

**PENGARUH PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN RUMAH SUBSIDI TIPE 36 PADA
PT. BARANGAN JAYA MANDIRI PALEMBANG**



SKRIPSI

Nama : Denny Iswanda

NIM 212016174

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

2020

**PENGARUH PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN RUMAH SUBSIDI TIPE 36 PADA
PT. BARANGAN JAYA MANDIRI PALEMBANG**

Skripsi

**Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



Nama : Denny Iswanda

NIM 212016174

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

2020

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini;

Nama : Denny Iswanda

NIM : 212016174

Konsentrasi : Pemasaran

Judul Skripsi : Pengaruh Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Subsidi Tipe 36 Pada PT. Barangan Jaya Mandiri Palembang.

Dengan ini saya menyatakan :

- 1.Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana strata 1 baik di Universitas Muhammadiyah Palembang maupun di perguruan tinggi lain.
- 2.Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
- 3.Dalam karya tulis ini terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
- 4.Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya ini serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Palembang, Desember 2020



Denny Iswanda

PERSEMBAHAN DAN MOTTO

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

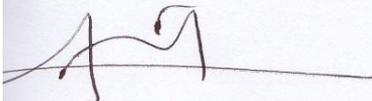
Judul : Pengaruh Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Subsidi Tipe 36 Pada PT. Barangan Jaya Mandiri Palembang.

Nama : Denny Iswanda
Nim : 212016174
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran

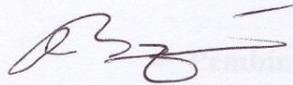
Diterima dan disahkan
Pada tanggal,

Pembimbing I,

Pembimbing II,



Amidi, SE. M.Si
NIDN :0229056502



Mardiana Puspasari, S.E., M.Si
NIDN :0226107001

Mengetahui ,
Dekan
Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Zahra Trihandayani, S.E., M.Si
NIDN : 0229057501

PERSEMBAHAN DAN MOTTO

Motto:

“Bukan nasib yang menentukan hidupmu, tapi kamu sendirilah yang menentukan masa depanmu. Rasa malas akan menjadi penghalang rezeki dari yang Tuhan berikan”.

(Denny Iswanda)

Ku Persembahkan Kepada:

- **Ayahku Sudenda Kardian dan Ibuku Nila Ismawati Tercinta**
- **Adiku Jhody Saputra dan Destio Purnama**
- **Pembimbing Skripsiku Bapak Amidi, S.E.,M.Si dan Ibu Mardiana Puspasari, S.E.,M.Si**
- **Seseorang yang akan mendampingiku kelak**
- **Sahabat-sahabat terbaikku**
- **Teman-teman Seperjuangan**
- **Almamater**

PRAKATA



Assalamu'alaikum. Wr. Wb.

Alhamdulillahirobbil'alamin dengan memanjatkan puji syukur atas kehadiran Allah SWT, atas nikmat kesehatan, rahmat dan karunianya telah memberikan kemudahan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dengan judul "PENGARUH PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN RUMAH SUBSIDI TIPE 36 PADA PT. BARANGAN JAYA MANDIRI PALEMBANG".

Shalawat serta salam yang selalu tercurah kepada suri tauladan kita Baginda Rasulullah Muhammad SAW, Beserta keluarga sahabat dan para pengikutnya hingga akhir zaman.

Dalam penyusunan ini penulis mohon maaf jika masih ada kesalahan dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kelemahan didalamnya baik isi maupun penyajian, hal ini disebabkan karena keterbatasan kemampuan serta informasi yang didapatkan oleh penulis, dikarenakan penyusunan skripsi tidaklah mudah dan butuh perjuangan yang kuat. Serta penulis mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tua Bapak Sudenda dan Ibu Nila yang telah mendidik, dengan penuh kasih sayang, mendo'akan, memberi dorongan semangat dan motivasi bahkan membiayai sampai penulis menyelesaikan skripsi ini.

Keberhasilan dalam penulisan skripsi ini tentu tidak terlepas dari bantuan semua pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini dengan tulus hati penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak DR. Abid Djazuli, S.E., M..M. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Drs. H.Fauzi Ridwan, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Ibu Zaleha Trihandayani, S.E., M.Si selaku ketua program studi dan sekretaris Program Studi Manajemen FEB UMP.

