BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan pengolahan data yang telah di kaji, dapat disimpulkan sebagai berikut;

1. Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara Persepsi Harga (X1) terhadap terhadap Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Subsidi Pejambon di PT. Citra Lestari Propertindo. Dengan nilai T_{hitung} untuk Persepsi Harga sebesar 4,981 > T_{tabel} sebesar 1,661 dengan probabilitas sebesar 0,000 < 0,05.
2. Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara Kualitas Produk (X2) terhadap Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Subsidi Pejambon di PT. Citra Lestari Propertindo. Dengan nilai T_{hitung} untuk Kualitas Produk sebesar sebesar 6,396> T_{tabel} sebesar 1,661 dengan probabilitas sebesar 0,000 < 0,05.
3. Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara Keputusan Pembelian (X3) terhadap Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Subsidi Pejambon di PT. Citra Lestari Propertindo terhadap. Dengan nilai T_{hitung} untuk Keputusan Pembelian sebesar sebesar 7,608 > T_{tabel} sebesar 1,661 dengan probabilitas 0,000 < 0,05.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

B. Implikasi

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Keputusan Pembelian memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Perumahan Subsidi Pejambon di PT. Citra Lestari Propertindo. Temuan ini memberikan implikasi bahwa perusahaan perlu memperhatikan ketiga faktor tersebut secara bersamaan dalam menjalankan strategi pemasaran dan pengembangan produk perumahan subsidi. Persepsi harga yang baik dapat meningkatkan

keyakinan konsumen bahwa produk yang ditawarkan memiliki nilai yang sesuai dengan biaya yang dikeluarkan. Oleh karena itu, perusahaan perlu mempertahankan transparansi harga, memberikan informasi biaya secara jelas, serta memastikan harga tetap kompetitif sesuai dengan kualitas rumah yang diberikan.

Selain itu, kualitas produk menjadi faktor penting dalam menciptakan kepuasan konsumen jangka panjang. Konsumen tidak hanya menilai rumah dari harga yang ditawarkan, tetapi juga dari kualitas bangunan, fasilitas, kenyamanan, dan daya tahan rumah. Dengan kualitas produk yang baik, konsumen akan merasa lebih puas dan memiliki kepercayaan yang lebih tinggi terhadap perusahaan. Implikasi lainnya adalah perusahaan perlu meningkatkan pelayanan dalam proses keputusan pembelian, seperti memberikan kemudahan administrasi, pelayanan yang responsif, serta pendampingan selama proses transaksi agar konsumen merasa nyaman dan yakin dalam melakukan pembelian rumah subsidi.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Keputusan Pembelian Terhadap Kepuasan Konsumen pada Perumahan Subsidi Pejambon Di PT. Citra Lestari Propertindo, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi PT. Citra Lestari Propertindo
   a. Disarankan untuk terus menjaga dan meningkatkan persepsi harga yang positif di mata konsumen, misalnya dengan memberikan penjelasan transparan terkait harga, biaya tambahan, serta menawarkan paket promo yang menarik.
   b. Perusahaan perlu memastikan bahwa kualitas produk yang baik dari segi struktur bangunan, fasilitas lingkungan, hingga layanan purnajual yang selalu sesuai atau bahkan melebihi ekspektasi konsumen.

UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

c. Perusahaan disarankan menyediakan informasi yang lengkap dan mudah diakses oleh calon pembeli untuk memudahkan pengambilan Keputusan Pembelian yang tepat dan rasional.
d. Perlu diadakan survei rutin mengenai kepuasan konsumen agar perusahaan dapat mengevaluasi dan menyesuaikan produk dan layanannya secara berkala sesuai kebutuhan pasar.

2. Bagi Konsumen Perumahan Subsidi
   a. Konsumen perlu lebih teliti dalam mengevaluasi harga rumah subsidi dengan membandingkannya dengan fasilitas dan lokasi yang ditawarkan agar mendapatkan nilai manfaat yang optimal.
   b. Konsumen disarankan untuk mempertimbangkan kualitas fisik rumah secara langsung sebelum memutuskan untuk membeli, termasuk berkonsultasi dengan tenaga ahli jika diperlukan.
   c. Dalam mengambil keputusan pembelian, konsumen perlu menyusun prioritas berdasarkan kebutuhan jangka panjang, termasuk aksesibilitas, keamanan, dan kemudahan fasilitas sosial.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya
   a. Peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas lingkup penelitian pada konsumen dari beberapa pengembang perumahan subsidi lainnya agar hasil yang diperoleh lebih general dan representatif.
   b. Penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel lain seperti pelayanan konsumen, promosi, atau reputasi pengembang untuk melihat pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen.
   c. Penelitian lanjutan juga dapat menggunakan pendekatan kualitatif untuk menggali lebih dalam persepsi dan pengalaman konsumen secara personal terhadap perumahan subsidi.

UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

c. Perusahaan disarankan menyediakan informasi yang lengkap dan mudah diakses oleh calon pembeli untuk memudahkan pengambilan Keputusan Pembelian yang tepat dan rasional.
d. Perlu diadakan survei rutin mengenai kepuasan konsumen agar perusahaan dapat mengevaluasi dan menyesuaikan produk dan layanannya secara berkala sesuai kebutuhan pasar.

2. Bagi Konsumen Perumahan Subsidi
   a. Konsumen perlu lebih teliti dalam mengevaluasi harga rumah subsidi dengan membandingkannya dengan fasilitas dan lokasi yang ditawarkan agar mendapatkan nilai manfaat yang optimal.
   b. Konsumen disarankan untuk mempertimbangkan kualitas fisik rumah secara langsung sebelum memutuskan untuk membeli, termasuk berkonsultasi dengan tenaga ahli jika diperlukan.
   c. Dalam mengambil keputusan pembelian, konsumen perlu menyusun prioritas berdasarkan kebutuhan jangka panjang, termasuk aksesibilitas, keamanan, dan kemudahan fasilitas sosial.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya
   a. Peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas lingkup penelitian pada konsumen dari beberapa pengembang perumahan subsidi lainnya agar hasil yang diperoleh lebih general dan representatif.
   b. Penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel lain seperti pelayanan konsumen, promosi, atau reputasi pengembang untuk melihat pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen.
   c. Penelitian lanjutan juga dapat menggunakan pendekatan kualitatif untuk menggali lebih dalam persepsi dan pengalaman konsumen secara personal terhadap perumahan subsidi.

UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON