

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

1.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dijelaskan sebelumnya dapat ditarik kesimpulan bahwa Harga, Lokasi, Dan Lingkungan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian rumah subsidi pada masa pandemi COVID-19 di PT. Daya Cipta Perdana Properti (Perumahan Taman Anggrek 2)

1.2. Saran

Berdasarkan hasil dan kesimpulan penelitian maka penulis menyarankan:

1. Bagi PT. Daya Cipta Perdana Properti dapat menawarkan harga rumah yang sesuai dengan kualitas, memilih lokasi yang strategis yang aman serta lingkungan yang bersih dan sehat. Diharapkan mampu mempertahankan loyalitas dengan konsumen.
2. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk menambah variabel-variabel lain untuk diteliti sehingga mampu meningkatkan keputusan pembelian konsumen.
3. Bagi Universitas Muhammadiyah Mataram diharapkan mampu menjadi acuan dan bahan pustaka baru di perpustakaan "Universitas Muhammadiyah Mataram" khususnya di prodi Administrasi Bisnis, agar mampu menambah pengetahuan lebih lanjut.

DAFTAR PUSTAKA

- AA, A., & Mangku Negara. (2003). *Managemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung: Rosdakarya.
- Abadi, A. (2001). *Menuju Lingkungan Perumahan Perkotaan yang Berkualitas*.
- Anindya, R. A. (2014). *Pengaruh Harga, Lokasi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Stove Syndicate Cafe Semarang*. Semarang: Unpublished.
- Bappenas. (Jakarta, 2004). *Rencana Strategi Penanggulangan Kemiskinan di Indonesia*, .
- Fitria, N. W. (2018). *Pengaruh Lokasi dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian di BMT Surya Abadi Jenangan Ponorogo*. Ponorogo.
- Gibran, Elrangga Baradi. (2014). Dalam Jurnal Ekonomi dan Bisnis. *Analisis Pengaruh Tingkat Pendapatan, Jumlah tanggungan Keluarga, Tingkat Pendidikan, Usia dan Lokasi Perumahan Terhadap Permintaan Kredit Pemilikan Rumah Bank BTN*, Vol. 12, No. 7 Juni.
- Kotler, P. (1993). *Management Pemasaran (Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian) Volume 1*, Edisi 7. Jakarta: Terj. Adi Zakaria Afif, FE UI.
- Kotler, P. (2005). *Managemen Pemasaran Jilid 1 dan 2*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P., & Armstrong Garry. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & keller, K. (2013). *Marketing Management, 14th Edition*. Pearson Education Limited.
- Kurniawati, W. A. (2017). *Pengaruh Lokasi Perumahan, Harga Perumahan, dan Citra Merk Terhadap Keputusan Nasabah Mengambil Kredit Kepemilikan Rumah (KPR Syariah Surakarta)*. Surakarta.
- Lupiyoadi. (2001). *Managemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek* . Jakarta: Salemba Empat.
- Moleong. (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Muhammad, A., & Nazir, H. (2004). *Ensiklopedia Ekonomi dan Perbankan Syariah* . Bandung: Kaki Langit.
- Mulyana, S. (2009). *Perilaku Konsumen* .
- Nabhan, F. (2005). *Faktor- Faktor yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Konsumen dalam Melakukan Pembelian Rumah Makan di Kota Batu*. Batu.
- Stanton. (2006). *Prinsip Pemasaran* . Jakarta: Erlangga.

- Sugiono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)* . Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Susilawati, H., & Nilakumawati. (2012). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Mahasiswa Dalam Memilih Rumah Kos*. Surakarta.
- Sutratdi. (2019). *Analisis Pengaruh Harga Lokasi dan Lingkungan Terhadap Keputusan Pembelian Tanah Kavling (Studi Kasus di PT Ahmada Lombok Property, Jempong Kota mataram)*. Mataram: Universitas Muhammadiyah Mataram.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran Edisi 3*. Yogyakarta: Andi.
- Undang-Undang No. 1. (Jakarta, 2011). Perumahan dan Pemukiman.

