

**PENGARUH PROMOSI, LOKASI, DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI RUMAH
DI PT ZISIRA KESUMA LESTARI REZEKI
(Studi Kasus Perumahan Zisira Residence)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana
Pada Program Sarjana (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Islam Sumatera Utara**

DIAJUKAN OLEH :

**NAMA MAHASISWA : NURUL SAFIRA Y. AFRIANSYAH
NPM : 71220312141
PROGRAM PENDIDIKAN : STRATA SATU (S-1)
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN
KONSENTRASI : PEMASARAN**



**UNIVERSITAS ISLAM SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
MEDAN
2024**

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis sampaikan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan kasihnya sehingga penulis mampu menyelesaikan pembuatan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi S-1 Manajemen SDM Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sumatera Utara.

Skripsi ini berjudul “**Pengaruh Promosi, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Rumah Pada PT Zisira Kesuma Lestari Rezeki (Studi Kasus Perumahan Zisira Residence)**”. Penulis telah banyak menerima bimbingan, saran, motivasi, dan doa dari berbagai pihak selama proses penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan bimbingan, yaitu:

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Safrida, S.E., M.Si. Selaku Rektor Universitas Islam Sumatera Utara.
2. Bapak Dr. Supriadi, S.E, MM,M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Sumatera Utara.
3. Bapak Syafrizal SE.M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Sumatera Utara.
4. Bapak Dr. Supar Wasesa, SE, M.M Selaku Dosen Pembimbing I yang telah membimbing saya.
5. Bapak Ilham Sonata, SE, M.M selaku Dosen Pembimbing II yang telah membimbing saya.
6. Bapak dan ibu dosen, serta pegawai di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Sumatera Utara.

7. Penulis mengucapkan Terimakasih Kepada PT Zisira Kesuma Lestari Rezeki yang telah memberikan izin untuk meneliti di Perumahan Zisira Residence.
8. Penulis mengucapkan Terimakasih Kepada Orang Tua yang telah Mensupport dan Mendoakan.
9. Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada teman teman penulis yg tidak bisa penulis sebutkan satu persatu namanya, atas dukungan dan semangat yg di berikan.

Medan, 14 Agustus 2024

Penulis

Nurul Safira Y. Afriyansyah

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	
ABSTRACT	
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Batasan dan Rumusan Masalah	4
1.3.1 Batasan Masalah.....	4
1.3.2 Rumusan Masalah	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Manfaat Penelitian	6
BAB II LANDASAN TEORI	7
2.1 Uraian Teori.....	7
2.1.1 Minat Beli	7
2.1.1.1 Pengertian Minat Beli	7
2.1.1.2 Faktor-Faktor Minat Beli	8
2.1.1.3 Indikator Minat Beli	11
2.1.2 Promosi	11
2.1.2.1 Pengertian Promosi	11
2.1.2.2 Tujuan Promosi	12
2.1.2.3 Bauran Promosi	13
2.1.2.4 Indikator Promosi.....	14
2.1.3 Lokasi.....	15
2.1.3.1 Pengertian Lokasi	15
2.1.3.2 Indikator Lokasi	16
2.1.4 Kualitas Pelayanan	17
2.1.4.1 Pengertian Kualitas Pelayanan	17

2.1.4.2 Indikator Kualitas Pelayanan.....	19
2.2 Penelitian Terdahulu	19
2.3 Kerangka Konseptual.....	21
2.4 Hipotesis	26
BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1 Lokasi,Objek dan Waktu Penelitian.....	27
3.1.1 Lokasi Penelitian	27
3.1.2 Objek Penelitian	27
3.1.3 Waktu Penelitian	27
3.2 Populasi dan Sampel	28
3.2.1 Populasi.....	28
3.2.2 Sampel.....	28
3.3 Operasional Variabel.....	29
3.4 Teknik Pengumpulan Data	30
3.5 Teknik Analisis Data.....	31
3.5.1 Uji Validitas.....	31
3.5.2 Uji Reliabilitas.....	31
3.5.3 Uji Asumsi Klasik	32
3.5.4 Analisis Regresi Linear Berganda	33
3.5.5 Uji Hipotesis	34
BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	36
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	36
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	36
4.1.2 Ruang Lingkup Kegiatan Perusahaan	36
4.2 Struktur Organisasi.....	37
4.3 Uraian Tugas dan Fungsi	38
BAB V ANALISIS DAN EVALUASI	40
5.1 Analisis Data.....	40
5.1.1 Karakteristik Responden	40
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	41
5.1.2 Hasil Angket Variabel Penelitian	42

5.1.2.1 Distribusi Frekuensi dan Persentase Jawaban Responden Variabel Promosi (X1).....	42
5.1.2.2 Distribusi Frekuensi dan Persentase Jawaban Responden Variabel Lokasi (X2)	44
5.1.2.3 Distribusi Frekuensi dan Persentase Jawaban Responden Variabel Kualitas Pelayanan (X3).....	46
5.1.2.4 Distribusi Frekuensi dan Persentase Jawaban Responden Variabel Minat Beli (Y).....	49
5.1.3 Uji Validitas dan Reabilitas	51
5.1.4 Uji Asumsi Klasik	53
5.1.5 Analisis Regresi Linear Berganda	57
5.1.6 Uji Hipotesis	59
5.2 Evaluasi Data	64
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	67
6.1 Kesimpulan	67
6.2 Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA	69

