

## ABSTRAK

Luthfani Harpan, 0217124005, 2019, "ANALISIS HARGA DAN MEDIA PROMOSI TERHADAP MINAT BELI ULANG UNIT TOKO DI FESTIVAL CITYLINK MALL ", (Studi Kasus pada Perusahaan Development Retail Mall di PT. Agung Podomoro Land periode 2018-2019), Proposal Penelitian Program Studi Manajemen, Strata I, Fakultas Bisnis & Manajemen, Universitas Widyatama. Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh penyewa terhadap minat beli dengan harga dan promosi yang ditawarkan oleh management mall. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dengan melakukan survei, yang bertujuan untuk menggambarkan kondisi perusahaan secara sistematis, aktual, dan akurat berdasarkan data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data adalah dengan melakukan studi lapangan melalui observasi, wawancara, kuesioner, dan studi literatur. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 80 responden.  $t$ -hitung = 0,578 pada sig 0,88 > 0,05, dan  $\beta$  (+) = 0,75 berarti bahwa efeknya tidak signifikan dan positif. Jadi disimpulkan bahwa hipotesis (H1) yang berbunyi "Harga Beli berpengaruh positif terhadap minat menyewa ulang unit toko di Festival Citylink Mall. Nilai  $t$ -hitung = 2,086 pada sig 0,040 < 0,05, dan  $\beta$  (+) = 0,318 berarti efeknya signifikan dan positif.

**Kata kunci: Harga, Media Promosi, Minat Beli.**

## **ABSTRACT**

Luthfani Harpan, 0217124005, 2019, "ANALYSIS OF PRICES AND PROMOTIONAL MEDIA TOWARDS STORE UNIT REVIEW INTEREST IN THE FESTIVAL CITYLINK MALL" , Research Proposal of Management Study Program, Strata I, Faculty of Business & Management, Widytama University. The aim to be achieved in this research is to find out the influence of tenants on rental decisions with prices and promotions offered by *mall department*. *The research method used is descriptive method by conducting a survey, which aims to describe the condition of the company in a systematic, actual, and accurate manner based on primary data and secondary data. Data collection techniques are by conducting field studies through observation, interviews, questionnaires, and literature studies. The sample in this study amounted to 80 respondents.  $t\text{-count} = 0.578$  on  $\text{sig } 0.88 > 0.05$ , and  $\beta (+) = 0.75$  means that the effect is not significant and positive. So it was concluded that the hypothesis (H1) which reads "Rental Prices have a positive effect on the interest in renting store units at Festival Citylink Mall. the value of  $t\text{-count} = 2.086$  on  $\text{sig } 0.040 < 0.05$ , and  $\beta (+) = 0.318$  means that the effect is significant and positive.*

**Keywords:** *Price, Promotion Media, Rental Interest.*