

FAKTOR-FAKTOR HARGA, LOKASI DAN KUALITAS BANGUNAN YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMBELI RUMAH PADA PT.

ANUGRAH ALAM PROPERTI

(Studi Kasus Perumahan Muhajirin Asri)

Haerulina¹, Baiq Reinelda Triyunarni²

^{1,2}Administrasi bisnis Universitas MUhammadiyah Mataram

ABSTRAK

Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Populasi yang digunakan adalah masyarakat yang membeli rumah di Perumahan Muhajirin Asri sebanyak 128 orang sedangkan sampel sebanyak 57 orang dengan metode sampel random sampling. Pengumpulan data yang digunakan dengan kuisioner disebarluaskan langsung ke konsumen Perumahan Muhajirin Asri sebanyak 57 orang, dilakukan dengan wawancara dengan pihak perusahaan dan observasi secara langsung ke objek penelitian. Metode statistik menggunakan analisis regresi linear berganda dengan program SPSS versi 20, dengan pengujian hipotesis uji F dan Uji T.

Berdasarkan analisis yang telah digunakan, dapat ditarik beberapa kesimpulan pada saat dilakukan pengolahan regresi linear berganda. Penelitian ini memenuhi syarat validitas, reliabilitas, serta bebas dari heteroskedastisitas, multikolinearitas dan telah lolos uji normalitas. Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji F menunjukkan signifikan $< 0,05$. Hal ini berarti variabel harga, lokasi dan kualitas bangunan secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian sedangkan uji T menunjukkan bahwa variabel harga, lokasi, dan kualitas bangunan yang diteliti secara signifikan mempengaruhi keputusan pembelian. Sedangkan koefisien determinasi diperoleh dari nilai Adjusted R² 33,9%. Artinya, variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh adanya variabel harga, lokasi dan kualitas bangunan.

Kata Kunci : Harga, Lokasi, Kualitas Bangunan Dan Keputusan Pembelian.

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bisnis perumahan atau biasa disebut properti menjadi lahan bisnis yang cukup diminati investor. Karena semakin meningkatnya jumlah penduduk maka semakin tinggi minat akan tempat tinggal atau rumah. Hal inilah yang mulai ditangkap dan digali oleh para pengembang atau developer yang dijadikan peluang untuk mengembangkan bisnis pada penyediaan lahan perumahan untuk masyarakat. (Jurnal Sains Pemasaran

Indonesia Vol.XII No.3, Desember 2013 hlm.301-316)

Dunia perekonomian sekarang ini sudah berkembang dengan pesat. Hal ini mendorong perusahaan untuk mampu bersaing dan mengelola kegiatan-kegiatan operasionalnya serta mampu mengatasi masalah-masalah yang timbul dan mungkin akan terjadi dalam perusahaan, baik itu secara intern maupun ekstern.

Data mengenai pembangunan di Perumahan Muhajirin Asri beserta realisasinya dapat dilihat pada tabel 1.1 dibawah ini :

Tabel 1.1
Penjualan Rumah di Perumahan Muhajirin Asri dari Tahun 2014-2016

TAHUN	TARGET PEJUALAN (unit)	REALISASI (unit)	PENCAPAIAN (%)
2016	115	91	79,1
2017	150	121	80,6
2018	210	128	164,0
Jumlah	475	340	323,7

Sumber : Data Base PT. Anugrah Alam Properti 2016-2018

Data pada tabel 1.1 diatas menunjukkan bahwa pencapaian realisasi penjualan selama beberapa tahun terakhir belum mencapai target yang diinginkan. Rata-rata pencapaian target selama kurun waktu beberapa tahun tersebut adalah 323,7% atau baru terealisasi sebanyak 340 unit dari tahun 2016-2018. Pencapaian tertinggi sebesar 164,0% pada tahun 2018 dan pencapaian terendah sebesar 79,1% pada tahun 2016. Kawasan ini adalah kawasan tipe rumah sedang (tipe 24/70). Primananda (2010)

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai tentang **“FAKTOR-FAKTOR HARGA, LOKASI DAN KUALITAS BANGUNAN YANG**

MEMPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMBELI RUMAH PADA PT. ANUGRAH ALAM PROPERTI”. (Studi Kasus Perumahan Muhajirin Asri).