4. Bapak Amidi,,S.E., M.Si selaku pembimbing 1 (satu) dan Ibu Mardiana Puspasari, S.E., M.Si selaku pembimbing 2 (dua).
5. Ibu Kholilah, S.E., M.Si. selaku Pembimbing Akademik.
6. Bapak dan Ibu Dosen Pengajar Dan Seluruh Staf di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang, yang telah membimbing penulis selama mengikuti perkuliahan dan kegiatan lainnya.
7. Kepada Perusahaan tempat penelitian PT. Barangan Jaya Mandiri Palembang, saya ucapkan terima kasih yang telah memberikan kesempatan untuk dapat meneliti di perusahaan ini dengan sebaik-baiknya.
8. Keluarga besarku tercinta terkhusus yang ada di jalan peltu tulus yahya dan sekitarnya yang tidak bisa ku sebutkan satu-persatu yang telah memberikan do'a serta dukungannya kepada penulis selama menempuh pendidikan.
9. Keluarga besar manajemen 2016 yang telah membuat hari-hari penulis sangat indah dibangku perkuliahan.
10. Semua pihak yang telah ikut membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak bisa disebut satu persatu oleh penulis.

Penulis benar-benar mengucapkan terimakasih dan semoga Allah membalas amal kebaikan yang telah di dan semoga Allah selalu memberikan kesehatan untuk kita semua serta skripsi ini bermanfaat bagi semua orang.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Palembang, September 2020

Penulis



Denny Iswanda

212016174

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN DAN MOTTO	v
HALAMAN PRAKATA.....	vi
HALAMAN DAFTAR ISI.....	vii
HALAMAN DAFTAR TABEL	ix
HALAMAN DAFTAR GAMBAR.....	x
HALAMAN DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8

BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN, KERANGKA PEMIKIRAN DAN

HIPOTESIS

A. Landasan Teori	10
B. Penelitian Terdahulu	28
C. Kerangka Pemikiran	32
D. Hipotesis	32

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	33
B. Lokasi Penelitian	34
C. Operasional Variabel	34
D. Data Yang Diperlukan	36
E. Metode Pengambilan Data	37
F. Analisis dan Teknik Analisis.....	38

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN..... 46

A. Hasil Penelitian	46
B. Pembahasan Hasil Penelitian	68

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 76

A. Kesimpulan	76
B. Saran.....	77

DAFTAR PUSTAKA

KUISIONER

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Rumah Yang Dibangun	4
Tabel 1.2	Perbedaan Harga Rumah Subsidi Dengan Perumahan Lain	5
Tabel 1.3	Jumlah Rumah Yang Terjual	6
Tabel 3.1	Operasional Variabel.....	34
Tabel 3.2	Kerangka Sampel	36
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin	48
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	48
Tabel 4.3	Karakteristik Menurut Pendidikan Responden	49
Tabel 4.4	Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan Responden	49
Tabel 4.5	Karakteristik Menurut Pendapatan Responden.....	50
Tabel 4.6	Uji Validitas Variabel Produk (X1)	51
Tabel 4.7	Uji Validitas Variabel Harga (X2).....	51
Tabel 4.8	Uji Validitas Variabel Promosi (X3)	52
Tabel 4.9	Variabel Keputusan Pembelian.....	52
Tabel 4.10	Hasil Uji Reliabilitas.....	53
Tabel 4.11	Variabel Keputusan Pembelian (Y)	54
Tabel 4.12	Variabel Produk (X1).....	57
Tabel 4.13	Variabel Harga (X2).....	59
Tabel 4.14	Variabel Promosi (X3).....	62
Tabel 4.15	Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	64
Tabel 4.16	Hasil Uji F (Anova).....	66
Tabel 4.17	Hasil Uji t (Parsial)	67

Tabel 4.18 Koefisien Determinasi.....	68
---------------------------------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Model Perilaku Konsumen.....	11
Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran.....	16

ABSTRAK

Denny Iswanda/212016174/2021/ Pengaruh Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Subsidi Tipe 36 Pada PT. Barangan Jaya Mandiri Palembang/Manajemen Pemasaran

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah pengaruh produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian rumah subsidi tipe 36 pada PT. Barangan Jaya Mandiri Palembang. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian *Asosiatif* yaitu untuk mengetahui pengaruh produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian rumah subsidi tipe 36 pada PT. Barangan Jaya Mandiri Palembang. Variabel yang digunakan adalah Produk, Harga, Promosi. Sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 50 responden, dengan teknik pengambilan sampel *Purposive Sampling*. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, dengan menggunakan metode kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda yang didapat $Y = -2,824 + 0,570X_1 + 0,782X_2 + 0,265X_3$. Secara simultan (Uji F) ada pengaruh yang signifikan produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian rumah subsidi tipe 36 pada PT. Barangan Jaya Mandiri Palembang. Secara parsial (Uji t) hanya dua variabel saja yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian yaitu variabel produk dan harga.

