

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui variabel mana sajakah yang mempunyai pengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Dalam penelitian ini variabel bebas yang digunakan adalah variabel Perilaku Etis ( $X_1$ ), Pemahaman Relasional ( $X_2$ ), dan Harga ( $X_3$ ). Sedangkan, variabel terikat yang digunakan adalah Keputusan Pembelian ( $Y$ ).

Berdasarkan pada penelitian yang dilakukan saat ini penghitungan analisis regresi linier berganda, dapat diketahui :

1. Perilaku etis secara parsial berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian rumah melalui agen properti *Ray White* kawasan Surabaya.
2. Pemahaman relasional secara parsial berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian rumah melalui agen properti *Ray White* kawasan Surabaya.
3. Harga secara parsial berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian rumah melalui agen properti *Ray White* kawasan Surabaya.
4. Perilaku etis, pemahaman relasional, dan harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian rumah melalui agen properti *Ray White* kawasan Surabaya dan yang menjadi variabel paling dominan adalah pemahaman relasional.

## **5.2 Keterbatasan Penelitian**

Keterbatasan penelitian ini ada pada responden yang kurang serius dalam menanggapi pernyataan kuesioner yang peneliti sajikan dan kurang memahami pernyataan yang peneliti buat.

## **5.3 Saran**

Adapun saran yang diberikan, antara lain :

1. Diharapkan untuk pihak perusahaan dapat mempertahankan serta meningkatkan mutu dari Pemahaman Relasional karena variabel Pemahaman Relasional mempunyai pengaruh yang dominan dalam mempengaruhi Keputusan Pembelian, diantaranya yaitu dengan memperbaiki kualitas layanan kepada pembeli agar dapat membangun hubungan yang baik untuk jangka waktu yang panjang. Untuk memperbaiki kualitas layanan tersebut, alangkah baiknya pihak perusahaan mampu memberikan pelatihan mengenai bagaimana cara membangun relasi yang baik untuk jangka waktu yang lama.
2. Dalam hasil penelitian ini yang mempunyai nilai terendah yaitu variabel Perilaku Etis. Maka, perusahaan harus selalu mengutamakan perilaku setiap anggota karyawannya agar sesuai dengan kode etik seperti memberikan pelatihan-pelatihan bagaimana cara bersikap kepada pembeli sesuai kode etik yang tertulis agar pembeli tidak kecewa serta meningkatkan rasa tanggung jawab yang besar apabila terjadi kekeliruan maupun kesalahan dalam proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh pembeli.

## DAFTAR RUJUKAN

- Anggara, S. 2010. *Perilaku Organisasi*. Bandung: CV Pustaka Setia
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik (Edisi Revisi)*. Jakarta: Rineka Cipta
- Arens, Alvin A., Loebbecke, dan James K. 2010. *Auditing, an Integrated Approach. Seventh Edition*. Upper Saddle River, New Jersey: Prentice-Hall, Inc
- Bayu, Swastha 2003. *Manajemen Pemasaran Modern*. Jakarta: Penerbit Cipta
- Eileen Rachman, “Meraba integritas, bisakah?” *Kompas. Experd*. Jakarta. 2006.
- Fandy, Tjiptono 2011. *Pemasaran Jasa*. Malang: Banyumedia
- Gujarati, Damodar N. 2012. *Dasar – Dasar Ekonometrika* (Buku 2, edisi ke 5). Jakarta: Salemba Empat.
- Indriantoro, Nur, dan Supomo, Bambang 2009. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Istijanto, Oei 2010. *Riset Sumber Daya Manusia*, Cetakan Keempat. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Jogiyanto, 2011. *Pedoman Survei Kuesioner: Pengembangan Kuesioner, Mengatasi Bisnis, dan Meningkatkan Respon*. Yogyakarta: BPFE
- Joko Subagyo, P. 2006. *Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta
- Griffin, Ricky W., dan Ronald J. Ebert, 2007. *Bisnis Edisi Kedelapan*, Jakarta: Erlangga
- Kultsum, Siti Ummu. 2008. *Penerapan Pendekatan Matematika Realistic Untuk Meningkatkan Pemahaman Siswa*.
- Kotler, Philip 2008. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milenium. Diterjemahkan Benyamin Molan. Jakarta. Penerbit PT. Prenhallindo
- Kotler dan Amstrong, 2011. *9th Edition. “Marketing an Introduction”*. New Jersey: Prentice Hall.

- Kotler, Philip and G. Amstrong, 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 13, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga
- Malhotra, Naresh K. 2009. *Riset Pemasaran Pendekatan Terapan Jilid 1*. Jakarta: PT Index
- Moh Nazir, 2011. *Metode Penelitian Cetakan 6*. Bogor: Penerbit Ghalia
- Santoso, Singgih 2012. *Analisis SPSS pada Statistik Parametrik*. Jakarta: PT. Elex Media Komput Indo
- Setiawan, P.A., “Pengaruh Pengendalian Intern, Kepatuhan dan Kompensasi Manajemen Terhadap Perilaku Etis Karyawan” (Studi Kasus PT Adi Satria Abadi Yogyakarta) *Forum TQM. PQM Newsletter*. 2003. 1:3.
- Sugiyono 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, Danang 2013. *Analisis Data Ekonomi dengan Menggunakan SPSS*. Jakarta: Indeks
- Sushil Punwatkar dan Manoj Verghes, “The Impact of Salesperson’s Behavior on Consumer’s Purchase Decision : An Empirical Study” *Journal of Marketing*. 2014.
- Purba, Amir 2006. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Medan: Pustaka Bangsa Press
- Purwati Heri Setiawan R., “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Matic Beat” (*Studi Kasus PT. Nusantara Solar Sakti*). 2012.