

## BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan diatas, maka kesimpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. variabel lokasi memperoleh total skor 3,308 dengan rata-rata skor 300 pada kriteria cukup baik. Hal ini menunjukkan bahwa lokasi pada Perumahan Graha Asri Residence sudah berjalan dengan baik.
2. variabel word of mouth memperoleh total skor 3,508 dengan rata-rata skor 350 dengan kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa word of mouth Perumahan Graha Asri Residence sudah berjalan dengan baik.
3. variabel keputusan pembelian memperoleh total skor 4,470 dengan rata-rata skor 317 pada kriteria baik. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian Perumahan Graha Asri Residence sudah berjalan dengan baik.
4. terdapat pengaruh lokasi dan word of mouth Perumahan Graha Asri Residence. korelasi antara Lokasi ( $X_1$ ) dan Word of mouth ( $X_2$ ) termasuk ke dalam kategori rendah
5. terdapat pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian Perumahan Graha Asri Residence. Besarnya pengaruh variabel Lokasi ( $X_1$ ) terhadap Keputusan pembelian ( $Y$ ) sebesar 3,2%.
6. terdapat pengaruh word of mouth terhadap keputusan pembelian Perumahan Graha Asri Residence. Total besarnya pengaruh Word of mouth terhadap Keputusan pembelian ( $Y$ ) sebesar 33,5%.
7. terdapat pengaruh lokasi dan word of mouth terhadap keputusan pembelian Perumahan Graha Asri Residence. Total pengaruh Lokasi dan Word of mouth terhadap Keputusan pembelian yaitu sebesar 36,7%. Adapun pengaruh variabel lain di luar model adalah sebesar 63,3%.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya maka saran dalam penelitian ini sebagai berikut.

1. Berdasarkan indikator terendah pada variabel lokasi yaitu adanya jenis usaha yang sama maka sebaiknya Perumahan Graha Asri Residence memperbanyak fasilitas perumahan yang mendukung.
2. Berdasarkan indikator terendah pada variabel word of mouth yaitu keunggulan produk, maka sebaiknya Perumahan Graha Asri Residence memberikan nilai tambah agar konsumen
3. Berdasarkan indikator terendah pada variabel keputusan pembelian yaitu Produk sesuai dengan kebutuhan maka sebaiknya Perumahan Graha Asri Residence memberikan pelayanan yang maksimal dalam menginformasikan produk.
4. Hubungan lokasi dan word of mouth berkategori rendah maka sebaiknya Perumahan Graha Asri Residence memberikan banyak promo KPR dan mempromosikan lebih intens.
5. Variabel lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian maka sebaiknya Perumahan Graha Asri Residence lebih memperhatikan aspek lokasi perumahan
6. Variabel word of mouth berpengaruh terhadap keputusan pembelian maka sebaiknya Perumahan Graha Asri Residence memperkuat promosi refrensi dari orang lain.
7. Variabel lokasi dan word of mouth berpengaruh terhadap keputusan pembelian maka diharapkan Perumahan Graha Asri Residence lebih memperhatikan variabel lokasi dan refrensi dari orang lain.