

ABSTRAK

Seiring berkembangnya zaman, rumah atau pemukiman merupakan suatu hal yang sangat penting untuk masa depan yang lebih baik. Di Indonesia, terdapat beberapa penyedia rumah atau pemukiman baik negeri dan swasta berdiri. Di antara dominasi swasta yang menjadi lembaga penyedia rumah atau pemukiman, penyedia rumah dalam negeri membuktikan sanggup bersaing sangat ketat untuk meraih posisi terunggul. Bauran pemasaran merupakan salah satu bagian penting dalam upaya menentukan langkah-langkah yang tepat dalam meningkatkan jumlah konsumen dengan melihat faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran (X) terhadap proses keputusan pembelian (Y) untuk wilayah teliti Parahyangan Kencana Soreang. Penelitian ini dikategorikan sebagai jenis penelitian deskriptif yang bersifat hubungan kausal. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah warga Parahyangan Kencana Soreang dengan sampel sebanyak 100 responden yang ditentukan berdasarkan hasil dari perhitungan rumus *Bernoulli*. Metode analisis data yang digunakan adalah pengujian data validitas, reliabilitas, uji normalitas, uji statistik deskriptif, analisis regresi linear sederhana dan pengujian hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Berarti pengaruh bauran pemasaran signifikan terhadap proses keputusan pembelian. Besarnya pengaruh bauran pemasaran terhadap proses keputusan pembelian adalah 59,5% sedangkan sisanya 40,5% (100%-59,5%) dipengaruhi faktor-faktor lain di luar bauran pemasaran.

Kata Kunci: Bauran pemasaran, proses keputusan pembelian