

ABSTRAK

Mohammad Rizky Abdurrohim (1168020170): “Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Penjualan Perumahan *Summer Hills Dago*”.

Menurut Kotler (2014) pemasaran mencakup usaha untuk mencapai kesesuaian antara perusahaan dan lingkungannya dalam rangka mencari pemecahan atas masalah strategi pemasaran berisi strategi spesifik untuk pasar, penempatan posisi, bauran pemasaran, dan besarnya pengeluaran pemasaran. Strategi pemasaran adalah suatu tindakan yang bertujuan pada kegiatan pemasaran dari suatu perusahaan. Strategi pemasaran dapat dilihat sebagai dasar yang digunakan untuk menyusun perencanaan perusahaan secara menyeluruh, dengan adanya masalah yang ada di dalam sebuah perusahaan, maka sangat dibutuhkannya sebuah perencanaan yang menyeluruh sebagai pedoman bagi segmen perusahaan dalam melakukan kegiatannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan memahami secara mendalam tentang strategi pemasaran terhadap penjualan perumahan *Summer Hills Dago*. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif yaitu untuk mengungkapkan fenomena strategi pemasaran terhadap penjualan perumahan *Summer Hills Dago*. Sampel yang diambil adalah berjumlah 126 orang responden pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner online. Teknik analisis data menggunakan Analisis Deskriptif, Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Normalitas, Uji Regresi Linier Berganda, Uji-t (parsial), Uji F (simultan), dan Uji Koefisien Determinasi dengan menggunakan program SPSS versi 25. Berdasarkan hasil uji F diketahui nilai $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ yaitu $12,049 \geq 2,68$ sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya secara keseluruhan Produk (x_1), Harga (x_2), Tempat (x_3), dan Promosi (x_4) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Penjualan (γ). Dilihat dari nilai signifikansi secara keseluruhan Produk (x_1), Harga (x_2), Tempat (x_3), dan Promosi (x_4) adalah $0,000 \leq 0,05$, artinya secara Produk (x_1), Harga (x_2), Tempat (x_3), dan Promosi (x_4) signifikan terhadap Penjualan (γ). Besaran persentase pengaruh secara keseluruhan menggunakan uji koefisien determinasi sebesar 68,5% dan sisanya 31,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti. Dengan demikian, hubungan antara variabel yang ada pada penelitian ini memiliki tingkat hubungan yang kuat, yang maksudnya adalah penjualan pada perumahan *Summer Hills Dago* dipengaruhi oleh strategi pemasaran sebesar 68,5% dan sisanya 31,5% dipengaruhi oleh faktor yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Penjualan, *Summer Hills Dago*



uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG