

ABSTRAKSI

Judul Skripsi : Pengaruh Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Graha Taman Bunga pada PT. Karyadeka Alam Lestari Kota BSB – Semarang

Nama Penulis : Nawal

NIM : D2D604222

Program Studi : Administrasi Bsnis

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara produk dan promosi terhadap keputusan pembelian pada responden Perumahan Graha Taman Bunga Pada PT. Karyadeka Alam Lestari Kota BSB - Semarang. Dimana variabel produk real estate terdiri dari harga, lokasi perumahan, fasilitas perumahan dan kualitas bangunan. Masalah pokok dalam penelitian ini adalah masih belum tercapainya target developer perumahan Graha Taman Bunga untuk menjual semua tipe rumah yang dibangun.

Penelitian ini menggunakan tipe eksplanatory research terhadap 78 responden dengan menggunakan teknik metode stratified random sampling, yaitu teknik pengambilan sample secara acak dalam populasi yang sudah dikelompokkan (berdasarkan tipe rumah secara proporsional) dari setiap tipe rumah pada populasi. Teknik pengumpulan data melalui kuesioner. Data di analisis secara kualitas dan kualitatif dengan alat analisis table silang, regresi linier berganda dan pengujian hipotesis menggunakan rumus T_{hitung} .

Hasil analisa dengan perhitungan SPSS dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Produk terhadap keputusan pembelian rumah Graha Taman Bunga dimana $t_{hitung} (3,486) > t_{tabel} (1,665)$ dan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Promosi terhadap keputusan pembelian rumah Graha Taman Bunga dimana $t_{hitung} (3,283) > t_{tabel} (1,665)$.
2. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Produk dan Promosi terhadap keputusan pembelian rumah Graha Taman Bunga Bukit Semarang Baru Semarang dimana $F_{hitung} (14,854) > F_{tabel} (3,12)$. Koefisien determinasi untuk variabel Produk (X_1) dan Promosi (X_2) menyumbang sebesar 28,4% untuk keputusan pembelian rumah Graha Taman Bunga Bukit Semarang Baru sedangkan 71,6% disebabkan oleh sebab-sebab lain diluar variabel yang diteliti.

Dari hasil penelitian diketahui bahwa produk dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Disarankan pihak developer perlu memperhatikan peningkatan kualitas produknya baik dalam meningkatkan kualitas bangunan, lokasi dan fasilitas perumahan serta harganya. Untuk promosi disarankan pihak developer melakukan promosi yang menarik dengan intensitas yang tinggi dan dengan media iklan yang lebih luas.

Kata kunci: Produk, Promosi, Keputusan Pembelian