

## **PENGARUH BAURAN PEMASARAN BARANG TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MEMBELI PERUMAHAN VILLA GARDENIA TYPE 75 PADA AGEN PT. BINTANG PROPERTI PEKANBARU**

### **ABSTRAK**

**FAZLUR RAHMAN**  
**NIM. 11071103503**

Bauran pemasaran merupakan kunci untuk mencapai tujuan yang ditetapkan oleh manajemen yaitu peningkatan volume penjualan. Untuk mengetahui apakah bauran pemasaran berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen membeli perumahan Villa Gardenia Type 75 pada agen PT. Bintang Properti Pekanbaru. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh pembeli perumahan Villa Gardenia Type 75 yang jumlahnya 150 orang. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini diambil 50% dari keseluruhan jumlah populasi. Berdasarkan pendapat di atas maka sampel dalam penelitian ini ditetapkan sebanyak 75 orang. Sedangkan analisis data menggunakan model regresi berganda. Hasil uji secara simultan menunjukkan bahwa produk, harga, tempat dan promosi berpengaruh terhadap keputusan konsumen membeli perumahan Villa Gardenia Type 75 pada agen PT. Bintang Properti Pekanbaru. Artinya semakin baik produk, harga, tempat dan promosi maka keputusan konsumen untuk membeli perumahan Villa Gardenia Type 75 pada agen PT. Bintang Properti Pekanbaru akan semakin meningkat. Hasil uji secara parsial menunjukkan bahwa produk, harga, tempat dan promosi berpengaruh terhadap keputusan konsumen membeli perumahan Villa Gardenia Type 75 pada agen PT. Bintang Properti Pekanbaru. Besarnya pengaruh bauran pemasaran (produk, harga, tempat dan promosi) terhadap keputusan konsumen membeli perumahan Villa Gardenia Type 75 pada agen PT. Bintang Properti Pekanbaru adalah sebesar 0,701 atau 70,1% sedangkan 29,9% lagi ditentukan oleh faktor lain yang tidak diamati dalam penelitian ini.

**Kata Kunci : Produk, Harga, Tempat, Promosi dan Penjualan**