

LAMPIRAN

Lampiran 1 : Data Wawancara

Pertanyaan :

1. Menurut pandangan anda, bagaimana CV. 99 Bersinar perkembangannya?
2. Menurut anda, apakah ada progres ataupun sebaliknya dalam perkembangan perusahaan ini?
3. Masalah yang sering muncul di perusahaan ini seperti apa? Dalam hal pemasaran atau operasional?
4. Bagaimana anda menyelesaikan masalah tersebut?
5. Bagaimana karakteristik konsumen/calon konsumen anda?
6. Apakah ada inovasi yang dilakukan setelah ini?
7. Jika inovasi itu gagal apa yang anda terapkan kedepannya untuk perusahaan ini?

Jawaban informan : Pemilik CV. 99 Bersinar (Luky Alfianto)

1. Perkembangan dari awal hingga saat ini Alhamdulillah terus berjalan, walau langkahnya tetap pelan-pelan. Tapi Insya Allah perkembangannya tidak berhenti
2. Progres dalam perusahaan ini sudah menambah produk baru, tetapi untuk produk baru ini masih ada hambatan yang dilaluinya
3. Masalah yang sering muncul ini keduanya, dari pemasaran maupun operasional. Kalau operasional ini karena pembayaran para konsumen itu kadang telat padahal kami sudah meringankan sistem pembayaran para user. kalau dari pemasaran, juga kadang tiap bulannya tidak sesuai target penjualan itu menjadi masalah kami sebenarnya
4. Menyelesaikan masalah tersebut kami mengupayakan para user itu dengan kami konfirmasi sebelum jatuh tempo dan mengingatkan berkali-kali jika user itu sudah jatuh tempo hingga saking lamanya pernah kami mendatangi user ke rumahnya. Untuk masalah pemasaran kami juga sudah mengupayakan dengan bermitra dengan perusahaan lain agar pemikiran kami bisa selaras
5. Konsumen dan calon konsumen kami itu lebih menekankan diskon harga, jika keinginan mereka tidak terpenuhi kadang mereka itu berfikir-fikir lagi
6. Inovasi kami sekarang itu membuat produk rumah kavling, dengan konsep hunian modern, bangunan yang sesuai dengan kaum muda.
7. Kami akan mengevaluasi apa yang menjadi gagal, kami selalu mengupayakan agar perusahaan ini terus berlanjut dan berkembang sesuai dengan tujuan kami.

Lampiran 2 : Penelitian Terdahulu

Judul	Penulis	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
Pengaruh Lokasi Perumahan Bumi Insan Madani Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen PT. Madani Dharma Properti Karawang.	Muhammad Gema Mauludy n Syah, (2022)	Hasil penelitian ini menemukan bahwa pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian pada perumahan Bumi Insan Madani adalah 50,6 persen dan 49,4 persen disebabkan hal lain.	Penelitian ini membahas hambatan yang dipengaruhi oleh lokasi	Peneliti menggunakan metode jenis penelitian kuantitatif dengan jenis deskriptif.
Strategi Komunikasi Dalam Meningkatkan Penjualan Properti Tanah	Rizkan Nugraha, (2021)	Strategi bauran promosi yang digunakan PT. Aditya Global Sejahtera dalam meningkatkan penjualan pada masa pandemi	Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan	Membahas secara rinci mengenai strategi komunikasi bauran promosi PT. Aditya

<p>Kavling Di Masa Pandemi Covid-19(studi pada PT. Aditya Global Seejahtera).</p>		<p>Covid-19 adalah dengan mengimplementasikan Strategi Pemasaran Bauran Promosi (<i>promotion mix</i>) dengan mekanisme periklanan, pemasaran langsung, promosi penjualan, penjualan personal, pemasaran interaktif dan hubungan masyarakat.</p>	<p>kualitatif deskriptif.</p>	<p>Global Sejahtera.</p>
<p>Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya</p>	<p>Rahmi, (2020)</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan PT.</p>	<p>Penelitian ini menggunakan rancangan</p>	<p>Cara strategi yang digunakan PT. Mah</p>

<p>Meningkatkan Volume Penjualan Tanah Kavling Pada PT. Mah Sajajar Djaya di Banjarmasin</p>		<p>Mah Sajajar Djaya dalam usaha meningkatkan volume penjualan tanah kavling melalui marketing free lancar dan mitra marketing, dan pelaksanaan kebijakan promosi yang modern.</p>	<p>penelitian deskriptif kualitatif.</p>	<p>Sajajar Djaya yang sudah beraga.</p>
<p>Pengaruh Marketing Mix Terhadap Minat Beli Tanah Kavling Pada PT. Brilliant Mina Bumi</p>	<p>Dwi Anugrah, Andini, (2022)</p>	<p>Dari penelitian ini mengetahui terdapat pengaruh marketing mix (lokasi, harga, prospek, dan promosi) yang positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen</p>	<p>Mengatasi permasalahan terhadap minat beli konsumen</p>	<p>Metode pengumpulan data menggunakan metode kuesioner dengan skala likert.</p>

		baik secara parsial maupun simultan.		
--	--	---	--	--

Lampiran 3 : Dokumentasi





- Kavling Rumah
- Musholla

