

ABSTRAK

ANDINI DWI ANUGRAH, 18110003

Pengaruh *Marketing Mix* Terhadap Minat Beli Tanah Kavling pada PT Brilliant Mina Bumi

Skripsi : Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, 2022

Kata Kunci : Lokasi, Harga, Prospek, Promosi, Minat Beli

Lingkungan persaingan bisnis semakin ketat dan tidak akan pernah berhenti, jika sebuah perusahaan tidak beradaptasi dan berinovasi untuk memajukan usahanya, bisnis tersebut akan mengalami kemunduran. Sebuah perusahaan kini membutuhkan terobosan untuk merebut hati pelanggan dan menarik perhatian mereka pada produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan. Permasalahan dalam penelitian ini adalah (1) Apakah lokasi berpengaruh secara parsial terhadap minat beli tanah kavling pada PT Brilliant Mina Bumi? (2) Apakah harga berpengaruh secara parsial terhadap minat beli tanah kavling pada PT Brilliant Mina Bumi? (3) Apakah prospek berpengaruh secara parsial terhadap minat beli tanah kavling pada PT Brilliant Mina Bumi? (4) Apakah promosi berpengaruh secara parsial terhadap minat beli tanah kavling pada PT Brilliant Mina Bumi? (5) Apakah lokasi, harga, prospek, dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap minat beli tanah kavling pada PT Brilliant Mina Bumi?

Populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 orang yang telah membeli kavling dari PT Brilliant Mina Bumi. Dari populasi 100 orang tersebut diambil sampel sebanyak 80 orang dengan tingkat kesalahan 5% menggunakan rumus slovin. Metode pengumpulan data berupa metode kuesioner dengan menggunakan skala Likert. Adapun data yang diperoleh dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan variabel lokasi, harga, prospek dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen secara parsial. t hitung pada variabel lokasi sebesar 3,013 dan nilai sig. $0,004 < 0,05$. t hitung pada variabel harga sebesar 4,114 dan nilai sig. $0,000 < 0,05$. t hitung pada variabel prospek sebesar 14,342 dan nilai sig. $0,000 < 0,05$. t hitung pada variabel promosi sebesar 2,274 dan nilai sig. $0,026 < 0,05$.

Secara Simultan, variabel lokasi, harga, prospek dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. F hitung 189,030 $> 2,492$ dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$.

Simpulan dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh marketing mix (lokasi, harga, prospek, dan promosi) yang positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen baik secara parsial maupun secara simultan. Saran dalam penelitian ini adalah terus menerus melakukan perubahan yang menunjang keuntungan perusahaan di masa depan karena prospek memiliki hubungan dominan terhadap minat beli tanah kavling yang ada di PT Brilliant Mina Bumi. Peneliti selanjutnya disarankan untuk mampu mengembangkan hasil dari penelitian.