UIN SUSKA RIAU
© Hak Cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang 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. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

Judul : **"STRATEGI BAURAN PEMASARAN PERUMAHAN PALM LEAVES PADA PT. ROSTI MANDIRI PEKANBARU DALAM PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH "**

Keberhasilan usaha suatu perusahaan ditentukan oleh keberhasilan pemasarannya. Pemasaran merupakan suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang–barang yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Dalam hal ini, strategi yang biasa digunakan oleh perusahaan adalah strategi bauran pemasaran, yang merupakan kombinasi dari variabel-variabel yang saling mendukung satu dengan yang lainnya, bertujuan untuk mendapatkan laba dengan cara meningkatkan volume penjualan. Pada PT.Rosti Mandiri telah menggunakan strategi bauran pemasaran namun yang terjadi, penjualan pada perusahaan mengalami penurunan setiap tahunnya.

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi bauran pemasaran perumahan Palm Leaves pada PT. Rosti Mandiri Pekanbaru?, dan bagaimana tinjauan ekonomi syariah terhadap strategi bauran pemasaran perumahan Palm Leaves pada PT. Rosti Mandiri Pekanbaru?. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi bauran pemasaran perumahan Palm Leaves pada PT. Rosti Mandiri Pekanbaru dan mengetahui tinjauan ekonomi syariah terhadap strategi bauran pemasaran perumahan Palm Leaves pada PT. Rosti Mandiri Pekanbaru.

Penelitian ini adalah penelitian lapangan. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah Wawancara, observasi, dan angket. Analisis data menggunakan metode deskriptif kualitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen perumahan Palm Leaves yang berjumlah 51 orang, Karena populasi tidak besar maka seluruh populasi dijadikan sampel sehingga metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *total sampling*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi bauran pemasaran yang dilakukan oleh perumahan Palam Leaves pada PT. Rosti Mandiri sangat baik dalam meningkatkan penjualan karena strategi yang dilakukan sudah memenuhi kriteria pada variabel harga perumahan Palm Leaves sesuai dengan manfaat yang dirasakan oleh konsumen, namun pada aspek promosi masih belum sesuai dengan keinginan konsumen. Dari tinjauan ekonomi syariah strategi bauran pemasaran pada aspek promosi bertentangan dengan prinsip ekonomi syariah karena pada saat promosi yang ditawarkan menjelaskan bahwa letak lokasi strategis namun faktanya letak lokasi masih belum strategis .