

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh harga, lokasi dan promosi secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian perumahan Hasanah *View Residence* by Bintang Indonesia di Lumajang. Penelitian ini menggunakan jenis kuantitatif dengan lokasi penelitian yang digunakan adalah Perumahan Hasanah *View Residence* by Bintang Indonesia. Jenis data yang digunakan yaitu data primer dengan sumber data internal dari konsumen dan profil perumahan Hasanah *View Residence*. Populasi dalam penelitian ini sejumlah 212 konsumen selama Tahun 2021. Metode pengambilan sampel menggunakan metode insidental dengan sampel yang digunakan sejumlah 68 konsumen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian perumahan Hasanah *View Residence*. Variabel lokasi dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian perumahan Hasanah *View Residence*. Secara simultan harga, lokasi dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian perumahan Hasanah *View Residence*.

Kata Kunci: Harga, Lokasi, Promosi dan Keputusan Pembelian



ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of price, location and promotion partially or simultaneously on the purchasing decision of Hasanah View Residence by Bintang Indonesia housing in Lumajang. This study uses a quantitative type with the research location used is Hasanah View Residence by Bintang Indonesia Housing. The type of data used is primary data with internal data sources from consumers and the housing profile of Hasanah View Residence. The population in this study was 212 consumers during 2021. The sampling method used the incidental method with a sample of 68 consumers. The results of this study indicate that the price has no effect on the decision to purchase Hasanah View Residence housing. Location and promotion variables have an effect on purchasing decisions for Hasanah View Residence housing. Simultaneously price, location and promotion affect the decision to purchase housing Hasanah View Residence.

Keywords: Price, Location, Promotion and Purchase Decision

