



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa data dalam penelitian ini, peneliti menemukan bahwa dengan menggunakan metode linear berganda, penelitian ini memiliki kecocokan dengan model penelitian yang digunakan oleh peneliti. Indikator di dalam penelitian ini menunjukkan hasil mereka masing-masing pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Penelitian yang dilakukan oleh peneliti memiliki tujuan untuk mengukur pengaruh dari variabel independen attitude, subjective norm, perceived behavior control, location factor, living space dan financial factor terhadap variabel dependen purchase intention. Berikut ini adalah kesimpulan yang peneliti dapatkan dari penelitian yang dilakukan, yakni:

1. Attitude memiliki pengaruh positif terhadap purchase intention. Hal tersebut dapat dilihat melalui perhitungan tabel t dimana nilai t hitung $>$ t tabel. Dalam variabel ini, nilai t dihitung sebesar $2.526 > 1.645$ (t tabel) dan memiliki nilai signifikan $0.013 < 0.05$. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi sikap seseorang dalam memutuskan keputusannya dalam memiliki keinginan membeli apartemen Kingland maka akan semakin tinggi juga seseorang ingin melakukan pembelian apartemen Kingland.
2. Subjective Norm tidak memiliki pengaruh positif terhadap purchase intention. Hal tersebut dapat dilihat melalui perhitungan tabel t dimana nilai t hitung $<$ t tabel. Dalam variabel ini, nilai t dihitung sebesar $0.814 > 1.645$

- (t tabel) dan memiliki nilai signifikan $0.417 > 0.05$. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa tekanan dari orang yang penting kurang mempengaruhi pembeli untuk melakukan pembelian apartemen Kingland.
3. Perceived Behavior Control memiliki pengaruh positif terhadap purchase intention. Hal tersebut dapat dilihat melalui perhitungan tabel t dimana nilai t hitung $>$ t tabel. Dalam variabel ini, nilai t dihitung sebesar $2.688 > 1.645$ (t tabel) dan memiliki nilai signifikan $0.008 < 0.05$. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi persepsi individu seseorang dalam memiliki kesempatan, waktu, uang dan pengetahuan yang cukup tentang apartemen Kingland, maka persepsi tersebut juga akan meningkatkan keinginan untuk membeli apartemen Kingland.
 4. Location Factor tidak memiliki pengaruh positif terhadap purchase intention. Hal tersebut dapat dilihat melalui perhitungan tabel t dimana nilai t hitung $<$ t tabel. Dalam variabel ini, nilai t dihitung sebesar $1.349 < 1.645$ (t tabel) dan memiliki nilai signifikan $0.179 > 0.05$. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa lokasi yang terdapat di sekitar apartemen Kingland tidak mempengaruhi keinginan untuk membeli seseorang pada apartemen Kingland.
 5. Living Space memiliki pengaruh positif terhadap purchase intention. Hal tersebut dapat dilihat melalui perhitungan tabel t dimana nilai t hitung $>$ t tabel. Dalam variabel ini, nilai t dihitung sebesar $7.291 > 1.645$ (t tabel) dan memiliki nilai signifikan $0.000 < 0.05$. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi pertimbangan seseorang dalam

menentukan jumlah kamar dan ruangan apartemen Kingland, maka akan semakin tinggi juga keinginan seseorang membeli apartemen Kingland.

6. Financial Factor memiliki pengaruh positif terhadap purchase intention. Hal tersebut dapat dilihat melalui perhitungan tabel t dimana nilai t hitung $>$ t tabel. Dalam variabel ini, nilai t dihitung sebesar $6.134 > 1.645$ (t tabel) dan memiliki nilai signifikan $0.000 < 0.05$. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi faktor yang mempengaruhi keuangan seseorang dalam memilih apartemen Kingland maka akan semakin tinggi juga mempengaruhi keinginan seseorang untuk membeli apartemen Kingland.

