

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang mengacu pada bab-bab sebelumnya dengan menggunakan analisa deskriptif, verifikatif, dan uji hipotesis menggunakan regresi linier berganda dengan memakai program SPSS 20 maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel atribut produk secara signifikan memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian. Atribut produk merupakan unsur yang berperan penting memberikan daya tarik agar konsumen membeli produk yang ditawarkan. Faktor Atribut produk yaitu keragaman produk, daya tahan bangunan, kesesuaian spesifikasi hasil produk adalah tiga faktor yang mempunyai tiga skor terendah yaitu yang harus lebih diperhatikan selain faktor lainnya, walaupun tetap secara keseluruhan atribut produk memberikan kepuasan kepada responden dan merupakan faktor yang dipertimbangkan saat pembelian rumah yang dilakukan konsumen
2. Variabel *personal selling* adalah interaksi antara pembeli dan penjual, sikap dan perilaku dari wiraniaga (tenaga penjual) sangat mempengaruhi persepsi pembeli untuk

pengambilan keputusan pembelian. *Personal selling* secara signifikan memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian. Beberapa hal yang harus diperbaiki berdasarkan hasil penelitian adalah bahwa tenaga penjual belum memahami fungsi dari *personal selling* secara keseluruhan. Adaya hasil dari penelitian tentang kurangnya pemahaman tentang konsumen, dari mulai menangani keberatan kosumen, menentukan kebutuhan konsumen, dan indikator lain yang berhubungan dengan *personal selling*. Kemampuan *personal selling* seharusnya tidak hanya menjual produk, tetapi seseorang yang termotivasi, intensif dan kompeten untuk melakukan komunikasi dengan calon pembeli untuk memenuhi kebutuhan konsumen, sesuai dengan penelitian **Stephan Anthonisz and Chad Perry (2015)** walaupun secara keseluruhan *personal selling* mempengaruhi secara signifikan dan memberikan skor yang tinggi terhadap keputusan pembelian produk

3. Variabel atribut produk dan *personal selling* secara signifikan dan bersama sama memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian. Keputusan pembelian rumah dilakukan konsumen adalah sudah cukup tepat. Konsumen beranggapan bahwa memiliki rumah adalah suatu keharusan, dengan atribut produk yang ditawarkan dan *personal selling* sebagai tenaga penjual. cukup

memberikan layanan kepada konsumen. Secara keseluruhan konsumen merasa cukup puas membeli rumah produk Matahari Land Property, walaupun belum tentu untuk konsumen merekomendasikan ke pada pihak lain.

5.2 Saran

Berdasarkan penilaian responden dalam penelitian ini, upaya yang sebaiknya dilakukan oleh Matahari Land Property sebagai berikut :

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa atribut produk yang terdiri dari kualitas produk, fitur produk dan desain produk merupakan faktor yang dipertimbangkan pada saat konsumen akan mengambil keputusan pembelian rumah yang penting ketika konsumen akan melakukan pembelian. Seperti yang sudah dijelaskan dalam implikasi manajerial, indikator atribut produk yang diteliti berdasarkan pendapat responden dalam katagori cukup, meskipun begitu ada beberapa hal yang harus ditingkatkan adalah kualitas bangunan, keragaman produk, dan desain. Alternatif yang disarankan adalah dibangunnya hunian dengan berbagai ragam pilihan bagi konsumen, dikembangkan desain rumah tinggal dengan arsitektur yang inovatif, berbagai type ukuran luas rumah dan luas tanah barvariasi, dengan kualitas

lebih baik dari sekarang, sehingga pilihan hunian bagi konsumen dalam suatu kompleks tersebut lebih banyak dan mempunyai perbedaan/variasi yang cukup signifikan antar rumah yang satu dengan rumah lainnya. Begitu pula dengan perumahan lain yang sekelas sehingga memiliki ciri khas tersendiri.

2. Pemasaran melalui *personal selling* adalah bentuk pemasaran yang banyak dijumpai pada produk perumahan. Membeli rumah adalah keputusan besar bagi setiap individu, hal ini harus diimbangi dengan kehandalan tenaga penjual sebagai mediator pengetahuan tentang produk yang akan dibeli konsumen. Seperti yang dijelaskan dalam implikasi majerial penulis menyarankan seleksi yang efektif pada saat perekrutan calon wiraniaga atau *seorang personal selling*, adanya pelatihan dengan tujuan untuk mengenal produk – produk perusahaan sehingga para wiraniaga dapat memenuhi fungsinya sebagai tenaga penjual, mencapai prestasi yang efektif dan mengerti prosedur tentang proses *personal selling*, Peningkatan kualitas *personal selling* bisa meningkatkan target perusahaan, yaitu keputusan pembelian rumah–rumah yang ditawarkan, sehingga bisa mempertahankan perusahaan dalam jangka panjang.

3. Diharapkan penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan, adanya penelitian selanjutnya sangat diharapkan sebagai upaya untuk mengetahui kebutuhan dan orientasi konsumen yang terus berkembang akibat perubahan kualitas hidup untuk memenuhi kebutuhan rumah yang merupakan kebutuhan dasar manusia.