1.1 Rumusan Masalah

Maksud dari rumusan masalah ini adalah memperjelas masalah yang akan diteliti. Maka dari masalah yang ada penulis membuat pernyataan penelitian sebagai berikut :

1. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam membeli rumah di Perumahan Muhajirin Asri.?
2. Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam membeli rumah di Perumahan Muhajirin Asri.?
3. Apakah kualitas bangunan berpengaruh terhadap keputusan

- konsumen dalam membeli rumah di Perumahan Muhajirin Asri.?
4. Apakah harga, lokasi dan kualitas bangunan berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan konsumen dalam membeli rumah di Perumahan Muhajirin Asri.?

1.2 Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui harga berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam membeli rumah di Perumahan Muhajirin Asri.

2. Untuk mengetahui lokasi berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam membeli rumah di Perumahan Muhajirin Asri.
3. Untuk mengetahui kualitas bangunan berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam membeli rumah di Perumahan Muhajirin Asri.
4. Untuk mengetahui harga, lokasi dan kualitas bangunan berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan konsumen dalam membeli rumah Perumahan Muhajirin Asri.

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Pemasaran dan Konsep Pemasaran

Salah satu dari cabang ilmu ekonomi adalah bidang ilmu pemasaran. Pemasaran merupakan salah satu hal yang penting dalam suatu perusahaan, untuk mempertahankan kelangsungan perusahaan, untuk berkembang dan memperoleh keuntungan yang tinggi. Sehingga diperlukan peran serta dari setiap orang dalam perusahaan sebagai pemasar dan melibatkan diri dalam proses pemuasan pelanggan baik secara langsung maupun tidak langsung.

Proses kegiatan pemasaran tidak hanya dimulai dari produksi dan berakhir dengan penjualan. Tetapi kegiatan pemasaran perusahaan harus dapat memberikan kepuasan kepada konsumennya jika menginginkan perusahaannya mencapai keberhasilan.

Konsep pemasaran juga menyatakan bahwa kunci untuk mencapai tujuan organisasi adalah menjadi lebih efektif dari pada para pesaing dalam memadukan kegiatan pemasaran guna menetapkan dan memuaskan kebutuhan pasar sasaran (Kotler, 2007:91).

2.2 Pengertian Prilaku Konsumen

Syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan agar sukses dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan dengan mempertahankan dan meningkatkan pelanggan.

Agar tujuan tersebut tercapai, perusahaan berusaha memahami perilaku konsumennya.

Perilaku Konsumen adalah tingkah laku dari konsumen, dimana mereka dapat mengilustrasikan pencarian untuk membeli, menggunakan, mengevaluasi dan memperbaiki suatu produk dan jasa mereka. Fokus dari perilaku konsumen adalah bagaimana individu membuat keputusan untuk menggunakan sumber daya mereka yang telah tersedia untuk mengkonsumsi suatu barang. (Prabowo, 2009:10).

2.3 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Oleh Konsumen

Peran pembelian ketika konsumen melakukan pembelian, mereka akan melewati suatu proses sebelum benar-benar mengambil keputusan untuk melakukan pembelian. Proses pengambilan keputusan untuk melakukan ini terjadi dengan sangat cepat tanpa kita sadari, terutama dalam pengambilan produk yang bersifat kompleks dan untuk mengurangi ketidakcocokan maka proses keputusan pembelian akan sangat terasa (Schiffman dan Kanuk, 2004:554).

Beberapa peranan seseorang dalam mempengaruhi sebuah keputusan pembelian (Kotler, 2003:68).

