PENGARUH MARKETING PUBLIC RELATIONS PT SAPHIRE INDAH PERMAI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN RUMAH SUBSIDI DI DARUSSALAM REGENCY

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik
dan Memenuhi Syarat Pencapaian Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Ilmu Komunikasi

Oleh
SALIM
NBI 1152200283

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

2026

PENGARUH MARKETING PUBLIC RELATIONS PT SAPHIRE INDAH PERMAI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN RUMAH SUBSIDI DI DARUSSALAM REGENCY

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik
dan Memenuhi Syarat Pencapaian Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Ilmu Komunikasi

Oleh
SALIM
NBI 1152200283

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2026

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Salim
NBI : 1152200283
Judul : Pengaruh Marketing Public Relations PT Saphire Indah Permai terhadap Keputusan Pembelian Rumah Subsidi di Darussalam Regency

Surabaya, 10 Juni 2026

Mengetahui,	Disetujui oleh,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik	**Dosen Pembimbing 1**
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya	
Prof. Dr. V. Rudy Handoko, M.S	**Doan Widhiandono, S.Sos., M.I.Kom**
NPP.20110.86.0062	**NPP.20150.20.0829**

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan Di depan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal 10 Juni 2026

Dewan Penguji :

1. **Doan Widhiandono, S.Sos., M.I.Kom** ( )
   Ketua

2. **Dewi Sri Andika Rusmana, S.I.Kom.,M.Med.Kom.** ( )
   Anggota I

3. **Drs. Widiyatmo Ekoputro, MA** ( )
   Anggota II

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Prof. Dr. V. Rudy Handoko, M.S
NPP.20110.86.0062

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama	: Salim
NBI	: 1152200283
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Judul	: Pengaruh Marketing Public Relations PT Saphire Indah Permai terhadap Keputusan Pembelian Rumah Subsidi di Darussalam Regency

Menyatakan bahwa :

1. Skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasikan dan/atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam Daftar Pustaka.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya. Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (S1) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (Undang-undang Nomor 20 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan Pasal 70).

Surabaya 10 Juni 2026



Salim

UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
Jl. SEMOLOWARU 45 SURABAYA
TELP. 031 593 1800 (Ext. 311)
e-mail: perpus@untag-sby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai Civitas Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Salim
NBI/NPM	: 1152200283
Fakultas	: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Jenis Karya	: Skripsi

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya ***Hak Bebas Royalti Nonekslusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)***, atas karya saya yang berjudul:

Pengaruh Marketing Public Relations PT Saphire Indah Permai terhadap Keputusan Pembelian Rumah Subsidi di Darussalam Regency

Dengan **Hak Bebas Royalti Nonekslusif (*Nonexclusive Royalty - Free Right*)**, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum

Dibuat di	: Surabaya
Pada Tanggal	: 10 Juni 2026

Yang Menyatakan



Salim

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati, karya ini saya persembahkan kepada:

Kedua Orang Tua Tercinta Terima kasih atas cinta, dukungan, dan doa yang tiada henti. Kalian adalah sumber inspirasi dan kekuatan saya dalam menyelesaikan karya ini.

Dosen Yang telah membimbing dan memberikan ilmu serta motivasi, sehingga saya dapat menyelesaikan tugas ini dengan baik. Terima kasih atas segala arahan dan kesabaran yang diberikan.

Teman-Teman Seperjuangan Yang selalu memberikan semangat dan dorongan, serta menemani dalam suka dan duka selama proses penyusunan karya ini. Kebersamaan dan kerjasama kita adalah bagian penting dari perjalanan ini.

Almamater Tercinta Terima kasih atas kesempatan dan fasilitas yang diberikan sehingga saya dapat menuntut ilmu dan menyelesaikan karya ini dengan maksimal.

Diri Sendiri Sebagai bentuk apresiasi atas kerja keras, ketekunan, dan kesabaran yang telah dilakukan untuk menyelesaikan karya ini. Semoga ini menjadi langkah awal untuk mencapai cita-cita yang lebih tinggi.

RIWAYAT HIDUP

Identitas Diri

Nama	**:** Salim
Tempat, Tanggal Lahir	**:** Pekalongan, 29 Mei 2004
Alamat	**:** Jln. Malik Ibrahim No.49 Kab. Gresik
Kebangsaan	**:** Indonesia
Jenis Kelamin	**:** Laki-Laki
Agama	**:** Islam
Email	**:** salimmugebel123@gmail.com

Riwayat Pendidikan

Jenjang	Sekolah/Instansi/Universitas	Jurusan	Periode
SD	SD Islam 05	-	2010-2016
SMP	SMP YIMI Gresik FDS	-	2016-2019
SMA	SMAN 1 Kebomas	IPS	2019-2022
Strata 1	Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya	Ilmu Komunikasi	2022-Sekarang

RINGKASAN

Salim, 2026, **Pengaruh Marketing Public Relations PT Saphire Indah Permai terhadap Keputusan Pembelian Rumah Subsidi di Darussalam Regency**

Penelitian ini melatarbelakangi kompleksitas pemasaran hunian subsidi Darussalam Regency yang sempat mangkrak di tangan dua pengembang terdahulu, sehingga memicu stigma negatif calon pembeli. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh strategi *Marketing Public Relations* PT Saphire Indah Permai sebagai pengembang baru terhadap keputusan pembelian konsumen menggunakan landasan Teori *Stimulus-Organism-Response* (S-O-R).

