

ABSTRAK

Di era perkembangan zaman yang semakin dinamis ini, terjadi banyak perubahan termasuk dibidang bisnis termasuk dalam perusahaan produk properti yang semakin pesat. Salah satunya adalah Bandung Techno Park merupakan perusahaan yang bergerak di bidang teknologi dan berkembang di bidang pemasaran produk properti. Penelitian ini bertujuan untuk mendiskripsikan secara umum mengenai perkembangan pemasaran di bidang bisnis produk properti dalam meningkatkan minat konsumen untuk menggunakan produk properti di Bandung Techno Park.

Metode penelitian yang digunakan dengan jenis penelitian deskriptif dan data kuantitatif dimana menggunakan data primer dan data sekunder, dimana menggunakan data primer sebagai data utama yang digunakan dalam penelitian. Data primer yang digunakan adalah kuesioner, dengan cara menyebarkan kuesioner kepada 50 orang responden yang menjadi sampel dengan sampling jenuh dengan menggunakan semua populasinya untuk mengolah data.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan persepsi konsumen terhadap promosi penjualan 85,38% yang dapat dikategorikan baik, sedangkan terhadap variabel keputusan pembelian sebesar 87,7% yang dapat dikategorikan sangat baik.

Kata kunci: Bauran Promosi, Keputusan Pembelian, Bandung Techno Park