1. Pengambil Inisiatif (*initiator*)
2. Orang yang mempengaruhi (*influences*)
3. Pembuat Keputusan (*decides*)
4. Pembeli (*buyer*)

5. Pemakai (*user*)

2.4 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen

Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian menurut Kotler dan Keller (2008:30)

1. Kebudayaan
2. Kelas sosial
3. Kelompok referensi kecil
4. Keluarga
5. Pengalaman
6. Kepribadian
7. Sikap dan kepercayaan
8. Konsep diri

2.5 Prinsip 4: Manfaatkan Semua 4P yang Terdapat Dalam Bauran Pemasaran: *Product, Price, Place, Promotion*

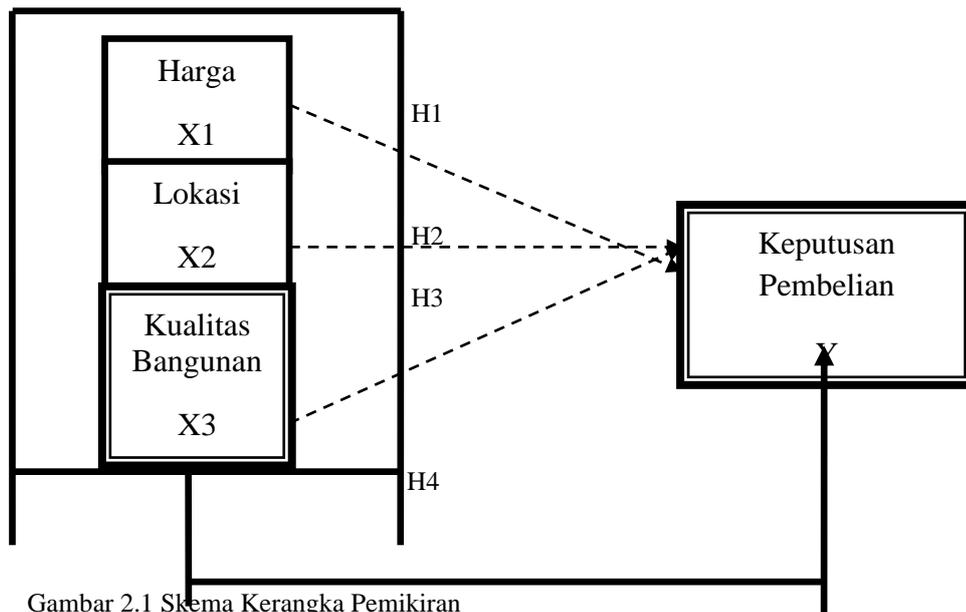
Untuk mengembangkan suatu bahasa dan pemahaman yang sama mengenai 4 alat untuk mencapai tujuan pemasaran, (Kotler dan Keller,

2008: 32). Uraian berikut akan memperjelas penggunaannya dalam sektor publik atau organisasi nirlaba.

1. Produk (*product*)
2. Harga (*price*)
3. Tempat (*place*)
4. Promosi (*promotion*)

2.8 Kerangka Pemikiran

Dari landasan teori diatas peneliti menggunakan 3 faktor yang dirasa penting untuk diteliti lebih lanjut, yaitu faktor harga, lokasi dan kualitas bangunan. Faktor-faktor tersebut secara tidak sadar saling berurutan dan berpengaruh penting sebagai pertimbangan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian rumah. Maka dari itu, peneliti mencoba menganalisa lebih lanjut dan guna memudahkan suatu penelitian maka dibawah ini digambarkan kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 2.1 Skema Kerangka Pemikiran

Keterangan :

- - - - -> : Pengaruh parsial
- > : Pengaruh simultan

2.9 Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian dimana rumusan masalah penelitian telah

dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan (Sugiyono, 2007:60).

Adapun hipotesis yang diduga dalam penelitian ini adalah:

H1 : Harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.
H2 : Lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.
H3: Kualitas bangunan berpengaruh positif terhadap keputusan Pembelian.

