

RESEARCH PAPER : THE EFFECT OF MARKETING MIXES ON  
PROPERTY PURCHASE DECISIONS IN PT.  
SYAFA MULYA SENTOSA

**ABSTRACT**

PT.Syafa Mulya Sentosa is a company engaged in property which was established on February 3, 2016, founded by Pak Karnoto Wahyu Cahyono, he is a former administrative employee of the stikes hangs Tuah Surabaya with his administrative experience. He makes the housing business without cooperation from the business bank not there is interest in each installment, PT. Syafa Mulya Sentosa also cooperates with buying and selling online housing, namely Khambali property by posting housing prices and facilities in the company.

This study aims to find out how influential the marketing mix is carried out by PT. Syafa Mulya Sentosa from products, promotions, prices, locations that aim to attract as many consumers as possible and also look for the marketing mix that has the most positive and significant influence for the company PT. Syafa Mulya Sentosa. The researcher analyzed the data using questionnaires to 44 samples using validity, reliability, multiple linear analysis, classical assumptions, T test and F test.

Based on the results of the analysis showing that the product, price, promotion has a positive and significant effect on purchasing decisions but the location does not significantly influence purchasing decisions at PT.Syafa Mulya Sentosa

Keywords: product, price, promotion, location, purchase decision

JUDUL SKRIPSI : PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PROPERTY PADA  
PT.SYAFAMA MUYA SENTOSA

**ABSTRAK**

PT.Syafa Mulya Sentosa adalah perusahaan yang bergerak dibidang properti yang berdiri pada tanggal 3 Februari 2016 didirikan oleh Pak Karnoto Wahyu Cahyono beliau adalah mantan pegawai administrasi stikes hang Tuah Surabaya dengan pengalaman administrasi yang dimilikinya beliau membuat bisnis perumahan tanpa kerja sama dari bank bisnis tersebut tidak ada bunga di tiap ansurannya, PT. Syafa Mulya Sentosa juga menggandeng jual beli perumahan online yaitu Khambali properti dengan memosting perumahan harga dan fasilitas-fasilitas yang ada di perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa berpengaruhnya bauran pemasaran yang dilakukan PT. Syafa Mulya Sentosa dari produk, promosi, harga, lokasi yang bertujuan untuk menarik konsumen sebanyak-banyaknya dan juga mencari bauran pemasaran yang paling berpengaruh positif dan signifikan bagi perusahaan PT. Syafa Mulya Sentosa. Peneliti menganalisis data menggunakan koesioner kepada 44 sampel dengan menggunakan uji validitas, reliabilitas, analisis linier berganda, uji asumsiklasik, uji T dan uji F.

Berdasarkan hasil dari analisis menunjukkan bahwa produk, harga, promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian tetapi lokasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian di PT.Syafa Mulya Sentosa

Kata kunci : produk, harga, promosi, lokasi, keputusan pembelian