Kata Kunci: Produk, Harga, Promosi dan Keputusan Pembelian

Abstract

Denny Iswanda / 212016174 / 2021 / The Effects of Product, Price and Promotion on Purchasing Decision of Subsidized Housing Type 36 of PT. Barangan Jaya Mandiri Palembang / Marketing Management

The formulation of the problem in this study was to find out the effects of product, price and promotion on purchasing decision of subsidized housing type 36 at PT. Barangan Jaya Mandiri Palembang. The type of research used associative research, namely to determine the effects of product, price and promotion on purchasing decision of subsidized housing type 36 at PT. Barangan Jaya Mandiri Palembang. The variables were product, price, and promotion. The sample in this study were 50 respondents, with purposive sampling technique as a sample. The data in this study were primary data using a questionnaire method. The analysis technique used multiple linear regression obtained $Y = -2,824 + 0,570X1 + 0,782X2 + 0,265X3$. Simultaneously (F Test) it showed that there was a significant effect of product, price, and promotion on purchasing decision of subsidized housing type 36 at PT. Barangan Jaya Mandiri Palembang. Partially (t test) it showed only two variables gave an effect on purchasing decision, namely product and price variables.

Keywords: Product, price, promotion and purchasing decision.



No: 150

February 19, 2021



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Tingkat kebutuhan untuk memiliki tempat tinggal (rumah) pada saat ini semakin meningkat. Di kota-kota besar, dimana pertumbuhan penduduk terus meningkat ditambah adanya arus urbanisasi yang tidak pernah surut menyebabkan kebutuhan akan rumah menjadi salah satu kebutuhan pokok manusia yang dirasakan sangat mendesak. Rumah selain fungsi utamanya sebagai tempat tinggal bagi penghuninya, juga menjadi tolak ukur keberadaan status sosial pemiliknya, bahkan seringkali orang membeli rumah karena tujuan ekonomis, yaitu selain tempat tinggal, juga sebagai tempat melakukan kegiatan usaha. (Supriyono, dkk, 2014)

Menurut UU No. 1 Tahun 2011 tentang Perumahan dan Kawasan Pemukiman, bahwa setiap orang berhak hidup sejahtera lahir dan batin, bertempat tinggal, dan mendapatkan lingkungan hidup yang baik dan sehat, yang merupakan kebutuhan dasar manusia. Masyarakat saat ini memiliki beberapa pilihan dalam memiliki rumah. Pilihan tersebut adalah dengan cara membangun sendiri atau dengan cara sewa, membeli secara tunai atau angsuran, hibah atau dengan cara lain yang sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku. Tidak semua masyarakat bisa dengan mudah membangun rumah. Diperlukan berbagai hal sehingga rumah bisa didirikan dan ditempati. Maka tidak mengherankan jika akhir-akhir ini bisnis di bidang perumahan semakin marak, banyak perusahaan muncul dengan memberikan berbagai macam fasilitas dan perkembangan bisnis

ini tidak hanya terpusat di kota-kota besar akan tetapi sudah meluas ke kota-kota kecil.

Kota Palembang sebagai Ibukota di Provinsi Sumatera Selatan memiliki luas 400,2 km² dengan jumlah kependudukan yang cukup tinggi. Banyak sekali perusahaan-perusahaan yang bergerak dibidang properti perumahan mulai dari tipe yang sederhana hingga tipe yang paling mewah tergantung kebutuhan dan kemampuan yang ada. Namun sebagian besar developer membangun rumah yang mampu dijangkau oleh sebagian masyarakat kecil yaitu rumah subsidi tipe 36, dengan harga yang murah dan mudah didapat. Rumah tipe 36 merupakan jenis perumahan untuk kalangan menengah kebawah sehingga memberikan kesempatan kepada konsumen untuk dapat membeli baik secara tunai maupun secara kredit. Jangka kredit yang diberikan yang diberikan juga sangat lama yaitu 10 hingga 20 tahun. Berdasarkan hal tersebutlah, maka banyak sekali developer yang saling bersaing untuk mendapatkan konsumen dalam pembelian rumah.

