

ABSTRACT

his study aims to analyze and describe the direct and indirect influence between pricing and promotion strategies on the purchasing decisions of the jaya solar castle housing PT Jayaland Sidoarjo. The population is all consumers of Puri Surya Jaya Housing, PT Jayaland Sidoarjo. Whereas, the samples were consumers of Puri Surya Jaya Housing, PT Jayaland Sidoarjo, as many as 112 respondents using the Darwin formula and the sampling technique used was accidental sampling. Based on data analysis using the t test concluded the price with a significant value of 4,914 ($0,00 > 0,05$) then the quality with a significant value of 5,736 ($0,000 < 0,05$). then location with a significant value of 3.943 ($0,000 < 0,05$). then the promotion strategy with a significant value of 2,039 ($0,044 < 0,05$). And the f test is 27,212 with a significant value of 0,000 ($0,000 < 0,05$). So it can be concluded the results of the price variable (X1) quality (X2) location (X3) and Promotion Strategy (X4) are positive and significant towards the Purchase Decision (Y) at Puri Surya Jaya Housing in PT Jayaland Sidoarjo.

Keywords: Quality Price Location Promotion Strategy for Purchasing Decisions

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mendiskripsikan pengaruh langsung dan tidak langsung antara pengaruh harga Kualitas Lokasi dan Strategi Promosi terhadap keputusan pembelian perumahan puri surya jaya PT Jayaland Sidoarjo. Populasinya adalah seluruh konsumen Perumahan Puri Surya jaya PT jayaland Sidoarjo. Sedangkan, sampelnya adalah konsumen Perumahan Puri Sury jaya PT jayaland Sidoarjo sebanyak 112 responden dengan menggunakan rumus ferdinan dan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah accidental sampling. Berdasarkan analisis data menggunakan uji t disimpulkan harga dengan nilai signifikan 4,914 ($0,00 > 0,05$) kemudian kualitas dengan nilai signifikan 5,736 ($0,000 < 0,05$).kemudian lokasi dengan nilai signifikan 3,943 ($0,000 < 0,05$).kemudian strategi promosi dengan nilai signifikan 2.039 ($0,044 < 0,05$). Dan uji f sebesar 27,212 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$). Jadi dapat disimpulkan hasil penelitian variabel harga (X1) kualitas (X2) lokasi (X3) dan Strategi Promosi (X4) berpengaruh positif dan bersignifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada PerumahanPuri Surya Jaya di PT Jayaland Sidoarjo

Kata kunci: Harga Kualitas Lokasi Strategi Promosi Keputusan Pembelian