Metode yang digunakan adalah kuantitatif eksplanatif melalui survei dengan teknik *total sampling* terhadap 52 responden pembeli. Pengujian data menggunakan analisis regresi linier sederhana dan koefisien determinasi R^2 yang diolah melalui program SPSS.

Hasil statistik menunjukkan bahwa variabel MPR secara parsial tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Hal ini dibuktikan oleh nilai signifikansi uji t sebesar 0,255 (0,255 > 0,05) dengan persamaan regresi *Y = 40,767 - 0,103X*. Nilai *R Square* sebesar 0,026 mengonfirmasi bahwa strategi MPR hanya berkontribusi sebesar 2,6% dalam menjelaskan keputusan pembelian, sedangkan 97,4% sisanya dikendalikan oleh faktor lain di luar model penelitian.

Berdasarkan Teori S-O-R, tidak adanya pengaruh signifikan ini terjadi karena pada fase *organism* (internal psikologis), memori negatif proyek mangkrak membentuk benteng kekhawatiran yang kuat sehingga stimulus MPR pengembang belum mampu mengubah keyakinan konsumen. Sebagai komoditas *high involvement product*, keputusan bertransaksi lebih ditentukan oleh faktor rasional dan ekonomi riil seperti keterjangkauan harga unit, letak geografis, akses lokasi, serta bukti nyata progres pembangunan fisik di lapangan. Pengembang disarankan menerapkan strategi *evidence-based communication* berbasis pembuktian fisik objektif untuk memulihkan kepercayaan pasar secara utuh.

Kata Kunci : *Marketing Public Relations, Keputusan Pembelian, Teori SOR, Rumah Subsidi.*

SUMMARY

Salim, 2026, ***The Influence of Marketing Public Relations of PT Saphire Indah Permai on the Purchase Decision of Subsidized Housing in Darussalam Regency.***

This research is backed by the marketing complexities of Darussalam Regency subsidized housing, which had previously gone stagnant under two prior developers, triggering a negative stigma among prospective buyers. This study aims to analyze the influence of the Marketing Public Relations strategy implemented by PT Saphire Indah Permai as the new developer on consumer purchase decisions, using the Stimulus-Organism-Response (S-O-R) Theory framework.

The methodology employed is an explanatory quantitative approach through a survey utilizing a total sampling technique, involving 52 buyer respondents. The data was analyzed using simple linear regression analysis and the coefficient of determination R^2 processed via SPSS software.

The statistical results demonstrate that the MPR variable partially has no significant influence on consumer purchase decisions. This is evidenced by a t-test significance value of 0.255 (0.255 > 0.05) with a regression equation of Y = 40.767 - 0.103X. The R Square value of 0.026 confirms that the MPR strategy only contributes 2.6% in explaining purchase decisions, while the remaining 97.4% is driven by other factors outside the scope of this research model.

Based on the S-O-R Theory, the lack of significant influence occurs because in the organism phase (internal psychology), the negative memories of the stagnant project create a strong barrier of concern, rendering the new developer's MPR stimulus ineffective in altering consumer conviction. As a high-involvement product commodity, transaction decisions are heavily determined by rational and real economic factors, such as unit price affordability, geographical location, location accessibility, and tangible evidence of physical construction progress on site. Therefore, the developer is recommended to adopt an evidence-based communication strategy driven by objective physical proof to fully restore market trust.

Keywords : *Marketing Public Relations, Purchase Decision, SOR Theory, Subsidized Housing*.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, hidayah, dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul *"Pengaruh Marketing Public Relations PT Saphire Indah Permai terhadap Keputusan Pembelian Rumah Subsidi di Darussalam Regency."* Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan dapat terselesaikan tanpa adanya pertolongan Allah SWT, serta dukungan, bimbingan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Doan Whidiandono, S.Sos., M.I.Kom selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan arahan, bimbingan, serta masukan yang sangat berarti dalam proses penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana, S.Sos., M.Med.Kom selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan dukungan, kritik, dan saran yang membangun sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
3. Penulis juga menyampaikan terima kasih yang tulus kepada kedua orang tua tercinta yang senantiasa memberikan doa, dukungan, serta motivasi tanpa henti, sehingga penulis mampu menghadapi berbagai hambatan dan tantangan selama proses penyusunan skripsi ini.
4. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada teman-teman seperjuangan Ilmu Komunikasi yang telah berbagi tawa, diskusi, dan memberikan dukungan moral yang luar biasa selama masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini selesai.
5. Terakhir kepada seseorang yang penulis kagumi namun tidak bisa disebutkan namanya, terima kasih telah hadir di bumi yang terhampar begitu lebarnya. Bagi penulis, bentangan sejarah dan ratusan miliar manusia yang mendahului kita seolah menjadi jembatan waktu yang panjang, yang dilewati semesta demi mempersiapkan sebuah kehadiran yang begitu berharga. Seluruh perjalanan peradaban selama ribuan tahun seakan bermuara dengan anggun pada senyumanmu yang meskipun berada di luar kuasa penulis untuk memilikinya, kehadiran tersebut secara tidak langsung telah memberikan kekuatan dan warna tersendiri hingga skripsi ini selesai.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena

itu, penulis dengan rendah hati menerima segala kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa mendatang. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat, menambah wawasan, serta menjadi referensi bagi pembaca.