H4 : Harga, lokasi dan kualitas bangunan berpengaruh positif secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian.

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini pendekatan yang digunakan adalah penelitian kuantitatif yaitu pendekatan yang menjelaskan nilai suatu variabel dengan mengolah data-data yang ada ke dalam suatu angka (Sugiyono, 2010:45).

Penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variable atau lebih. Dengan penelitian ini maka dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala (Sugiyono, 2010:46). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di Perumahan Muhajirin Asri.

3.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilaksanakan di Perumahan Muhajirin Asri, Jl. Darul Hikmah No. 11A, Terong Tawah, Labu Api.

$$Y=a+ b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Dimana

Y = Keputusan pembelian

a = Konstanta

b₁ = Koefisien regresi harga

b₂= Koefisien regresi lokasi

3.3 Sampel

Dalam pengambilan sampel biasanya peneliti menentukan terlebih dahulu besarnya jumlah sampel. Apabila jumlah sampel kurang dari 100 orang maka lebih diambil semua, jika subyeknya besar dapat diambil 10-15% atau 20-25% atau lebih (Arikunto, 2010:117-120).

Untuk menentukan besarnya sampel maka digunakan perhitungan dengan rumus slovin hasilnya sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 57 orang atau konsumen

3.4 Metode Analisis Data

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menganalisis apakah variabel independen (harga, lokasi dan bangunan) secara bersama mempengaruhi variabel dependen yaitu keputusan pembelian.

Rumus matematis regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

b₃ = Koefisien regresi kualitas bangunan

X₁ = Harga

X₂ = Lokasi

X₃ = Kualitas Bangunan

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 HASIL PENELITIAN

4.1.1 Profil Perusahaan

PT. Anugrah Alam Properti merupakan perusahaan yang bergerak di bidang real estate dan properti. PT. Anugrah Alam Properti didirikan pada

tanggal 15 Januari 2016 dengan bentuk badan hukum perseroan terbatas yang dibuat di kantor Notaris Sri Nurlaili, SH..M,Kn. sebagai bentuk peningkatan profesionalisme dalam pelayanan dan pengelolaan perusahaan. PT. Anugrah Alam Properti berkedudukan di jalan Soekarno Hatta no 3 Gerung Kabupaten Lombok Barat.

4.2 Gambaran Umum Responden

Dalam bab ini akan dijelaskan mengenai hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, yang mana hasilnya diperoleh melalui kuisioner yang dibagikan kepada konsumen PT. Anugrah Alam Properti di Perumahan Muhajirin Asri sebagai responden. Berdasarkan jawaban dari pertanyaan dalam kuisioner yang telah diajukan yang bertujuan untuk mengetahui beberapa faktor yang

Tabel 4.1
Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1	Laki-Laki	34	60 %
2	Prempuan	23	40 %
	Jumlah	57	100 %

Sumber : Data primer yang diolah 2019

Berdasarkan tabel 4.1 karakteristik responden menurut jenis kelamin pada tabel yang diatas menunjukkan bahwa dari 57 responden yang terpilih, 34 orang (60%) diantaranya adalah laki-laki dan sisanya sebanyak 23 orang (40%) prempuan. Hal ini dikarenakan bahwa responden konsumen

mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli rumah pada PT. Anugrah Alam Properti.

Dalam pengumpulan data, jumlah responden yang dapat digunakan berjumlah 57 responden. Maka dapat diketahui karakteristik setiap konsumen. Karakteristik atau identitas responden ini meliputi

4.2.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil penelitian dan data yang didapat dari penyebaran kuisioner diperoleh data tentang Jenis kelamin responden sebagai berikut :

pada PT. Anugrah Alam Properti Perumahan Muhajirin Asri di dominasi oleh responden laki-laki yaitu berjumlah 34 orang (60%) sedangkan yang prempuan sebanyak 23 orang (40%). Jumlah data tersebut menunjukkan bahwa yang paling berperan dalam keputusan pembelian rumah adalah laki-laki.

