**ABSTRAK**

 **Perumahan Giri Mukti Residence merupakan sebuah perumahan yang bergerak pada bidang properti yang beralamat di Jalan Bojong Gaul, Giri Mukti, Sumedang Utara. Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menemukan adanya permasalahan yang terkait dengan kurang optimalnya keputusan pembelian konsumen yang disebabkan belum optimalnya pelaksanaan bauran pemasaran jasa pada perumahan Giri Mukti Residence Sumedang.**

 **Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif analisis. Teknik pengumpulan data yang digunakan bersumber dari data primer dan data sekunder yaitu mencakup kegiatan observasi non-partisipan, wawancara berstruktur, penyebaran angket kepada responden dan studi kepustakaan. Untuk analisis datanya digunakan uji validitas dengan menggunakan MSI (*Methode Succesive of Interval*) dimana data dengan skala ordinal harus diintervalkan, uji reabilitas, uji regresi linier sederhana, uji koefisien korelasi Rank Spearman, dan uji koefisien determinasi.**

**Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil penelitian, menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif antara bauran pemasaran jasa terhadap keputusan pembelian konsumen menurut uji regresi linier sederhana sedangkan menurut analisis korelasi Rank Spearman sebesar 0,817 dengan n = 46. Artinya antara pengembangan bauran pemasaran jasa dengan keputusan pembelian konsumen memiliki hubungan yang sedang. Selain itu didapat pula koefisien determinasi sebesar 66,75%. Hal ini menunjukkan bahwa bauran pemasaran jasa memiliki pengaruh dengan keputusan pembelian konsumen dan sisanya 33,25% adalah faktor lain seperti faktor perubahan selera konsumen, faktor ekonomi masyarakat, dll.**

**Hambatan – hambatan yang dihadapi oleh perumahan Giri Mukti Residence yaitu adanya keterbatasan biaya untuk melakukan promosi secara besar-besaran maupun untuk mencari lokasi yang strategis, belum dibuatnya seragam kerja untuk para pegawai karena sering adanya pegawai yang resign sehingga pemilik perumahan berencana merekrut pegawai baru dan dalam merekrut pegawai baru, pemilik perumahan sulit untuk mendapatkan pegawai yang loyal.**

 **Saran-saran yang dapat peneliti berikan yaitu sebaiknya bekerja sama dengan investor atau mencari partner untuk menanam modal pada perumahan, seragam kerja sebaiknya dibuat semenarik mungkin agar pegawai terlihat rapi dan kompak dimata konsumen, membentuk loyalitas pegawai dengan cara memberikan motivasi, memberikan *reward* pada pegawai yang giat dalam bekerja.**

**Kata kunci : Bauran Pemasaran Jasa, Keputusan Pembelian Konsumen**

**ABSTRACK**

***Housing of Giri Mukti Residence is a engaged in the field of property located at the street Bojong Gaul, Giri Mukti, Sumedang Utara. Based on the results of the study, researchers found a problems associated with less optimal consumer purchasing decisions that have not been optimized implementation of marketing services mix at housing Giri Mukti Residence Sumedang.***

***The methode used is descriptive analysis methode. Data collection techniques used data sourced from primary and secondary data that includes observation of non – participants, structured interviews and questionnaires to the respondents and literature study. For data analysis used to test the validity with the use of MSI (Succesive Methode of Interval) where data with ordinal acale should in the interval, reliability testing, simple liniear regression test, Spearman rank correlation coefficient test, and test the coefficient of determination.***

***Based on data obtained from the results of the study, showed that there is a positive influence between the marketing mix of service to consumer purchasing decisions by simple linear regression test whereas according to the analysis Spearman Rank correlation coefficient of 0.817, and for N = 46. Meaning between the development of service marketing mix with consumer purchasing decisions have a moderate relationship. In addition it also obtained determination coefficient of 66.75% . This shows that the service marketing mix has influence with consumer purchase decision the remaining 33.25% is another factors such as: changes in consumer tastes, economic factors of society, etc.***

 ***Challenges that experienced by perumahan Giri Mukti Residence is the limited cost both to promote large – scale as well as to find a strategic location, not made work uniforms for employees because the housing owners plants to recruit new employees, the employees recruiting hard to get loyal employees.***

 ***Advices that researchers could suggest is to cooperate with investors or partner to invest in the perumahan, working uniforms should be made as attractive as possible so that employees look neat and unifiied in the eyes of consumers, providing motivation, give reward to employees that are hard at work and make the stages of manufacture of products.***

***Keywords : Marketing Mix Services, Consumer Purchase Decision***

**ABSTRAK**

**Padumukan Giri Mukti Residence mangrupakeun perumahan nu ngalir dina widang nu perenahna di jalan Bojong Gaul, Giri Mukti, Sumedang Utara. Dumasar kana hasil studi, panaliti manggihan masalah diantarana nu aya pakuat sareng kaputusan pameseran konsumen anu disebabkeun teu acan optimalna palaksanaan bauran *pemasaran* jasa Giri Mukti Residence.**

**Metode panalungtikan nu di pake nyaeta metode deskriptif analisis. Tehnik ngumpulkeun data nu digunakeun bersumber ti data primer jeung data sekunder nu ngawengku observasi non – partisipan, wawancara terstruktur, nyebarkeun angket ka responden jeung studi kepustakaan. Pikeun nganalisis data dipaké pikeun nguji validitas jeung pamakéan MSI (metoda Succes tina interval) dimana data kalayan skala ordinal kedah diintervalkan, nguji réliabilitas, test régrési liniér sederhana, Spearman korelasi rank test koefisien, sarta nguji koefisien tina tekad.**

**Dumasar data dicandak ti hasil pangajaran, némbongkeun yén pangaruh positif ngembangkeun produk kana jualan Tujuan footwear ku test régrési liniér basajan sedengkeun nurutkeun analisis Spearman réngking correlation coefficient tina 0,817, sarta pikeun N = 47. Maksudna kaperluan ngembangkeun produk tehadap hubungan jualan keur. Sajaba éta ogé diala koefisien tekad nyaeta 66,75%. Ieu nunjukeun yen ngembangkeun produk nu boga pangaruh jeung Tujuan ngajual sapatu jeung sésana 33,25% mangrupa faktor sejenna kayaning: parobahan rasa konsumen, faktor ekonomi masyarakat, dll.**

**Halangan – halangan nyanghareupan padumukan Giri mukti Residence nyaeta kawatesan waragad boh pikeun promosi nu gede-gedean boh pikeun merenahkeun lokasi padumukan di tempat anu strategis, teu acan di damelkeun acuk saragam kanggo parapadamelna sabab nu gaduh padumukan ngarencanakeun pikeun nyewa hiji padamel enggal, di padamel sesah ngarekrut pikeun meunangkeun padamel satia.**

**Saran tina hasil panalungtikan, nyaeta kudu damel sareng investor atawa milari partner pikeun investasi di padumukan, acuk saragam damel kedah saenggalna di damel sangkan nu di damel tembong rapih tur pikatajieun konsumen, ngadegkeun kasatiaan padamel ku cara nyadiakeun motivasi, masihan pangajeun pikeun padamel anu rajin.**

**Kecap konci : Bauran Pamasaran Jasa, Putusan Meulina Konsumen**