

# **PENGARUH PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PERUMAHAN GRAHA ESTETIKA SEMARANG**

**Puguh Tihan Setyawan**

D2D303380

## **Pendahuluan**

Pertumbuhan kawasan perumahan di kota Semarang saat ini sangat pesat. Calon konsumen juga mempertimbangkan prospek keuntungan sehingga banyak konsumen mengambil keputusan pembelian dengan mempertimbangkan banyak hal, antara lain model atau tipe rumah, lokasi, kualitas bangunan, fasilitas dan arus transportasi. Pertimbangan-pertimbangan seperti ini yang mengakibatkan perumahan berkembang menjadi bisnis.

PT. Dasa Wilis Raya merupakan salah satu perusahaan pengembang perumahan yang ada di kota Semarang yang tepatnya pada saat ini perusahaan sedang mengelola dan menyediakan produk perumahan di wilayah Tembalang yang sering dikenal dengan Perumahan Graha Estetika. Dalam melayani konsumen, PT. Dasa Wilis Raya ini mempunyai segmentasi pasar tersendiri yaitu untuk kalangan menengah keatas. Maka dari itu, untuk melayani dan memenuhi kebutuhan pasar tersebut dalam pembangunan sebuah produk perumahan perlu dipertimbangkan dan diperhatikan banyak hal, antara lain kualitas produk dan bagaimana mempromosikannya.

Dengan adanya hal-hal seperti itu maka sangat menarik bila dijadikan sebagai suatu penelitian, oleh karena itu dalam penelitian ini diambil judul: **“PENGARUH PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PERUMAHAN GRAHA ESTETIKA SEMARANG”**.

**Tabel 1**  
**Target dan Realisasi Penjualan pada Perumahan Graha Estetika**  
**2004 – 2006**

Waktu Pembelian	Target Penjualan	Realisasi Penjualan	% realisasi	% Perubahan
2004	65	32	49.23%	
2005	72	43	59.72%	21.31%
2006	75	26	34.67%	-41.95%

Sumber : PT. Dasa Wilis Raya, 2007

Berdasarkan kenyataan tersebut, perlu diadakannya penelitian yang berorientasi pada selera konsumen yang pada akhirnya mempengaruhi dalam proses keputusan pembelian pada rumah. Berdasarkan kondisi diatas, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana deskripsi, tanggapan responden atas variabel produk, promosi dan keputusan pembelian di Perumahan Graha Estetika Semarang?
2. Apakah ada pengaruh yang signifikan antara produk dan promosi terhadap keputusan pembelian secara parsial?
3. Apakah ada pengaruh yang signifikan antara produk dan promosi terhadap keputusan pembelian secara simultan?