

ABSTRAK

Yunita T.S. Analisis Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Rumah Pada PT. Ogan Permata Indah Palembang (di bawah bimbingan Esti Naruliza, SE,MP dan Lina,SE).

PT. Ogan Permata Indah adalah perusahaan pengembang yang bergerak dibidang industri perumahan, yang berlokasi di seberang Ulu I dengan luas lahan \pm 300 ha. PT. Ogan Permata Indah telah membangun jenis rumah sangat sederhana dan rumah sederhana.

PT. Ogan Permata Indah melakukan kegiatan promosi melalui periklanan, personal selling, sales promotion dan publisitas. Kegiatan promosi periklanan dilakukan di media surat kabar Sumatera Ekspres dimana media tersebut dinilai dapat menjangkau calon konsumen. Kegiatan promosi melalui personal selling adalah melayani konsumen di kantor pemasaran dengan pelayanan yang optimal dan aktif untuk memberikan apa yang diperlukan oleh konsumen. Untuk kegiatan promosi melalui sales promotion PT. Ogan Permata Indah memberikan diskon dan hadiah bagi konsumen yang akan melakukan pembelian secara tunai, disamping itu PT. Ogan Permata Indah juga mengikuti pameran yang diadakan oleh REI. Sedangkan kegiatan promosi melalui publisitas, berupa kegiatan sosial untuk setiap tahunnya.

Dari hasil penelitian, yaitu berdasarkan penyebaran kuisioner (daftar pertanyaan) terhadap konsumen maka diperoleh kesimpulan bahwa kegiatan promosi yang dilakukan oleh PT. Ogan Permata Indah telah optimal untuk menaikkan tingkat penjualan rumah. Optimalnya kegiatan promosi dapat diketahui melalui hasil perhitungan sebesar 0,927 (92,70%) kegiatan promosi berpengaruh terhadap tingkat penjualan rumah.

Sebagai perusahaan pengembang dibidang industri perumahan, disarankan untuk meningkatkan penjualan rumah secara optimal melalui promosi, khususnya kegiatan publisitas yang masih terasa kurang dibandingkan dengan kegiatan promosi periklanan, personal selling dan sales promotion. Dengan demikian diharapkan pada masa yang akan datang dapat terjadi peningkatan penjualan yang lebih baik pada PT. Ogan Permata Indah.