DAFTAR TABEL

	Halaman
1.1 Data Penjualan Rumah PT Zisira Kesuma Lestari Rezeki.....	2
2.1 Penelitian Terdahulu	15
3.1 Jadwal Penelitian.....	23
3.2 Operasional Variabel	25
3.3 Bobot Nilai Angket	26
5.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	35
5.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Status	35
5.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	36
5.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	36
5.5 Distribusi Frekuensi dan Persentase Jawaban Responden Variabel Promosi (X1).....	37
5.6 Distribusi Frekuensi dan Persentase Jawaban Responden Variabel Lokasi (X2).....	39
5.7 Distribusi Frekuensi dan Persentase Jawaban Responden Variabel Kualitas Pelayanan (X3)	42
5.8 Distribusi Frekuensi dan Persentase Jawaban Responden Variabel Minat Beli (Y).....	44
5.9 Hasil Uji Validitas.....	46
5.10 Hasil Uji Reliabilitas.....	47
5.11 Uji Kolmogorov-Smirnov.....	50
5.12 Uji Multikolinearitas.....	51
5.13 Koefisien Regresi Linear Berganda.....	53
5.14 Uji Signifikansi Simultan.....	55
5.15 Uji Parsial (Uji-t).....	56
5.16 Koefisien Determinasi (R^2).....	58

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1 Kerangka Konseptual	22
4.1 Struktur Organisasi PT Zisira Kesuma Lestari Rezeki.....	33
5.1 Uji Normalitas Pendekatan Histogram.....	48
5.2 Uji Normalitas P-P Plot.....	49
5.3 Uji Scatter Plot.....	52

DAFTAR PUSTAKA

- Adila, S. N., & Aziz, N. (2019). *Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Minat Beli Pada Konsumen Restoran Kfc Cabang Khatib Sulaiman Padang*. 1–16.
- Albert Kurniawan. (2014). *Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis*. Bandung: CV Alfabeta.
- Anwar Sanusi, (2017). *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan Ketujuh, Penerbit Salemba Empat, Jln. Raya Lenteng Agung No.101, Jagakarsa, Jakarta Selatan, 12610
- Arikunto, S. (2020). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Armstrong, Gary & Philip, Kotler. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan*. Jakarta: Penerbit Prenhalindo
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2017). *Principles of Marketing*. 17th red. New York.
- Azuar Juliandi dan Irfan. (2013). *Metode Penelitian*. Bandung: Cipta Pustaka Media Perintis.
- A.Rusdiana. (2014). *Kewirausahaan Teori dan Praktek*. Cetakan ke 1. CV. Pustaka Setia:Bandung
- Bilson, Simamora. (2011). *Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif Dan Profitabel*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Daoed, S., & Nugraha, F. P. (2019). Pengaruh Citra Merek Dan Daya Tarik Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Cbr 150 R Pada Pt. Indako Trading Co Cabang Jl. Makmur Medan. *Jurnal Bisnis Corporate*, 4(2), 165–188.
- Faradiba, Sri Rahayu Tri Astuti (2013) Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi pada Warung Makan “Bebek Gendut” Semarang), 2. (3). 1-11.
- Garson, G. D. (2012) *Structural Equation Modeling*. Statistical Associates Publishing.
- Ghozali, I. (2018). “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Pogram IBM SPSS”Edisi Sembilan.Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hurriyati, Ratih. (2010). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: ALFABETHA.

- Kotler, Philip. (2012). *Manajemen Pemasaran* Edisi 13, Bahasa Indonesia Jilid 1 dan 3 Cetakan. Jakarta: Rajawali
- Kuswatiningsih. (2016). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- Laksana. (2019). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Konsumen Memilih Wedding Organizer (Studi Pada Konsumen Art Project Lampung di Kecamatan Trimurjo Lampung Tengah). *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951– 952.,2013–2015.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV Al Fath Zumar.
- Lovelock Chistopher, Wirtz Jochen, Mussry Jacky, (2016), *Pemasaran Jasa*, edisi ketujuh, Jakarta : Erlangga
- Monica, Elina (2018) Pengaruh Harga, Lokasi, Kualitas Bangunan dan Promosi Terhadap Minat Beli Perumahan Taman Safira Bondowoso, 2. (3). 141-149
- Saunders, M., Lewis, P., dan Thornhill, A., (2012). *Research Methods for Business Students*. Harlow: Pearson Education Ltd.
- Setiadi, E. M., & Kolip, U. (2011). *Pengantar sosiologi: pemahaman fakta dan gejala permasalahan sosial: teori, aplikasi dan pemecahannya*. Kencana.
- Sinaga, R. E. M., & Kusumawati, A. (2018). Pengaruh youtube beauty vlogger terhadap minat beli konsumen dan dampaknya terhadap keputusan pembelian produk. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 63 (1), 187-196.
- Sugiyono, (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.