

ABSTRAK

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa terdapat permasalahan disebabkan oleh promosi produk terhadap penjualan rumah pada perumahan Citra Swarna *Riverside*. Permasalahan ini disebabkan oleh tidak tercapainya target penjualan dari bulan januari 2022 sampai bulan juni 2022, dan tidak mendapatkan laba penjualan tertentu dari bulan januari 2022 bulan juni 2022.

Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan penelitian assosiatif. Jenis data yang dibutuhkan untuk penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Teknik analisis data yang digunakan yaitu uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linier sederhana, analisis koefisien korelasi, analisis koefisien determinasi dan uji hipotesis.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui terdapat pengaruh positif promosi produk (X) terhadap penjualan (Y). Pengaruh terhadap penjualan yang diberikan oleh faktor-faktor lain diluar penelitian diantaranya *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Place* (Tempat). Hambatan-hambatan yang dihadapi perumahan Citra Swarna *Riverside* yaitu tren pada sosial media yang tidak bisa diprediksikan dan tidak dapat di baca oleh statistik. Tren yang terjadi pada saat ini cepat sekali berubah-ubah hal ini merupakan suatu hambatan bagi perumahan Citra Swarna *Riverside* dalam melakukan promosi dan juga hambatan lainnya yaitu terbatasnya biaya untuk melakukan promosi. Pada perumahan Citra Swarna *Riverside* biaya promosi yang lama proses turun dari kantor menjadi salah satu hambatan yaitu kurang memaksimalkan kinerja dalam melakukan kegiatan promosi.

Saran untuk perumahan Citra Swarna *Riverside* lebih memperhatikan periklanan yang dilakukan. Sebaiknya dapat lebih mengoptimalkan promosinya agar menjadi daya tarik sendiri bagi konsumen. Promosi disini dapat berupa mengembangkan ide dan inovasi nya dalam melakukan promosi.

Kata Kunci: Promosi, Penjualan

ABSTRACT

Based on the research results, it is known that there are problems caused by product promotion on home sales at Citra Swarna Riverside housing. This problem was caused by not achieving sales targets from January 2022 to June 2022, and not getting a certain sales profit from January 2022 to June 2022.

The research method used is quantitative with associative research. The types of data needed for this research are primary data and secondary data. The data analysis techniques used are validity test, reliability test, simple linear regression analysis, correlation coefficient analysis, determination coefficient analysis and hypothesis testing.

Based on the results of research that has been conducted by researchers, it is known that there is a positive effect of product promotion (X) on sales (Y). The influence on sales provided by other factors outside the study includes the Product, Price and Place. The obstacles faced by Citra Swarna Riverside housing are trends in social media that cannot be predicted and cannot be read by statistics. Trends that are happening at this time are changing very quickly, this is an obstacle for Citra Swarna Riverside housing in carrying out promotions and also other obstacles, namely the limited costs for carrying out promotions. At Citra Swarna Riverside housing, promotion costs which took a long time to leave the office were one of the obstacles, namely not maximizing performance in carrying out promotional activities.

Suggestions for Citra Swarna Riverside housing pay more attention to advertising that is done. It should be able to further optimize its promotion so that it becomes its own attraction for consumers. Promotion here can be in the form of developing ideas and innovations in conducting promotions.

Keywords: *Promotion, Sales*

ABSTRAK

Dumasar kana hasil panalungtikan dipikanyaho aya masalah anu disababkeun ku promosi produk dina penjualan imah di perumahan Citra Swarna *Riverside*. Masalah ieu disababkeun ku henteu ngahontal target penjualan ti Januari 2022 dugi ka Juni 2022, sareng henteu nampi kauntungan penjualan anu tangtu ti Januari 2022 dugi ka Juni 2022.

Métode panalungtikan anu digunakeun nyaéta kuantitatif jeung panalungtikan asosiatif. Jenis data anu diperlukeun dina ieu panalungtikan nya éta data primer jeung data sekunder. Téhnik analisis data anu digunakeun nyaéta uji validitas, uji réliabilitas, analisis régrési linier basajan, analisis koefisien korelasi, analisis koefisien determinasi jeung uji hipotésis.

Dumasar kana hasil panalungtikan anu dilakukeun ku panalungtik, dipikanyaho aya pangaruh positif kana promosi produk (X) kana penjualan (Y). Pangaruh kana penjualan dirumuskeun ku faktor-faktor sanés di luar panalungtikan kalebet *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Place* (Tempat). Halangan anu disanghareupan ku perumahan Citra Swarna *Riverside* nyaéta tren di media sosial anu teu bisa diprediksi jeung teu bisa dibaca ku statistik. Tren anu kajantenan dina waktos ieu robih gancang pisan, ieu mangrupikeun halangan pikeun perumahan Citra Swarna *Riverside* dina ngalaksanakeun promosi sareng ogé kendala sanésna, nya éta terbatasna biaya pikeun ngalaksanakeun promosi. Di perumahan Citra Swarna *Riverside*, waragad promosi anu lila ninggalkeun kantor jadi salah sahiji halangan, nya éta henteu maksimalkeun kinerja dina ngalaksanakeun kagiatan promosi.

Saran anu bisa ditepikeun ku panalungtik nyaéta perumahan Citra Swarna *Riverside* kudu leuwih merhatikeun kana iklan anu dilakukeun. Langkung sae supados langkung ngaoptimalkeun promosi supados janten daya tarik pikeun konsumen. Promosi di dieu bisa dina wangun mekarkeun ide jeung inovasi dina ngalaksanakeun promosi.

Kecap konci: Promosi, Penjualan