

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan data yang telah ditemukan dalam penelitian di lapangan dan setelah diolah tentang pengaruh produk, harga (uang muka), lokasi dan promosi terhadap penjualan perumahan subsidi pada PT. Mega Saputra Persada adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis deskriptif terlihat bahwa variabel produk, harga (uang muka), lokasi dan promosi terhadap penjualan perumahan subsidi pada PT. Mega Saputra Persada termasuk kedalam skala tinggi, hal ini dapat dilihat dari skor rata-rata yang dihasilkan variabel produk sebesar 3,98, harga sebesar 4,09, lokasi sebesar 3,96, promosi sebesar 3,91 dan penjualan sebesar 4,04.
2. Produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan perumahan subsidi pada PT. Mega Saputra Persada. Perhitungan yang diperoleh  $t$  hitung untuk  $X_1$  sebesar 2,366 lebih besar dari  $t$  tabel 1,657 dan dengan signifikansi sebesar 0,019 lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05.
3. Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan perumahan subsidi pada PT. Mega Saputra Persada. Hasil perhitungan yang diperoleh  $t$  hitung untuk  $X_2$  sebesar 5,235 lebih besar dari  $t$  tabel 1,657 dan dengan signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05.
4. Lokasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan

perumahan subsidi pada PT. Mega Saputra Persada. Hasil perhitungan yang diperoleh  $t$  hitung untuk  $X_3$  sebesar 2,480 lebih besar dari  $t$  tabel 1,657 dan dengan signifikansi sebesar 0,014 lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05.

5. Lokasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan perumahan subsidi pada PT. Mega Saputra Persada. Hasil perhitungan yang diperoleh  $t$  hitung untuk  $X_4$  sebesar 2,189 lebih besar dari  $t$  tabel 1,657 dan dengan signifikansi sebesar 0,030 lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05.
6. Produk, harga (uang muka), lokasi dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan perumahan subsidi pada PT. Mega Saputra Persada. Hasil perhitungan yang diperoleh  $F$  hitung untuk  $X_5$  sebesar 19,462 lebih besar dari  $t$  tabel 2,44 dan dengan signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05.
7. Harga memiliki pengaruh paling dominan terhadap penjualan perumahan subsidi pada PT. Mega Saputra Persada dibandingkan pada variabel dependent lainnya yaitu harga (uang muka) sebesar 5,235.
8. Produk, harga (uang muka), lokasi dan promosi memiliki besarnya persentase pengaruh pada penjualan perumahan subsidi di PT. Mega Saputra Persada sebesar 0.354 atau 35,4%.

### **5.1. Saran**

Berdasarkan hasil pembahasan dari bab sebelumnya, peneliti memberikan sumbangan saran dalam hasil penelitian ini yaitu:

1. Bagi Penelitian Mendatang

- a. Hendaknya peneliti selanjutnya memperdalam penelitian dari berbagai sudut pandang agar menjadi suatu penelitian yang lengkap dan dapat digunakan oleh semua pihak terkait dan memperluas ruang lingkup penelitian.
  - b. Hendaknya variabel penelitian lebih dikembangkan lagi sehingga kemampuan mengukurnya lebih baik dari segi analisis data yang akan digunakan. Hal ini karena penjualan perumahan subsidi di PT. Mega Saputra Persada dapat dijelaskan oleh variabel lain selain variabel produk, harga, lokasi dan promosi.
2. Bagi Produsen Perumahan Subsidi PT. Mega Saputra Persada
- a. Disarankan kepada PT. Mega Saputra Persada dapat terus memberikan kualitas yang lebih baik lagi sesuai dengan peningkatan kebutuhan masyarakat akan perumahan subsidi saat ini seperti peningkatan fasilitas umum dan yang lainnya.
  - b. Hendaknya PT. Mega Saputra Persada dapat memberikan harga (uangmuka) yang ekonomis bagi semua kalangan konsumen tidak mengurangi kualitas produknya pada perumahan subsidi tersebut. Dalam hasil penelitian ini responden menilai harga dari perumahan subsidi PT. Mega Saputra Persada memiliki harga uang muka yang cukup tinggi dibandingkan pesaingannya.
  - c. Bagi perusahaan PT. Mega Saputra Persada hendaknya terus memperbaiki fasilitas lokasi perumahan karena responden (pembeli) menilai fasilitas yang ada di setiap perumahan baik perumahan Viona Village, Bukit Baru

Residence 4 dan Gandaria Green Residence yang masih jauh dari fasilitas cukup baik seperti mini market, pasar, sekolah, tempat ibadah dan lain-lain.

- d. Dalam hasil penelitian, dimana promosi memiliki pengaruh terendah terhadap penjualan perumahan subsidi di PT. Mega Saputra Persada, sehingga perusahaan PT. Mega Saputra Persada harus lebih meningkatkan promosi dalam memasarkan produknya seperti meningkat *advertising* atau Iklan (koran, media radio, media televisi, dan lain sebagainya) dan *personal selling*.

