, melibatkan berbagai segmen pelanggan dari industri yang berbeda atau wilayah geografis yang berbeda
- b) Dapat mempertimbangkan penambahan variabel lain yang mungkin mempengaruhi kepuasan pelanggan, seperti kualitas pelayanan, harga atau variabel lainnya. Menguji peran mediasi atau moderasi variabel lain, seperti kepercayaan atau komitmen pelanggan, dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif.
- c) Menggunakan metode penelitian yang beragam seperti studi kualitatif atau campuran dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam. Misalnya, wawancara mendalam dengan pelanggan dapat mengungkapkan motivasi dan persepsi yang lebih dalam dibandingkan dengan survey.