

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

Riski Mulia (2018): Pengaruh Sistem Pemasaran Perumahan PT. Dhuha Karya Terhadap Volume Penjualan Ditinjau Menurut Ekonomi Islam

Penelitian ini mengemukakan tentang pengaruh sistem pemasaran perumahan terhadap volume penjualan dengan fokus masalah yaitu meningkatkan volume penjualan melalui peningkatan target penjualan dan perluasan pasar sasaran dibantu dengan kerja kontaktor. Tujuan penelitian ini adalah memperoleh data tentang meningkatkan pemasaran perumahan, keunggulan dan kekurangan serta tinjauan pemasaran terhadap volume penjualan perumahan.

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (field research) yang bersifat studi kasus dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dan proses penyimpulan hasil penelitian dengan cara berfikir induktif, metode yang digunakan ialah metode deskriptif yaitu metode penelitian dengan cara menganalisis dan menyajikan fakta secara sistematis sehingga dapat lebih mudah untuk di pahami dan disimpulkan. Berdasarkan hasil penelitian di lapangan PT. Dhuha Karya. Populasi dalam penelitian ini adalah pimpinan perusahaan dan karyawan/ti PT. Dhuha karya yang berjumlah 20 orang dan 69 konsumen. Dalam penetapan sampel dengan menggunakan teknik *random sampling* (pengambilan sampel secara acak) dengan cara mengisi angket

Berdasarkan penelitian dapat diketahui bahwa sistem pemasaran yang dilakukan oleh PT.Dhuha karya untuk meningkatkan penjualan adalah dengan cara menurunkan harga dan berbagai promosi ke berbagai tempat. Faktor pendorong pemasaran PT.Dhuha Karya adalah mempromosikan pada masyarakat perumahan yang dimiliki PT.Dhuha Karya sehingga masyarakat tertarik untuk memiliki perumahan yang di sediakan. Faktor penghambat adalah kurang terjalannya kerjasama yang baik antara pihak developer dan konsumen. Disamping itu strategi pemasaran yang dilakukan PT. Dhuha Karya belum sesuai dengan prinsip ekonomi syariah yaitu belum dilakukan secara transparan karena masih terdapat tabahan biaya yang tidak sesuai serta apa yang disampaikan saat promosi.