Untuk menjaga keberlangsungan hidup perusahaan, tentunya perusahaan harus dapat memaksimalkan elemen-elemen yang terdapat pada bauran pemasaran agar dapat mencapai tujuan perusahaan yaitu meningkatkan penjualan. Kotler dan Armstrong (2012:51) ada empat variable dalam kegiatan pemasaran yaitu, *product*, *price*, *place*, *promotion*. Menurut Irham Fahmi (2016:81), *Marketing mix* adalah bauran pemasaran yang mengkaji dan fokus pada empat sisi marketing yaitu *product*, *place*, *price*, dan *promosi*. Keempat sisi bauran pemasaran tersebut saling bekerjasama untuk mendukung penguatan tercapainya terget penjualan sesuai dengan yang diharapkan oleh pihak manajemen perusahaan.

PT. Barangan Jaya Mandiri merupakan salah satu perusahaan pengembang di kota Palembang yang membangun perumahan dengan berbagai macam model dan tipe rumah yang beragam serta menjamin kualitas, bentuk bangunan, kenyamanan, dengan tidak meninggalkan unsur pelayanan yang memuaskan dan sesuai kebutuhan oleh masyarakat pada saat ini. Terdapat dua produk yang ditawarkan oleh perusahaan ini, yaitu perumahan subsidi dan perumahan komersil. Perumahan subsidi merupakan program sejuta rumah dari pemerintah untuk masyarakat menengah ke bawah dengan harga yang relatif murah. Sedangkan perumahan komersil merupakan perumahan yang diperuntukan untuk orang atau masyarakat menengah keatas, artinya mampu dalam mengangsur rumah sesuai dengan penghasilannya.

Produk yang akan diteliti pada penelitian ini sendiri adalah perumahan subsidi tipe 36. Dari seluruh jumlah perumahan subsidi masih terdapat 74 unit rumah lagi yang belum terjual dari 3 tahun terakhir. Perumahan tersebut terdiri dari 99 unit pada Perumahan Tanjung Sari Residence 1 dan 75 unit pada Perumahan Tanjung Sari Residence 2. Dari produk tersebut, masih terdapat keluhan konsumen mengenai belum adanya fasilitas *one gate system*, sehingga perumahan dirasa masih kurang aman. Berikut ini merupakan tabel jumlah rumah yang dibangun oleh PT. Barangan Jaya Mandiri :

Tabel 1.1
PT. Barangan Jaya Mandiri
Jumlah Rumah Yang Dibangun
Tahun 2017-2020

No.	Nama Perumahan	Tipe Rumah	Tahun			
			2017	2018	2019	2020
1.	Griya Tanjung Sari Residence (1)	36 m ²	54 unit	45 unit	-	
2.	Griya Tanjung Sari Residence (2)	36 m ²	-	-	34 unit	41 unit

Sumber : PT. Barangan Jaya Mandiri, 2020

Berdasarkan data pada tabel 1.1 di atas, dapat kita lihat mengenai perkembangan pembangunan jumlah dan jenis/tipe rumah yang di bangun oleh PT. Barangan Jaya Mandiri selama empat tahun terakhir. Berdasarkan data tersebut, dapat kita ambil kesimpulan bahwa pihak perusahaan lebih memfokuskan pembangunan perumahan untuk kalangan menengah kebawah. Hal ini terlihat dari besarnya jumlah bangunan rumah tipe 36 yang dibangun oleh developer itu sendiri. Alasan mengenai segmentasi pasar untuk golongan menengah kebawah didasarkan pada alasan bahwa konsumen dengan pendapatan menengah kebawah mempunyai kecenderungan untuk membeli rumah di komplek perumahan karena adanya beberapa kemudahan. Sementara, konsumen golongan menengah keatas umumnya lebih suka membangun sendiri rumahnya pada lahan yang mereka beli dan mendesain bentuk rumah yang diinginkannya.

PT. Barangan Jaya Mandiri membangun perumahan subsidi tipe 36 dan merupakan perumahan yang diberikan subsidi oleh pemerintah sehingga harga yang ditawarkan lebih murah dibandingkan dengan yang tidak ada subsidi. Hal ini bertujuan agar masyarakat kalangan menengah kebawah dapat membeli rumah

dengan harga yang terjangkau. Berikut ini merupakan tabel perbandingan harga beberapa jumlah perumahan subsidi tipe 36 yang lain dengan perumahan subsidi tipe 36 PT. Barangan Jaya Mandiri dapat dilihat di tabel 1.2 berikut ini :

Tabel 1.2

Perbedaan Harga Perumahan Subsidi Tipe 36 Pada PT. Barangan Jaya Mandiri Dengan Perumahan Lain Kota Palembang

