

ABSTRAK

Alif, 2022. : Pengaruh Promosi Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada PT.Bukit Syirkah Indonesia Kabupaten Gowa, Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing Oleh Pembimbing I Pak Andi Mappatempo, dan Pembimbing II Ibu Syarthini Indrayani.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen pada PT. Bukit Syirkah Indonesia Kabupaten Gowa, Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode data kuantitatif. Berdasarkan survey, kini instansi PT. Bukit Syirkah Indonesia minim pendapatan dikarenakan statistik penjualan menurun. Mungkin saja terdapat beberapa hal yang mungkin menjadi penyebab lambatnya penjualan perumahan tersebut. Permasalahan yang terjadi antara lain, kurang efektifnya strategi promosi yang dilakukan sehingga sebagian masyarakat belum mengetahui tentang informasi dari produk penjualan tersebut. Begitu juga dengan harga dan lokasi yang harus jelas sehingga dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada PT. Bukit Syirkah Indonesia.

Kata kunci: Promosi, Harga, Lokasi, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Alif, 2022. : The Effect of Price and Location Promotion on Consumer Purchase Decisions at PT. Bukit Syirkah Indonesia, Gowa Regency, Thesis of Management Study Program, Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Makassar. Supervised by Supervisor I Sir Andi Mappatempo, and Advisor II Mom Syarthini Indrayani.

This study aims to determine the effect of price and location on consumer purchasing decisions at PT. Bukit Syirkah Indonesia Gowa Regency, The method used in this research is quantitative data method. Based on the survey, now the PT. Bukit Syirkah Indonesia has minimal revenue due to declining sales statistics. There may be several things that might be the cause of the slow sale of the housing. Problems that occur, among others, are the lack of effective promotion strategies carried out so that some people do not know about the information from the housing. Likewise with the price given, the company does not give a discount when the consumer pays cash for the housing.

Keywords: Promotion, Price, Location, Purchase Decision

