

## V. KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, hipotesis awal yang diajukan adalah dapat diterima dengan alasan sebagai berikut.

1. Hasil regresi linear berganda membuktikan faktor pribadi (X1), faktor produk (X2) dan faktor situasi (X3) berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap keputusan pembelian konsumen dalam membeli rumah di Perumahan Wismamas Kemiling Estate Bandar Lampung.
2. Faktor pribadi (X1), faktor produk (X2) dan faktor situasi (X3) memberikan sumbangan sebesar 42,8% terhadap keputusan konsumen dalam membeli rumah di Perumahan Wismamas Kemiling Estate Bandar Lampung, dan sisanya sebesar 57,2% diberikan oleh variabel lain yang tidak diidentifikasi dalam penelitian ini.
3. Hasil analisis kuantitatif membuktikan bahwa faktor pribadi merupakan pengaruh dominan bagi konsumen dalam membuat keputusan pembelian rumah, hal tersebut berdasarkan nilai  $\beta$  sebesar 0,494. Sedangkan berdasarkan hasil analisis deskriptif, terlihat bahwa situasi pembelian merupakan pengaruh dominan dari faktor situasi yang mempengaruhi keterlibatan konsumen dalam pembelian rumah di Perumahan Wismamas Kemiling Estate Bandar

Lampung. Hal ini Terlihat dari nilai paling besar (4,29) diantara dimensi-dimensi yang lain.

## 5.2 Saran

Saran yang dapat direkomendasikan dari hasil penelitian adalah sebagai berikut :

1. Sebaiknya Perumahan Wismamas Kemiling Estate Bandar Lampung memperhatikan faktor pribadi dari dimensi kebutuhan, kepentingan dan keinginan karena merupakan hal utama yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam membuat keputusan pembelian rumah di Perumahan Wismamas Kemiling Estate Bandar Lampung. Salah satu cara yang dapat dilakukan oleh perusahaan adalah dengan menciptakan suatu hunian yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen serta perusahaan harus dapat menanamkan persepsi dalam ingatan konsumen sebagai pengembang perumahan yang menyediakan hunian yang sesuai dengan kebutuhan dan kepentingan pribadi konsumen.
2. Perusahaan disarankan untuk dapat meningkatkan kegiatan promosi, seperti brosur, pameran, media periklanan, dan lain-lain tujuannya tentu saja untuk memberikan informasi yang jelas mengenai hunian yang akan ditawarkan kepada konsumen. Perusahaan harus menyediakan informasi yang lebih lengkap yang dibutuhkan oleh konsumen agar konsumen tidak mengalami kesulitan dalam pencarian informasi. Selain itu perusahaan juga harus memperhatikan kedua variabel lainnya yaitu faktor produk dan faktor situasi.

3. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini pada alat analisis, variabel-variabel lain yang belum dibahas dalam penelitian ini, ataupun dapat mengembangkan pada obyek lain sehingga dapat digunakan sebagai bahan perbandingan.