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih, semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua.

Surabaya 10 Juni 2026

Salim

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSEMBAHAN ..... **i**
RIWAYAT HIDUP ..... **vii**
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI ..... **ii**
HALAMAN PENGESAHAN ..... **iii**
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS ..... **iv**
RINGKASAN ..... **viii**
SUMMARY ..... **ix**
KATA PENGANTAR ..... **x**
DAFTAR ISI ..... **xii**
DAFTAR TABEL ..... **xv**
DAFTAR GAMBAR ..... **xvi**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xvii**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang Masalah 1
1.2 Rumusan Masalah 5
1.3 Tujuan Penelitian 5
1.4 Manfaat Penelitian 5
1.4.1 Manfaat Teoritis 6
1.4.2 Manfaat Praktis 6
BAB II KAJIAN PUSTAKA **7**
2.1 Penelitian Terdahulu 7
2.2 Penjelasan Konsep 13
2.2.1 Marketing Public Relations 13
2.2.2 Keputusan Pembelian 14
2.3 Teori yang Digunakan 15
2.3.1 Grand Theory: Teori Stimulus–Organism–Response (SOR) 15
2.4 Definisi Operasional Variabel 16
2.4.1 Definisi Operasional Marketing Public Relations (X) 16

2.4.2 Definisi Operasional Keputusan Pembelian (Y) 18
2.4.3 Hubungan Operasional Antar Variabel 18
2.5 Kerangka Pemikiran 19
2.6 Hipotesis 20
BAB III METODE PENELITIAN 21
3.1 Pendekataan Penelitian 21
3.2 Jenis Penelitian 21
3.3 Populasi dan Sampel 22
3.3.1 Populasi 22
3.3.2 Sampel 22
3.4 Pengukuran dan Instrumen Penelitian 23
3.4.1 Uji Validitas Data 23
3.4.2 Uji Reliabilitas Data 24
3.5 Teknik Pengumpulan Data 24
3.6 Teknik Analisis Data 25
3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif 25
3.6.2 Uji Asumsi 25
3.6.3 Analisis Regresi Linier 26
3.6.4 Uji Hipotesis (Uji t) 26
3.6.5 Koefisien Determinasi (R^2) 26
3.7 Definisi Konsep dan Operasional Variabel 27
BAB IV PEMBAHASAN 29
4.1 Gambaran Objek Penelitian 29
4.2 Penyajian Data 31
4.2.1 Karakteristik Responden 31
4.2.2 Deskripsi Variabel 32
4.2.3 Uji Validitas 37
4.2.4 Uji Reliabilitas 39

4.2.5 Uji Normalitas 39
4.2.6 Uji Heteroskedastisitas (Glejser) 40
4.2.7 Uji Regresi 41
4.2.8 Koefisien Determinasi 42
4.2.9 Hasil Penelitian 43
4.3 Pembahasan 44
BAB V PENUTUP 49
5.1 Kesimpulan 49
5.2 Rekomendasi 50
5.2.1 Rekomendasi Praktis 50
5.2.2 Rekomendasi Akademis 51
5.2.3 Rekomendasi Metodologis 51
DAFTAR PUSTAKA 52
LAMPIRAN 55

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 7
Tabel 3.1 Indikator Variabel X 27
Tabel 3.2 Indikator Variabel Y 28
Tabel 4.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin 31
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Pembelian Rumah Subsidi.....32
Tabel 4.3 Kategori Jawaban Responden 33
Tabel 4.4 Analisis Deskriptif Variabel X.....34
Tabel 4.5 Analisis Deskriptif Variabel Y.....36
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel X 37
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Y 38
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas.....39
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas 40
Tabel 4.10 Hasil Uji Heteroskedastisitas 41
Tabel 4.11 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana 41
Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisiensi Determinasi.....43

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran 19

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Instrumen Penelitian....55
Lampiran 2 Karakteristik Responden....58
Lampiran 3 Tabulasi Data Jawaban Responden....59
Lampiran 4 Deskriptif Variabel....62
Lampiran 5 Uji Validitas....63
Lampiran 6 Uji Reliabilitas....65
Lampiran 7 Uji Asumsi....65
Lampiran 8 Uji Asumsi Regresi Linear Sederhana....66
Lampiran 9 Kartu Bimbingan....67
Lampiran 10 Surat Keterangan Lolos Uji Turnitin....70
Lampiran 11 Letter of Acceptance (LoA)....71
Lampiran 12 Lembar Revisi Ujian Skripsi Dosen Penguji....72