

BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil analisis mengenai pengaruh *Product*, *Price*, *Place* dan *Promotion* terhadap minat beli di perumahan tunggal persada *residence* Medan, maka kesimpulan yang dapat diambil dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *Product* berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap minat beli di perumahan tunggal persada *residence* Medan. Hal ini menunjukkan semakin baik kualitas produk, maka akan meningkatkan minat pembelian dengan dibuktikan adanya nilai koefisien beta sebesar 4,358 dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Artinya ketika perusahaan meningkatkan kualitas, desain, nama merek dan keanekaragaman produk, maka minat beli di perumahan tunggal persada *residence* Medan juga semakin meningkat.
2. *Price* berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap minat beli di perumahan tunggal persada *residence* Medan. Hal ini menunjukkan bahwa bila harga terlalu mahal, maka produk yang bersangkutan tidak akan terjangkau oleh pasar sasaran dan minat beli konsumen cenderung menurun terhadap produk, dibuktikan dengan nilai koefisien beta sebesar 2,644 dan nilai signifikansi sebesar $0,010 > 0,05$. Artinya ketika perusahaan memberikan harga yang sesuai dengan kualitas produk dan manfaat, maka minat beli di perumahan tunggal persada *residence* Medan juga semakin meningkat.
3. *Place* berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap minat beli di perumahan tunggal persada *residence* Medan. Hal ini menunjukkan bahwa alasan penghuni perumahan membeli adalah lokasi yang strategis, nyaman, dan aman, dibuktikan dengan nilai koefisien beta sebesar 3,701 dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$.
4. *Promotion* berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap minat beli di perumahan tunggal persada *residence* Medan. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien beta sebesar -3,370 dan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$. Artinya ketika perusahaan melakukan iklan, potongan harga, dan mengenalkan produk melalui media sosial maka minat beli di perumahan tunggal persada *residence* Medan juga semakin meningkat.

6.2. Saran

Berdasarkan hasil dan kesimpulan yang telah dipaparkan, berikut saran yang diharapkan dapat menjadi masukan bagi perumahan tunggal persada *residence* Medan dalam meningkatkan minat beli konsumen:

- a. Berdasarkan hasil variabel produk, adapun upaya yang dapat dilakukan pada perumahan tunggal persada *residence* Medan dalam meningkatkan minat beli adalah:
 1. Penggunaan konstruksi bangunan yang berkualitas dengan bahan beton yang bertulang, menggunakan bahan bangunan kayu, menggunakan bahan baja yang seluruhnya telah memenuhi SNI. sesuai standar kualitas layak huni, Agar kualitas rumah lebih bagus dan setiap bahan bangunan dapat bertahan lama.
 2. Memberikan jaminan perbaikan gratis jika ada kerusakan yang berhubungan dengan bangunan selama 3 bulan pemakaian, dengan syarat dan ketentuan (kecuali bencana alam) yang diberikan oleh perumahan tunggal persada *residence* Medan, seperti dinding retak, plafon rusak dan wc tersumbat. Ini akan meningkatkan nilai jual rumah dan memberikan kepercayaan kepada calon pembeli bahwa rumah siap dihuni.
 3. Menyediakan air bersih yang dapat memenuhi kebutuhan pelanggan.
 4. Menyediakan atau bekerjasama dengan jasa pengangkut sampah untuk memudahkan penghuni menjaga lingkungan yang bersih.

- b. Berdasarkan hasil variabel promosi, adapun upaya yang dapat dilakukan pada perumahan tunggal persada *Residence* Medan dalam meningkatkan minat beli adalah:
 1. Membuat konten berupa foto dan video yang dapat menunjukkan nilai yang ditawarkan dari perumahan tersebut. Dilakukan dengan cara mempromosikan perumahan tersebut di media sosial seperti instagram, facebook, dan tik-tok dengan konsisten dan terjadwal.
 2. Mengikuti pameran properti di berbagai tempat untuk memberitahu dan mengenalkan perumahan tersebut