

ABSTRAK

PT. Woodlands Propertindo Group adalah sebuah perusahaan yang bergerak pada bidang pengembang real estate & property. Grand ZamZam Residence merupakan sebuah perumahan yang di naungi langsung oleh PT.Woodlands Propertindo Group. Hal ini disebabkan oleh faktor Bauran Pemasaran. Salah satu strategi untuk meningkatkan minat beli konsumen di PT.Woodlands Propertindo Group yakni pada Perumahan Grand ZamZam Residence, yaitu dengan cara menciptakan Bauran Pemasaran yang baik, menjaga dan mengembangkannya, hal tersebut dapat menjadikan salah satu faktor minat konsumen dalam membeli suatu produk, terutama produk perumahan.

Metode penelitian yang digunakan adalah analisis penelitian deskriptif dengan jenis data kuantitatif. Metode pengambilan sampel adalah non probability sampling dengan teknik insidental sampling yaitu dengan menyebarkan kuesioner kepada para responden. Target responden pada penelitian ini yaitu konsumen yang membeli atau menghuni perumahan Grand ZamZam Residence. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan uji regresi linier sederhana.

Berdasarkan hasil analisa terhadap 100 responden diperoleh nilai untuk variabel Bauran Pemasaran sebesar 74,91% yang dikategorikan tinggi atau baik, dan nilai untuk variabel minat beli sebesar 78,06 yang dikategorikan tinggi atau baik. Dan menggunakan persamaan regresi linier sederhana yaitu $Y = - 0,504 + 0,532(X)$ dan koefisien determinasi sebesar 0,407 yang menunjukkan bahwa pengaruh bauran pemasaran terhadap minat beli pada PT.Woodlands Propertindo Group adalah sebesar 40,7% sedangkan sisanya sebesar 59,3% dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya yang tidak diteliti oleh penulis.

Kata Kunci : bauran pemasaran, minat beli