

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kualitas layanan dan niat pembelian terhadap keputusan pembelian perumahan pada PT. Bangun Minanga Lestari (BML) Manado di tengah penurunan transaksi Kredit Pemilikan Rumah (KPR) di Indonesia. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan responden pembeli rumah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan dan niat pembelian secara signifikan memengaruhi keputusan pembelian. Namun, niat pembelian memiliki pengaruh yang lebih dominan dibandingkan kualitas layanan, sehingga keputusan konsumen lebih ditentukan oleh kesiapan internal untuk membeli. Temuan kualitatif menunjukkan bahwa selain layanan, faktor seperti lokasi, harga, desain, dan reputasi juga memengaruhi keputusan, meskipun tidak selalu menghasilkan niat beli. Penelitian ini menegaskan pentingnya strategi pemasaran yang adaptif terhadap dinamika preferensi konsumen dan kondisi pasar properti.

**Kata kunci: Kualitas Layanan, Niat Pembelian, Keputusan Pembelian, Perumahan**