5.2 Saran

Berdasarkan data dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, peneliti mengharapkan penelitian ini dapat bermanfaat untuk perkembangan PT Hong Kong Kingland dan juga dapat bermanfaat untuk meningkatkan keinginan membeli apartemen Kingland. Semoga penelitian ini juga menjadi manfaat untuk peneliti selanjutnya yang memungkinkan peneliti selanjutnya tertarik untuk melakukan penelitian dengan objek penelitian apartemen agar peneliti selanjutnya dapat mendapatkan hasil yang akurat dan lebih dalam.

5.2.1 Saran Untuk Perusahaan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, peneliti memiliki saran yang akan diberikan untuk PT Hong Kong Kingland yakni sebagai berikut:

1. Pada masa yang akan datang peneliti mengharapkan PT Hong Kong Kingland untuk memberikan promosi dan benefit yang membuat calon

pembeli apartemen Kingland menjadi tertarik dengan apartemen Kingland dan menarik mereka untuk membeli apartemen. Terutama promosi yang dibuat oleh perusahaan harus menarik dan juga mengikuti trend yang sedang berlangsung sesuai dengan jamannya.

2. Peneliti mengharapkan promosi yang dilakukan oleh PT Hong Kong Kingland dapat mencangkup orang banyak terutama calon pembeli yang berada di tempat yang jauh. Promosi tersebut dapat dilakukan dengan membuat iklan dan postingan menarik melalui akun sosial media maupun melalui canvassing. Dengan melakukan hal tersebut perusahaan akan memperluas brand mereka dan menjadi brand yang lebih dikenal oleh orang banyak.
3. Harapan peneliti pada PT Hong Kong Kingland adalah sales dapat menjelaskan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada calon pembeli lebih informatif dan jelas agar calon pembeli dapat sepenuhnya mengerti produk yang dijual.
4. Peneliti berharap agar PT Hong Kong Kingland dapat memberikan fasilitas transportasi untuk penghuni apartemen Kingland agar mereka dapat menggunakan transportasi tersebut untuk pergi ke tempat-tempat yang dapat dituju.
5. Menurut peneliti sebaiknya PT Hong Kong Kingland memberikan berbagai banyak pilihan ruangan yang beraneka ragam dan ruangan yang memiliki tema-tema agar ruangan atau kamar yang dijual tidak hanya berbentuk polos. Kamar yang dibeli oleh calon pembeli dapat di dekorasi sesuai

keinginan yang diinginkan oleh calon pembeli ketika ingin melakukan pembelian apartemen.

6. Keuangan merupakan faktor paling penting untuk pembeli dalam mempengaruhi mereka untuk melakukan pembelian. Sebaiknya PT Hong Kong Kingland dapat mencocokkan harga jual sesuai dengan keinginan dari calon pembeli. Cara pembayaran yang dilakukan oleh pembeli dapat menentukan properti yang didapatkan oleh penghuni apartemen. Pemberian promosi full furnished dapat menarik pembeli untuk membeli apartemen dengan memberikan berbagai fasilitas properti di dalam kamar pada saat melakukan pembelian.

5.2.2 Saran Untuk Peneliti Selanjutnya

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti ini masih terbatas dan kurang sempurna. Peneliti mengharapkan untuk menyempurnakan penelitian ini dilakukan oleh peneliti yang memiliki ketertarikan untuk meneliti penelitian dengan objek yang sama atau mirip di masa yang akan datang. Peneliti memiliki beberapa saran untuk peneliti yang akan melakukan penelitian dengan objek yang sama atau mirip, yakni:

1. Peneliti selanjutnya diharapkan untuk dapat meneliti berbagai macam variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi purchase intention seperti promotion dan project facilities dimana promosi yang berlangsung dan fasilitas dari proyek akan memungkinkan pengaruh terhadap purchase intention apartemen, melalui teori dari Kamal & Pramanik (2015).