

Abstrak

Agustin, Reni Anisah Putri. 2020. Skripsi. **“Pengaruh produk, promosi, harga, tempat, terhadap keputusan pembelian pada rumah hunian sakinah residence paiton kabupaten probolinggo”** Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Panca Marga Proboinggo.

Pemasaran merupakan suatu proses penyusunan komunikasi terpadu yang bertujuan untuk memberikan informasi mengenai barang atau jasa dalam kaitannya dengan memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Pemasaran dimulai dengan pemenuhan kebutuhan manusia yang kemudian tumbuh menjadi keinginan manusia. Dalam proses penentuan kebutuhan dan keinginan manusia inilah yang menjadi konsep pemasaran.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Produk, Promosi, Harga, Tempat Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Rumah Hunian Sakinah *Residence* Paiton Kabupaten Probolinggo. Populasi yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 60 responden. Metode yang digunakan kuantitatif, teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan produk, promosi harga, dan tempat berpengaruh terhadap keputusan pembelian Pada Rumah Hunian Sakinah *Residence* Paiton Kabupaten Probolinggo. secara parsial produk, promosi harga, dan tempat berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Manajemen Rumah Hunian Sakinah *Residence* Paiton Kabupaten Probolinggo sebaiknya menerapkan produk, promosi harga, dan tempat secara bersama sama yang pada akhirnya akan mempengaruhi keputusan pembelian. Selain itu dapat diperhatikan faktor promosi dalam penelitian ini merupakan variabel yang paling dominan mempengaruhi keputusan pembelian.

Kata kunci : produk, promosi, harga, tempat, keputusan pembelian.

Abstract

Agustin, Reni Anisah Putri. 2020. *Thesis. "The Influence Of Product, Promotion, Price, Place, On Purchasing Decisions The Sakinah Receiver Paiton Paiton District Of Probolinggo"*. Management study program, faculty of economics. University of panca marga probolinggo.

Marketing is a process of composing integrated communication aimed at providing information about goods or services in relation to satisfying consumer needs and desires. Marketing starts with satisfying human needs that then grows into human desires. In the process of determining human needs and desires, it is the concept of marketing.

The research aims to know the impact of products, promotions, prices, places on consumer purchase decisions on sakinah receiver paiton probolinggo district. The population used in this study was 60. The method of quantitative, the analysis technique used is a linear regression analysis. Research results point that both product, price promotion and place affected the decision of purchase on the sakinah receiver paiton probolinggo district. Partially the product, the price promotion, and the place influence the decision of the purchase.

The management of the sakinah receiver paiton paiton district of probolinggo should both implement products, promotions of prices and places together that will eventually affect the decision of the purchase. In addition, it may be noted that the factor of promotion in this study is the most dominant variable affecting purchasing decisions

Keyword : Products, promos, prices, places, purchase decisions