

ABSTRAK

PENGARUH HARGA, PERSONAL SELLING, DAN DIGITAL MARKETING TERHADAP MINAT BELI DI PERUMAHAN PURI SETIA NEGARA

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia

Email : kevingmsaragih@gmail.com

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis Pengaruh Harga, Personal Selling, dan Digital Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perumahan Puri Setia Negara. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dengan sifat penelitian eksplanatori. Populasi penelitian ini adalah masyarakat yang mengetahui dan memiliki ketertarikan terhadap Perumahan Puri Setia Negara. Sampel penelitian ini sebanyak 160 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda. Hasil penelitian uji f dimana $f_{hitung} 44,613 > f_{tabel} 2,66$ dengan tingkat signifikan $< 0,05$ menunjukkan secara simultan Harga, Personal Selling, dan Digital Marketing secara bersamaan memiliki pengaruh signifikan terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perumahan Puri Setia Negara. Hasil penelitian uji t dimana Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Konsumen, Personal Selling memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Konsumen, dan Digital Marketing memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perumahan Puri Setia Negara. Hasil analisis koefisien determinasi diperoleh nilai Adjusted R^2 sebesar 0,451, artinya variasi variabel Harga, Personal Selling, dan Digital Marketing sebesar 45,1%, sedangkan sisanya sebesar 54,9% dijelaskan oleh variabel lainnya.

Kata Kunci : Harga, Personal Selling, Digital Marketing, Minat Beli.