

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN REKOMENDASI**

#### **1.1 KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan pada mahasiswa universitas muhammadiyah Gresik strategi *Positioning* terhadap keputusan pembelian yang sudah di jelaskan pada bab sebelumnya, sehingga bisa ditarik kesimpulan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. *Multidimensional scaling* dan Analisis *Cluster* merupakan salah satu alat analisis yang di gunakan untuk melakukan pemetaan persepsi maupun posisi, analisis ini membantu menampilkan posisi relatif antar objek dan karakteristik berdasarkan keputusan pembelian konsumen, sehingga objek-objek yang berdekatan memperlihatkan kemiripan. Sebaliknya semakin jauh letak antar objek maka akan memperlihatkan perbedaan yang semakin besar.
2. Hasil dari analisis MDS (*Analisis Multidimensional scaling*) posisi pengembang perumahan PT. Bumi Lingga Pertiwi (BLP Properti) berada di kuadran tersendiri yang artinya diposisikan unggul, memiliki perbedaan dengan pengembang perumahan lainnya dan tidak memiliki kemiripan dengan 14 obyek/pesaing yaitu pengembang perumahan Green Garden Regency, Puri Dyan Nirvana, Andalusia, Persada Graha, Green Verona

Regency , Bella Casa Village, SHN Land, De Naila Vilage, Grand sahara, GSP property, GSP property, Golde berry regency, Queeneerra residence, The Queen Residence, Patra Raya Cerme.

3. Hasil dari analisis CA (*cluster* analisis) pada uji *cluster* analisis atribut kualitas produk, fasilitas, harga dan merek PT.Bumi Lingga Pertiwi membentuk *cluter* tersendiri yang artinya posisi PT.Bumi Lingga Pertiwi (BLP Properti) memiliki perbedaan dengan pengembang perumahan lainnya dan tidak memiliki kemiripan dengan 14 obyek/pesaing yaitu perumahan Green Garden Regency, Puri Dyan Nirvana, Andalusia, Persada Graha, Green Verona Regency , Bella Casa Village, SHN Land, De Naila Vilage, Grand sahara, GSP property, GSP property, Golde berry regency, Queeneerra residence, The Queen Residence, Patra Raya Cermeperumahan Green Garden Regency, Puri Dyan Nirvana, Andalusia, Persada Graha, Green Verona Regency , Bella Casa Village, SHN Land, De Naila Vilage, Grand sahara, GSP property, GSP property, Golde berry regency, Queeneerra residence, The Queen Residence, Patra Raya Cerme yang artinya tidak memiliki pesaingan antar pengembang perumahan.
  
1. Hasil dari analisis CA (*cluster* analisis) pada uji *cluster* analisis atribut gaya dan desain produk posisi gaya dan desain produk pengembang perumahan patra raya crème, Queeneerra residence, bella casa village, GSP property, De naila village persada graha, puri dyan nirvana membentuk cluster tersendiri

yang artinya memiliki tingkat kemiripan Gaya dan desain produk dan memiliki persaingan antar pengembang perumahan. Dan Anggota *cluster 2*, posisi gaya dan desain produk pengembang perumahan Blp Property, Green Verona regency, Grand sahara, Andalusia, the Queen residence, SHN land, Gelde berry regency, Green garden regency membentuk cluster tersendiri yang artinya memiliki tingkat kemiripan Gaya dan desain produk dan memiliki persaingan antar pengembang perumahan.

## 1.2 REKOMENDASI

Berdasarkan hasil analisis data dan kesimpulan yang telah di kemukakan dalam penelitian ini, penulis memberikan beberapa rekomendasi dengan harapan dapat memberikan manfaat dan masukan bagi pihak yang terkait:

1. PT. Bumi Lingga Pertiwi (BLP Properti) harus terus mempertahankan keunggulan pada atribut kualitas produk, gaya dan desain produk, fasilitas, harga dan merek yang sudah didapatkan agar tetap memiliki persepsi yang baik di benak konsumen.
2. Hasil penelitian tersebut dapat digunakan sebagai informasi untuk mendukung perusahaan pengembang perumahan dalam membuat strategi pemasaran (*STP*) langka pertama segmentasi (segmentasi), langka kedua adalah pasar sasaran (targeting), dan langka ketiga penetapan posisi pasar ( *positioning*) dalam

rangka meraih tempat khusus dan unik dalam benak pasar sasaran sehingga dapat dipersepsikan lebih unggul dibandingkan pesaingnya.

3. Hasil ini bagi peneliti lain dapat digunakan sebagai informasi awal untuk penelitian di bidang pemasaran di kota Gresik.