

BAB V

SIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Setelah dilakukan pengujian keseluruhan hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, maka dapat diambil kesimpulan dari hipotesis-hipotesis tersebut, yaitu:

1. Dari hasil uji regresi di peroleh $t_{hitung} 3,205 > t_{tabel} 1,661$ berarti kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap variabel keputusan pembelian perumahan Gresik Kota Baru pada PT Bumi Lingga Pertiwi.
2. Dari hasil uji regresi di peroleh $t_{hitung} 4,013 > t_{tabel} 1,661$ berarti Citra merek berpengaruh secara parsial terhadap variabel keputusan pembelian perumahan Gresik Kota Baru pada PT Bumi Lingga Pertiwi
3. Dari hasil uji regresi di peroleh $t_{hitung} 1,578 < t_{tabel} 1,661$ berarti gaya hidup tidak berpengaruh secara parsial terhadap variabel keputusan pembelian perumahan Gresik Kota Baru pada PT Bumi Lingga Pertiwi.
4. Dari hasil uji regresi di peroleh $t_{hitung} 4,422 > t_{tabel} 1,661$ berarti harga berpengaruh secara parsial terhadap variabel keputusan pembelian perumahan Gresik Kota Baru pada PT Bumi Lingga Pertiwi.
5. Dari hasil uji regresi di peroleh $F_{hitung} 26,341 > F_{tabel} 3,091$ berarti kualitas produk, citra merek, gaya hidup dan harga berpengaruh secara simultan terhadap variabel keputusan pembelian perumahan Gresik Kota Baru pada PT Bumi Lingga Pertiwi.

6. R square sebesar 0,526 artinya proporsi variasi dalam variabel bebas terhadap variabel kualitas produk (X1), citra merek (X2), gaya hidup (X3) dan harga (X4), mampu menjelaskan variabel terikat keputusan pembelian (Y) sebesar 52,6% sedangkan selebihnya 47,4% disebabkan oleh faktor lain yang tidak ada dalam model ini.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan pada hasil penelitian dan hasil perhitungan yang diperoleh maka dapat disimpulkan :

1. PT Bumi Lingga Pertiwi harus bisa meningkatkan kualitas produk yang lebih baik sehingga memberikan citra merek yang baik sehingga dapat mempengaruhi keputusan pembelian. .
2. Peningkatan upaya memberikan kualitas produk yang berkualitas unggul yang terus menerus kepada konsumen yang sudah baik selama ini, harus tetap dipertahankan bahkan ditingkatkan dan harga yang bersaing dengan tujuan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.
3. Untuk peneliti selanjutnya yang akan mengambil tema penelitian yang sama, peneliti merekomendasikan untuk memperbesar daerah penelitian serta melibatkan konsumen produk tersebut dalam penelitian. Hal ini dimaksudkan untuk memperkaya informasi mengenai kualitas produk, *citra merek*, gaya hidup dan harga yang mempengaruhi keputusan pembelian.