Perumahan	Tanjung Sari Residence	Anwa Residence	Multiwahana Sako	Pelangi Residence
Lokasi	Jln. Tanjung Sari Kel Sukamoro Kec Talang Kelapa	Jl. Taqwa Mata Merah	Jl. Sako, Sematang Borang	Jl. Macan Lindungan
Harga	Rp. 140.000.000,-	Rp. 150.000.000,-	Rp. 150.500.000,-	Rp. 165.000.000,-

Sumber : www.olx.co.id, 2020

Dari data diatas, dapat dilihat bahwa harga perumahan subsidi tipe 36 pada PT. Barangan Jaya Mandiri dapat dikatakan lebih murah dibanding beberapa perumahan dengan tipe yang sama di kota Palembang.

Promosi yang digunakan PT. Barangan Jaya Mandiri berupa melalui penyebaran brosur, serta *personal selling* yang dilakukan oleh *sales marketing*. Promosi tersebut masih kurang baik dikarenakan jangkauan promosi kurang tersebar luas, maka promosi perlu ditambah adalah mengikuti event di mall-mall, iklan di sosial media seperti facebook, instagram, olx, dsb.

Berkaitan dengan produk, harga, dan promosi tersebut, selain semakin ketatnya persaingan dalam bisnis perumahan yang membuat konsumen semakin banyak selektif serta kritis dan sering kali membutuhkan waktu yang relatif lama dalam proses pengambil keputusan pembelian rumah. Hal inilah yang menjadi

tantangan bagi perusahaan pengembang perumahan untuk menerapkan konsep pemasaran yang tepat.

Penjualan rumah yang dilakukan oleh perusahaan properti pada umumnya selalu bersifat fluktuatif dari tahun ke tahun. Hal ini juga seperti yang dialami oleh PT. Barangan Jaya Mandiri Palembang. Untuk melihat besarnya jumlah penjualan rumah tipe 36 pada PT. Barangan Jaya Mandiri Palembang sejak tahun 2016 hingga tahun 2020, dapat di lihat pada tabel 1.3 berikut ini: 08117809914

Tabel 1.3
PT. Barangan Jaya Mandiri
Jumlah Rumah Yang Terjual
Tahun 2016-2020

No	Tahun	Target Penjualan (Unit)	Realisasi Penjualan (Unit)	Presentase (%)
1.	2017	54	50	92,59%
2.	2018	45	39	86,66%
3.	2019	34	7	20,58%
4.	2020	41	4	9,75%

Sumber : PT. Barangan Jaya Mandiri, 2020

Berdasarkan tabel 1.2 diatas, dapat kita lihat bahwa selama tiga tahun terakhir, penjualan rumah tipe 36 pada PT. Barangan Jaya Mandiri terus mengalami kondisi yang berfluktuasi. Hal ini bisa dilihat dari tahun 2017 dimana perusahaan menargetkan penjualan rumah tipe 36 sebanyak 54 unit, dan hanya terjual sebanyak 50 unit atau sebesar 92,59%. Kemudian pada tahun 2018 perusahaan menargetkan penjualan rumah tipe 36 sebanyak 45 unit dan hanya terjual 39 unit atau sebesar 86,66%. Kemudian pada tahun 2019 perusahaan menargetkan penjualan rumah tipe 36 sebanyak 34 unit dan hanya terjual 7 unit

atau sebesar 20,58%. Kemudian pada tahun 2020 perusahaan menargetkan penjualan rumah tipe 36 sebanyak 41, dan hanya terjual sebanyak 4 unit atau sebesar 9,75%.

Dengan demikian, maka dapat kita ketahui bahwa selama tiga tahun terakhir perusahaan mengalami penurunan penjualan yang sangat drastis dimana pada tahun 2020 perusahaan menargetkan 41 unit rumah namun hanya terjual 4 unit hingga tahun 2020 akhir dan belum dapat meningkatkan penjualan rumah tipe 36 hingga akhir tahun 2020. Hal ini tentu tidak hanya berhubungan dengan bagaimana perusahaan memasarkan produk mereka ke konsumen, tetapi juga berhubungan dengan bagaimana perilaku konsumen itu sendiri dalam memutuskan untuk membeli rumah tipe 36 yang ditawarkan oleh PT. Barangan Jaya Mandiri Palembang.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Subsidi Tipe 36 Pada PT. Barangan Jaya Mandiri Palembang”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah, maka dapat dirumuskan masalahnya yaitu :

1. Adakah pengaruh produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian rumah subsidi tipe 36 pada PT. Barangan Jaya Mandiri Palembang?

