

## ABSTRAK

### KEBIJAKAN PEMASARAN PERUMAHAN PADA PERUM-PERUMNAS REGIONAL II CABANG LAMPUNG

Oleh

Juwansyah

Perum- Perumnas Regional II Cabang Lampung merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang kontruksi dan perumahan. Perusahaan ini dalam rangka memasarkan produknya tidak terlepas dari strategi pemasaran, yang terdiri dari strategi produk, harga, promosi, dan saluran distribusi.

kebijakan pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang harus dilakukan oleh perusahaan dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaannya.

## **Juwansyah**

Masalah yang di hadapi Perum- Perumnas Regional II Cabang Lampung adalah target jumlah konsumen perumahan yang ditetapkan Perum- Perumnas Regional II Cabang Lampung belum sepenuhnya tercapai.

Permasalahannya adalah Apakah kebijakan pemasaran pada Perum-Perumnas Regional II Cabang Lampung dalam meningkatkan penjualan rumah sudah cukup baik.

Maka tujuan dari penelitian tugas akhir ini adalah untuk mengetahui kebijakan pemasaran pada Perum- Perumnas Regional II Cabang Lampung.

Berdasarkan Pembahasan dapat disimpulkan bahwa kebijakan pemasaran yang dilakukan Oleh Perum- Perumnas Regional II Cabang Lampung belum baik sepenuhnya, karena masih adanya kelemahan-kelemahan yang dimiliki oleh Perum-Perumnas Regional II Cabang Lampung.

Peneliti menyarankan kepada Perum- Perumnas Regional II Cabang Lampung agar lebih banyak melakukan kegiatan promosi, dan membuat ide-ide untuk menarik minat konsumen seperti memberikan cashback yang besar kepada konsumen.