

ABSTRAK

Skripsi ini disusun oleh **Vivi Gustri Wahyuni NIM 3722249** dengan judul skripsi “**Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Perumahan pada PT. Mandevilla Payakumbuh**”. Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas produk, kepercayaan, dan green lifestyle menjadi pertimbangan dalam pengambilan keputusan pembelian rumah pada PT. Mandevilla Payakumbuh. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada konsumen merasa ragu dalam membeli rumah yaitu kurangnya informasi yang transparan tentang pengembangan dan kualitas produk hal ini menyebabkan ketidakpastian yang berpotensi menurunkan kepercayaan konsumen, serta adanya konsumen yang menginginkan gaya hidup ramah lingkungan.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang bersifat kualitatif, data ini tidak dikumpulkan dalam bentuk angka. Dengan sumber data dari data primer dan sekunder dengan teknik pengumpulan data observasi, wawancara, dan dokumentasi. Informan penelitian berjumlah 6 orang konsumen PT. Mandevilla, yang kemudian menanyakan terkait kualitas produk, kepercayaan dan green lifestyle, dan hanya mengambil poin-poin penting yang berkaitan dengan tujuan penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, kepercayaan, dan green lifestyle merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi dan menjadi pertimbangan konsumen dalam membuat keputusan pembelian rumah pada PT. Mandevilla Payakumbuh, kualitas yang baik membuat konsumen tertarik untuk melakukan pembelian rumah. Dengan adanya kepedulian, kejujuran serta pemahaman dari developer maka itu akan meningkatkan kepercayaan konsumen sehingga tertarik untuk melakukan pembelian. Rumah yang memiliki konsep hijau dan ramah lingkungan akan mampu meningkatkan kenyamanan hunian dan baik untuk kesehatan sehingga berpotensi untuk mendorong konsumen untuk melakukan pembelian rumah. Kesimpulan penelitian ini adalah kualitas produk, kepercayaan, dan green lifestyle merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk rumah. Developer lebih meningkatkan kualitas produknya, kejujuran dan kepedulian agar konsumen merasa puas dengan pembelian yang dilakukannya.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Kepercayaan, Green Lifestyle, Keputusan Pembelian