

ABSTRACT

This research is intended so that marketers, especially in the realm of knowledge, know that there is a simple stimulus that can be developed to attract consumers to buy a house in Griyo Taman Asri Sidoarjo housing. That is about the Influence of Products, Prices and Promotions on the Interest of Buyers of Griyo Taman Asri Sidoarjo Houses that Affect Sales Turnover. This research was conducted using quantitative methods, namely, research that focuses on testing hypotheses with statistical method analysis tools and producing conclusions that can be generalized. The sample used in this study was 110 respondents, namely consumers who bought a house in Griyo Taman Asri Sidoarjo. The Independent variable in this study is given the symbol (X_1) of the product, (X_2) price, and (X_3) promotion, the intervening variable in this study is given the symbol (Z) of buyer interest and the dependent variable is symbolized (Y) sales turnover. With a Likert scale the measurements used are 1-5. The test tool used is phat analysis with SPSS version 23.0 software. After testing the proposed hypothesis, the effect of the price for buyer interest is obtained by the value of tcount for the product variable (X_1) of 2.293 with a significant value of 0.024 so that ($0.024 < 0.05$), the price variable results are obtained (buyer X_2) with a tcount of 2,120 with a significance value of 0,036 so that ($0,036 < 0,05$) and the effect of promotion on buyer interest in the promotion variable (X_3) obtained a tcount of 4,436 with a significance value of 0,000 so ($0,000 < 0,05$), then the influence of buyer interest (Z) on sales turnover (Y) is obtained by the value of t count for the variable buyer interest (Z) of 2.443 with a significant value of 0.016 so ($0.016 < 0.05$). As well as the effect of price (X_1) on sales turnover (Y) product variable (X_1) the value of t count is 3.341 with a significance value of 0.001 so ($0.001 < 0.05$). price influence (X_2) on sales turnover (Y) product variable (X_2) with a tcount of 2.092 with a significance value of 0.039 so that ($0.039 < 0.05$). And the effect of the promotion (X_3) on sales turnover (Y) promotion variable (X_3) with a tcount of 2.250 with a significance value of 0.027 so ($0.027 < 0.05$), which means product variables, prices and promotions affect buyer interest and variables these variables also influence sales turnover.

Keyword: Products, Prices, Promotions, Buyer Interests, Sales Turnover

ABSTRAK

Penelitian ini dimaksudkan agar para pemasar khususnya dalam bidang properti mengetahui adanya stimulus sederhana yang dapat dikembangkan untuk menarik hati para konsumen untuk membeli rumah di perumahan Griyo Taman Asri Sidoarjo. Yaitu tentang Pengaruh Produk, Harga dan Promosi terhadap Minat Pembeli Rumah Griyo Taman Asri Sidoarjo yang Berdampak pada Omset Penjualan. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif yaitu, penelitian yang berfokus pada pengujian hipotesa dengan alat analisa metode statistik dan menghasilkan kesimpulan yang dapat di generalisasikan. Sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 110 orang responden yaitu konsumen yang membeli rumah di perumahan Griyo Taman Asri Sidoarjo. Variabel *Independent* pada penelitian ini diberi simbol (X_1) produk, (X_2) harga, dan (X_3) promosi, variabel *intervening* pada penelitian ini diberi simbol (Z) minat pembeli dan variabel *dependen* diberi simbol (Y) omset penjualan. Dengan skala likert pengukuran yang digunakan 1-5. Alat uji yang digunakan adalah analisis phat dengan software SPSS versi 23.0. Setelah dilakukan pengujian dari hipotesa yang diajukan, maka pengaruh harga untuk minat pembeli diperoleh nilai t_{hitung} untuk variabel produk (X_1) sebesar 2,293 dengan nilai signifikan sebesar 0,024 sehingga ($0,024 < 0,05$), untuk pengaruh produk terhadap minat pembeli diperoleh hasil variabel harga (X_2) dengan nilai t_{hitung} sebesar 2,120 dengan nilai signifikansi sebesar 0,036 sehingga ($0,036 < 0,05$) dan pengaruh promosi terhadap minat pembeli variabel promosi (X_3) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 4,436 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 sehingga ($0,000 < 0,05$), kemudian pengaruh minat pembeli (Z) terhadap omset penjualan (Y) diperoleh nilai t_{hitung} untuk variabel minat pembeli (Z) sebesar 2,443 dengan nilai signifikan sebesar 0,016 sehingga ($0,016 < 0,05$). Serta pengaruh produk (X_1) terhadap omset penjualan (Y) variabel harga (X_1) nilai t_{hitung} sebesar 3,341 dengan nilai signifikansi sebesar 0,001 sehingga ($0,001 < 0,05$). pengaruh produk (X_2) terhadap omset penjualan (Y) variabel produk (X_2) dengan nilai t_{hitung} sebesar 2,092 dengan nilai signifikansi sebesar 0,039 sehingga ($0,039 < 0,05$). Dan pengaruh promotion (X_3) terhadap omset penjualan (Y) variabel promotion (X_3) dengan nilai t_{hitung} sebesar 2,250 dengan nilai signifikansi sebesar 0,027 sehingga ($0,027 < 0,05$), yang artinya variabel produk, harga dan promosi mempengaruhi minat pembeli dan variabel-variabel tersebut juga berpengaruh dengan omset penjualan.

Kata kunci : Produk, Harga, Promosi, Minat Pembeli, Omset Penjualan