2. Adakah pengaruh produk terhadap keputusan pembelian rumah subsidi tipe 36 pada PT. Barangan Jaya Mandiri Palembang?
3. Adakah pengaruh harga terhadap keputusan pembelian rumah subsidi tipe 36 pada PT. Barangan Jaya Mandiri Palembang?
4. Adakah pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian rumah subsidi tipe 36 pada PT. Barangan Jaya Mandiri Palembang?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dimaksud pada penelitian ini, maka tujuan dari penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui pengaruh produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian rumah subsidi tipe 36 pada PT. Barangan Jaya Mandiri Palembang.
2. Untuk mengetahui pengaruh produk terhadap keputusan pembelian rumah subsidi tipe 36 pada PT. Barangan Jaya Mandiri Palembang.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian rumah subsidi tipe 36 pada PT. Barangan Jaya Mandiri Palembang.
4. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian rumah subsidi tipe 36 pada PT. Barangan Jaya Mandiri Palembang?

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis

Hasil penelitian ini sebagai hasil nyata dalam melakukan penelitian dan sebagai syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi serta

memberikan gambaran tentang praktek dan teori yang selama ini diperoleh di bangku kuliah, khususnya dalam konsentrasi pemasaran.

2. Bagi keilmuan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi khususnya dalam bidang pemasaran, bagi penelitian selanjutnya ataupun bagi keilmuan itu sendiri.

3. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan manajemen yang tepat menyangkut variabel manakah yang paling dominan berpengaruh dalam keputusan pembelian perumahan oleh konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Edisi Revisi, Cetakan 10. Alfabeta: Bandung.
- Assauri. 2011. *Manajemen Pemasaran, Dasar, Konsep & Strategi*. Rajawali Pers: Jakarta.
- Basu Swasta, Dharmesta dan Irawan, 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Libert: Yogyakarta.
- Chandra, S. Maryam dan Tielung, M. V.J. 2015. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Hotel Baliem Pilamo Di Wamena*. Jurnal EMBA. Vol.3 No.3.
- Daryanto, 2013. *Inovasi Pembelajaran Efektif*. Yrma Widya: Bandung.
- Dian Novitasari dan Sri Katun. 2014. *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Sederhana Pada Perumahan Taman Gading Jember Melalui Fasilitas KPR Bank*
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Google Maps. 2020. *Ulasan Pengunjung Tanjung Sari Residence* Dari : <https://www.google.com/search?q=tanjung+sari&oq=arizona&aqs=chrome.0.69i59j69i57j35i39j0l3.2761j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8#lrd=0x2e3b73c0183060f7:0x57504ec60b6397c9,1,,>
- Harriyanto, Dorri. 2015. *Analisis Pengaruh Bauran Jasa Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Adira Quantum Multifinance Cabang Padang*. Skripsi. Program Studi Manajemen.
- Hurriyati, Ratih. 2010. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Alfabeta: Bandung.
- Irvan Juliana Hidayah dan Harie Lutfie. 2017. *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Proses Keputusan Pembelian* (Studi Pada Perum Perumnas Rumah Subsidi Bumi Parahyangan Kencana Sorean, Bandung).
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Erlangga: Jakarta.
- Kotler, Phillip dan Kevin L. Keller. 2016. *Marketing Management* 16 edition. Pearson: New Jersey.
- Layungsari, M., & Yuniati, T. 2015. *Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Martpoint*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen. Vol.4 No.12.

- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Ketiga. Salemba Empat: Jakarta.
- Machfoedz, Mahmud. 2010, *Komunikasi Pemasaran Modern*, Cetakan Pertama, Cakra Ilmu, Yogyakarta.
- Siti Azizah. 2016. *Pengaruh Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Tipe 36 Pada PT. Usratu Busri Kota Pontianak*
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. PT Alfabet. Bandung.
- Sunyoto, Danang. 2012. *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Center for Academic Publishing Service: Yogyakarta.
- Surjan, A. Muh Fauzi. 2015. *Analisis Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Pada Perumahan Beverly Hills Makassar*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Hasanuddin.
- Solomon, Michael R. 2011. *Consumer Behavior : Buying, Having and Being*, 9th ed. Pearson Addison Wesley: New Jersey.
- Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorius. 2016. *Service, Quality & satisfaction*. Andi:Yogyakarta.
- Zikriyatul Ulya Daud. 2018. *Pengaruh Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Pada Green Avina Birem Puntong Langso Baro*