

ABSTRAK

SITI KHADIJAH P, NPM : 15510404. Pengaruh Strategi Pemasaran dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Tiara Asri Marindal Pada PT. Medan Informatika Teknologi. Skripsi, 2019.

Semakin meningkatnya kesejahteraan masyarakat di bidang ekonomi menimbulkan kebutuhan hidup yang semakin kompleks, termasuk di dalamnya kebutuhan akan sarana tempat tinggal berupa perumahan. Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, salah satunya adalah dari segi kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, yaitu bertujuan untuk memberikan kemudahan bagi konsumen. Setiap menjalankan proses bisnis baik barang maupun jasa, konsumen harus diberikan pelayanan yang baik karena kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan keputusan pembelian. Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu Apakah ada pengaruh strategi pemasaran dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian Perumahan Tiara Asri Marindal pada PT. Medan Informatika Teknologi?. Tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui pengaruh strategi pemasaran dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap keputusan pembelian Perumahan Tiara Asri Marindal pada PT. Medan Informatika Teknologi.

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner atau angket, sedangkan teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linear berganda, uji t, uji F dan uji Determinasi. Hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $0,243 < 1.66864$ maka H_1 diterima dan H_0 ditolak, yang artinya variabel strategi pemasaran tidak memiliki pengaruh yang positif dan signifikan dengan variabel keputusan pembelian Perumahan Tiara Asri Marindal pada PT. Medan Informatika Teknologi Medan. Selain itu pengujian secara parsial menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $13,594 > 1.66846$ yang artinya variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan dengan variabel keputusan pembelian Perumahan Tiara Asri Marindal pada PT. Medan Informatika Teknologi Medan. Selanjutnya pengujian secara simultan diperoleh nilai $F_{hitung} = 95,209$ dengan nilai $F_{tabel} 3,14$ dari hasil ini diketahui $F_{hitung} > F_{tabel}$, yaitu $95,209 > 3,14$ atau dapat disimpulkan H_1 diterima yang artinya bahwa variabel strategi pemasaran (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Perumahan Tiara Asri Marindal (Y) pada PT. Medan Informatika Teknologi Medan.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian