

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh penulis, maka menghasilkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Latar belakang dan faktor-faktor konsumen dalam menentukan pilihan rumah di perumahan graha asri Sukodono yaitu : ingin dekat dengan tempat kerja, kerukunan antar warga baik, lingkungan kondusif, hubungan antar warga guyub, sebagai investasi jangka panjang, dan dekat dengan keluarga, sedangkan faktor-faktornya adalah harga yang terjangkau, lokasi yang strategis, kualitas bangunan yang baik, pelayanan prima, dan fasilitas yang bagus.
2. Strategi yang digunakan PT. Tiang Kencana Graha dalam memasarkan produknya yaitu perumahan graha asri Sukodono dengan mengutamakan pelayanan yang baik dan santun, lokasi perumahan yang dekat dengan keramaian, kualitas bangunan baik, harga yang sangat bersaing, promosi lewat media masa seperti koran, internet juga jadi fasilitas untuk memasarkan produk mereka seperti OLX, Berniaga, dan lain lain. Dan juga menerapkan konsep marketing syariah yaitu Teistis, Etis, realistik, dan Humanistik

B. Saran

Dari hasil penelitian yang saya lakukan dengan mengumpulkan data yang sudah ada di lapangan, dapat disimpulkan masukan atau saran untuk PT. Tiang Kencana Graha Surabaya untuk lebih tingkatkan pelayanan ke konsumen, memberikan fasilitas interal perumahan yang dibutuhkan oleh konsumen, menjalin dengan pihak perusahaan sejenis dalam rangka meningkatkan kualitas kerja, dan menggunakan promosi melalui internet dengan maksimal, bisa melalui Blog, Facebook, Twitter, dan lain-lain.