

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa:

1. Strategi bauran pemasaran yang diterapkan oleh pengembang perumahan Ahsana Syafila Residence Kediri yaitu strategi bauran pemasaran 4P yaitu *product*, *price*, *promotion*, dan *place*. Strategi produk dilakukan dengan menjaga kualitas produk dan memberikan garansi ketahanan rumah dengan pembayaran tunai atau KPR hingga 120 bulan tanpa melalui bank syariah. Strategi harga yaitu dengan menetapkan yang kompetitif dan variatif. Strategi promosi yaitu dengan melalui promosi secara langsung dan juga promosi melalui media sosial. Dan untuk strategi tempat, pengembang memilih lokasi yang cukup strategis, bebas banjir, akses jalan mudah, dekat fasilitas umum, dan tempat yang asri.
2. Peran strategi bauran pemasaran yang diterapkan oleh pengembang perumahan Ahsana Syafila Residence Kediri memiliki hasil yang memuaskan dalam meningkatkan minat beli konsumen, namun tidak berimbang pada penjualan. Jumlah unit yang terjual cenderung kecil dengan tingkat pertumbuhan yang tidak konsisten. Kenaikan pada tahun tertentu menunjukkan kenaikan sementara daripada keberlanjutan. Hal

ini menunjukkan bahwa minat beli konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti tren pasar, daya beli konsumen, dan faktor lainnya.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian di atas, maka peneliti memberikan saran-saran kepada beberapa pihak. Adapun beberapa saran yang bisa diberikan oleh peneliti sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan dan melakukan penelitian secara lebih mendalam lagi berkaitan dengan strategi bauran pemasaran. Masih banyak faktor lain yang memengaruhi konsumen dalam memutuskan pembelian rumah seperti daya beli, manajemen risiko, tren pasar, dan lain sebagainya. Karena dalam penelitian ini hanya berfokus pada pada strategi bauran pemasaran 4P sehingga perlu diadakan pengembangan penelitian yang lebih mendalam lagi.