

**PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN (STUDI KASUS PERUMAHAN PADA
PT. DUVA AJENG SENTOSA)**

SKRIPSI



**DI SUSUN OLEH
BUNGA RIZKINTA NOVELYN
18220009
MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS IBA
PALEMBANG
2022**

**PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN (STUDI KASUS PERUMAHAN PADA
PT. DUVA AJENG SENTOSA)**

S K R I P S I

**Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonom**



**DI SUSUN OLEH
BUNGA RIZKINTA NOVELYN
18220009**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS IBA
PALEMBANG**

2022

SKRIPSI
PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN (STUDI KASUS PERUMAHAN PADA
PT. DUVA AJENG SENTOSA)

Dipersiapkan dan disusun oleh:

BUNGA RIZKINTA NOVELYN SIMANJUNTAK
18220009
MANAJEMEN

Telah Dipertahankan di Depan Tim Penguji
Pada Tanggal 28 Juni 2022
Dan Dinyatakan Memenuhi Syarat

TIM PENGUJI

Ketua : Esty Naruliza,SE.,MP
Anggota : R.Y Effendi,SE.,M.Si
Penelaah : Sri Ermeila,SE.,M.Si



Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi,



FAKULTAS EKONOMI
Sri Ermeila, SE., M.Si



FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS IBA

PALEMBANG

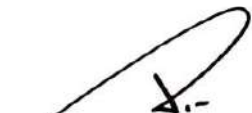
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : BUNGA RIZKINTA NOVELYN SIMANJUTAK
NPM : 18220009
Program Studi : MANAJEMEN
Mata Kuliah Pokok : MANAJEMEN PEMASARAN
Judul Penelitian : PENGARUH PROMOSI DAN HARGA
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN
(STUDI KASUS PERUMAHAN PADA
PT. DUVA AJENG SENTOSA)
Tanggal Persetujuan : JUNI 2022

Ketua Pembimbing


Esty Naruliza, SE., MP

Anggota Pembimbing


RY. Effendi, SE., M.Si

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi


Sri Liana, SE., M.Si
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS IBA

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **Bunga Rizkinta Novelyn Simanjuntak**
Tempat/Tanggal Lahir : Palembang, 1 November 2000
Program Studi : Manajemen
Npm : 18220009

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1.Seluruh data, informasi, interprestasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam karya ilmiah ini, kecuali yang disebutkan sumbernya, adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengolahan, serta pemikiran saya dengan pengarahan dari pembimbing yang ditetapkan.

2. Karya Ilmiah yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas IBA maupun diperguruan tinggi lainnya.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenar – benarnya dan apabila dikemudian hari ditemukan adanya bukti ketidakbenaran dalam pernyataan tersebut diatas, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah ini.

Palembang, Juni 2022
Yang Membuat Pernyataan,


Bunga Rizkinta Novelyn Simanjuntak
NPM 18220009

*Mottoo : “ Berdoalah Desak Tuhan Sesukamu, Jika Doa Itu
Tersulam Dengan Bahan Yang Halus Jangkann Sepotong Keinginan,
Konon Surgapun Bisa Di Tukar “*

Dengan segala kerendahan hati

Kupersembahkan skripsi ini Kepada :

Allah SWT Sang Maha Pencipta

Alm. Papa dan Mama yang tercinta

Adik dan Kakakku yang tercinta

Seluruh Keluarga besar yang tercinta

Calon Imam ku kelak

Para pendidikku yang sangat kuhormati

Sahabat – sahabatku tersayang

Teman – teman seperjuangan

Dan Almamaterku

KATA PENGANTAR

Assalaamu ‘alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah Subhanahu wa ta’ala yang telah memberikan segala rahmat, rezeki, hidayah, karunia-Nya, dan selalu memberikan petunjuk, kemudahan dan ridha sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini yang berjudul **PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (STUDI KASUS PERUMAHAN PADA PT. DUVA AJENG SENTOSA**

Skripsi ini adalah sebagai tugas akhir yang merupakan syarat untuk menyelesaikan pendidikan S1 dan untuk mendapatkan gelar sarjana di Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Iba, Palembang. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi penulis sendiri maupun pihak-pihak yang terkait.

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan banyak terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berjasa membimbing, mengarahkan dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Untuk itu dengan segala kerendahan hati yang tulus dan ikhlas penulis menghaturkan terima kasih kepada :

- Bapak Dr. Tareh Rasyid, M.Si selaku Rektor Universitas IBA Palembang.
- Ibu Sri Ermeila, SE.,M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas IBA Palembang serta sebagai Penelaah Pembimbing penelitian ini.

- Bapak Hermanto S.Pd.I M.Si Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi Universitas IBA Palembang.
- Bapak Rudi Ananda, SE., M.Ak Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi Universitas IBA Palembang.
- Ibu Asma Mario, SE.,MM sebagai Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas IBA Palembang.
- Ibu Esty Naruliza, SE., MP sebagai Pembimbing Akademik di Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas IBA Palembang dan Ketua pembimbing penelitian ini yang telah membantu saya dalam penyusunan dari awal judul sampai akhir skripsi, serta telah membantu mengembangkan pengetahuan saya tentang manajemen pemasaran dari awal masuk konsentrasi sampai selesai.
- Ibu Ellys, SE.,M.P selaku dosen Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen
- Ibu Rahmi Aryanti, SE.ME selaku dosen Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen
- Bapak R.Y. Effendi, SE. M.Si sebagai dosen Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas IBA Palembang dan selaku anggota pembimbing saya dalam penelitian ini yang telah membantu saya dalam penyusunan dari awal judul sampai akhir skripsi, serta telah membantu mengembangkan pengetahuan saya dari awal masuk konsentrasi sampai selesai.
- Ibu Dr. Lily Rahmawati Harahap, SE.,MM sebagai dosen Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas IBA Palembang.

