

## ABSTRAK

Perumahan merupakan kebutuhan dasar manusia yang berkaitan erat dengan tanah dan bangunan yang disebut dengan properti. Seiring dengan pertumbuhan penduduk di Indonesia, kebutuhan terhadap rumah akan meningkat dan semakin banyak juga lahan yang dibutuhkan. Pemenuhan kebutuhan akan rumah membuat banyak perusahaan atau developer mengembangkan bisnisnya termasuk PT. Mentari Agung Mandiri atau Matahari Land Property. Tingkat persaingan yang sangat ketat menuntut pengembang untuk selalu berupaya meningkatkan daya saing melalui banyak aspek yang dapat ditawarkan ke pasar.

Atribut produk dan kualitas personal selling adalah beberapa aspek yang sangat penting terhadap keputusan pembelian. Atribut produk yang dibuat sebaik mungkin untuk menarik minat konsumen terkait dengan bentuk fisik yaitu berupa design bangunan, *layout* ruang, mutu bahan bangunan yang digunakan, luas tanah dan luas bangunan, pemandangan yang ditawarkan, aksesibilitas, serta fasilitas, sedangkan pada penjualan dengan tatap muka (*personal selling*) disadari merupakan cara yang efektif untuk menarik calon pembeli, terjadinya komunikasi dua arah yang memungkinkan adanya interaksi secara langsung antara pengembang dan konsumen, setidaknya akan menciptakan sebuah penilaian yang positif dari konsumen, oleh karena itu penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel atribut produk dan personal selling terhadap keputusan pembelian rumah

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif - verifikatif yang menggambarkan suatu kondisi yang berhubungan dengan kondisi lain, tujuannya adalah untuk menyajikan gambaran secara terstruktur, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat, dan hubungan antara variabel dalam penelitian dan selanjutnya dianalisis secara statistik untuk kemudian memperoleh kesimpulan .

Pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa secara simultan, variabel independen yang diteliti yaitu variabel atribut produk dan personal selling terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen keputusan pembelian rumah. Artinya model dapat diterima. Kemudian melalui uji F dapat diketahui bahwa secara parsial, variabel atribut produk dan personal selling mampu mempengaruhi variabel keputusan pembelian rumah.

Kesimpulan yang didapat bahwa atribut produk, dan personal selling dapat mempengaruhi keputusan pembelian produk. Perusahaan disarankan untuk terus berinovasi dan melakukan perbaikan agar dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian produk.

**Kata Kunci : personal selling, atribut produk, keputusan pembelian**

## **ABSTRACT**

*Housing is one of the basic human needs are closely related to the land and buildings were called to the property. Along with population growth in Indonesia, the demand for houses will increase and more and more land is needed. The fulfillment of the needs of houses makes many companies or developers to develop its business including PT. Mentari Agung Mandiri or Matahari Land Property. Level of competition is very tight this requires developers to work constantly to improve competitiveness through the many aspects that can be offered to the market.*

*Product attributes and quality personal selling are some very important aspects of the purchase decision. Product attributes are made as possible to attract customers related to the physical form of the form design of the building, the layout of the room, the quality of building materials used, land area and spacious buildings, sights offered, accessibility, and facilities, while the sales of the face ( personal selling) realized an effective way to attract potential buyers, two-way communication that enables direct interaction between developers and consumers, at least will make a very positive assessment of the consumer. Therefore, this study was conducted to determine how the variables affect the product attributes and personal selling a home purchase decision*

*The research method used is descriptive-verify research that describes a condition associated with other conditions, the aim is to present an overview in a structured, factual and accurate as to facts, properties, and the relationship between the variables in research and further analyzed statistically to later obtained a conclusion*

*Hypothesis testing using t test showed that simultaneous, independent variables studied were variable product attributes and personal selling proved positive and significant effect on the dependent variable home purchase decision. This means that the model can be accepted. Then through the F test can be seen that the partial, variable variation attributes and personal selling products able to explain the variation of the variable home purchase decision.*

*It was concluded that the product attributes , and personal selling can influence product purchasing decisions. Companies are advised to continue to innovate and make improvements in order to encourage consumers to purchase the product .*

**Keywords :** *personal selling, product attributes, decision purchasing,*