- Bapak Ikraam, SE., M.Si selaku dosen dan Kaprodi Fakultas Ekonomi Prodi Akutansi Universitas IBA.
- Seluruh dosen dan staff tata usaha Fakultas Ekonomi Universitas IBA Palembang yang telah banyak membantu dalam segala hal dari pertama hingga akhir penyusunan skripsi ini.
- Kedua orang tuaku dan kakak adikku yang sangat aku cintai dan aku sayangi yaitu Papa Muhammad Ali Simanjuntak (Alm), Mama Yulia Sari, Kakak ku Rahayu Maharani Abhelia Simanjuntak Dan Adikku Muhammad Valentino Rossi Simanjuntak yang selalu membantu memberikan semangat, inspirasi, motivasi serta do’a yang tak pernah putus untuk penulis dan menjadi salah satu alasan saya agar tetap hidup.
- Untuk Bunda Mulyati Dan suami Anggoro Aryo Pramuditho yang telah banyak membantu penulis dalam segala hal dan sehingga terselesainya skripsi ini
- Untuk Muhammad Rizki Y yang selalu menemani, membantu, mengajari , membimbing dan mengarahi penulis baik suka maupun duka selalu bersama dalam keadaan apapun hingga terselesainya skripsi ini.
- Buat teman-teman seperjuangan angkatan “18 Manajemen, Yunisa Paradilla, Siti Wulan Agustriani, Yuni Dwie Safitri, terima kasih banyak atas bantuannya selama ini kepada penulis. Hal terindah bisa mengenal kalian, semoga kebersamaan kita tak berhenti sampai disini dan tetap berteman sampai surga.

- Sahabatku Ressy Oktary Martha yang selalu ada baik suka maupun duka dalam segala hal, memberikan semangat kepada penulis tak henti-hentinya
- Untuk sepeupuku tercinta Arthalia Laurens yang selalu menjadi pendengar setiap saya bercerita dalam keadaan apapun dan selalu memberikan semangat kepada penulis.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan semoga segala bantuan yang telah diberikan mendapat alasan dari Allah SWT Amin.

Palembang, Juni 2022

Penulis

Bunga Rizkinta Novelyn Simanjuntak

ABSTRAK

PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (STUDI KASUS PERUMAHAN PADA PT. DUVA AJENG SENTOSA)

Oleh

BUNGA RIZKINTA NOVELYN SIMANJUNTAK

Penulisan Skripsi ini dibawah bimbingan :

Esty Naruliza, SE., MP

Sebagai Ketua

R.Y. Effendy, SE., MS.i

Sebagai Anggota

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah Promosi dan Harga berpengaruh Terhadap minat beli rumah pada Pada Perumahan Di PT Duva Ajeng Sentosa Palembang. Pengumpulan data menggunakan data primer yang diperoleh dari kuesioner dengan menggunakan teknik accidental sampling.

Penelitian ini dibuat untuk menganalisis pengaruh promosi dan harga terhadap minat beli perumahan secara parsial. Teori ini menggunakan Deskriptif Kuantitatif. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Dalam penelitian ini populasi mencakup seluruh konsumen wanita ataupun pria baik dari umur 20 tahun sampai 50 tahun yang memutuskan untuk berminat membeli rumah di Perumahan PT Duva Ajeng Sentosa di Kota Palembang. Karena jumlah populasi tak terhingga maka besaran sampel yang diambil adalah sebanyak 272 orang dengan error level 10% atau 0,1. Pengujian dilakukan dalam tiga tahap yaitu uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik dan uji hipotesis.

Dalam pengujian hipotesis baik secara simultan maupun parsial promosi berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,627 atau 62,7% dan sisanya 37,3% dipengaruhi oleh variabel lain

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 62,7% minat beli konsumen dapat di jelaskan oleh variabel promosi dan harga terhadap minat beli konsumen. Sedangkan 37,3% dari dua variabel, variabel promosi (X1) sebesar 23,8% dan variabel harga (X2) sebesar 58,8%.

Kata Kunci : Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen

ABSTARCT

PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (STUDI KASUS PERUMAHAN PADA PT. DUVA AJENG SENTOSA)

By

BUNGA RIZKINTA NOVELYN SIMANJUNTAK

This Thesis Writing Under The Guidance

Esty Naruluza ,SE., MP

as Chairman

R.Y. Effendy,SE., MS.i

as a Member

This study aims to determine whether promotions and prices have an effect on interest in buying a house at housing at PT Duva Ajeng Sentosa Palembang. Collecting data using primary data obtained from questionnaires using accidental sampling technique.

This study was made to analyze the effect of promotion and price on housing buying interest partially. This theory uses quantitative descriptive. This study uses multiple linear regression analysis. In this study, the population includes all female and male consumers from the age of 20 years to 50 years who decide to be interested in buying a house at PT Duva Ajeng Sentosa Housing in Palembang City. Because the population is infinite, the sample size taken is 272 people with an error level of 10% or 0.1. The test is carried out in three stages, namely validity, reliability, classical assumption testing and hypothesis testing.

In testing the hypothesis, both simultaneously and partially, promotions have a significant effect on consumer buying interest. The results of this study indicate that the coefficient of determination (R^2) is 0.627 or 62.7% and the remaining 37.3% is influenced by other variables.

The results of this study indicate that 62.7% consumer buying interest can be explained by the promotion and price variables on consumer buying interest. While 37.3% of the two variables, the promotion variable (X_1) is 23.8% and the price variable (X_2) is 58.8%.

Keywords: Promotion and Price on Consumer Buying Interest