2.4 Hasil Pengujian Instrumen Penelitian

1.4.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur apakah data yang telah

didapat setelah penelitian adalah data yang valid dari alat ukur yang digunakan. Data tersebut dapat dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, sebaliknya data tersebut dikatakan tidak valid jika $r_{hitung} < r_{tabel}$. Pada penelitian ini nilai r tabel untuk df =

n-2 dengan tingkat signifikansi 5% adalah sebesar 0,2609 (df = 57-2 = 55). Tabel berikut menunjukkan hasil uji validitas dari tiga variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu harga, lokasi, kualitas bangunan dan keputusan pembelian.

Tabel 4.11
Hasil Uji Validitas

PERNYATAAN	R HITUNG	R TABEL	SIGNIFIKAN	KEPUTUSAN
VARIBEL HARGA (X1)				
X1.1	0,840	0,2609	0,000	Valid
X1.2	0,871	0,2609	0,000	Valid
X1.3	0,909	0,2609	0,000	Valid
X1.4	0,887	0,2609	0,000	Valid
VARIABEL LOKASI (X2)				
X2.1	0,727	0,2609	0,000	Valid
X2.2	0,672	0,2609	0,000	Valid
X2.3	0,724	0,2609	0,000	Valid
X2.4	0,769	0,2609	0,000	Valid
VARIABEL KUALITAS BANGUNAN (X3)				
X3.1	0,772	0,2609	0,000	Valid
X3.2	0,797	0,2609	0,000	Valid
X3.3	0,727	0,2609	0,000	Valid
X3.4	0,679	0,2609	0,000	Valid
VARIABEL KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)				
Y1.1	0,757	0,2609	0,000	Valid
Y2.2	0,757	0,2609	0,000	Valid
Y3.3	0,832	0,2609	0,000	Valid
Y4.4	0,851	0,2609	0,000	Valid

Sumber: Data output olah SPSS 20, 2019

Berdasarkan output SPSS pada tabel 4.11 menunjukkan bahwa variabel harga (X1), lokasi (X2), kualitas bangunan (X3) dan Kepuasan pembeli (Y) memiliki r hitung lebih besar dari pada r tabel sebesar 0,2609. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa seluruh butir indikator yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan valid.

1.4.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji yang digunakan untuk mengetahui konsisten alat ukur yang biasanya menggunakan kuesioner. Maksudnya apakah alat ukur tersebut akan mendapatkan pengakuan yang tetap konsisten jika pengukuran diulang kembali. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,6 (Ghozali, 2007:127). Adapun hasil uji reliabilitas disajikan pada tabel berikut:

TABEL 4.12

Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Standar Cronbach Alpha	Keterangan
1	Harga	0,897	0,6	Reliabel
2	Lokasi	0,696	0,6	Reliabel
3	Kualitas Bangunan	0,733	0,6	Reliabel
4	Keputusan Pembelian	0,812	0,6	Reliabel

Sumber: data output olah SPSS 20, 2019

Berdasarkan output SPSS dari tabel 4.12 diatas dapat kita lihat nilai cronbach alpha untuk instrument variabel X1 adalah sebesar 0,897, X2 sebesar 0,696, X3 sebesar 0,733 dan untuk variabel Y adalah sebesar

0.812. nilai cronbach alpha tersebut adalah lebih besar dari pada 0,60. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa kedua instrumen atau angket untuk variabel X dan Y adalah reliabel.

1.5 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk mengetahui besarnya analisis harga, lokasi, kualitas bangunan terhadap keputusan konsumen dalam membeli rumah pada PT.

Anugrah Alam Properti, maka digunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS 20 for windows. Berikut adalah hasil analisis regresi linier berganda.

Tabel 4.14
Hasil analisis regresi linier berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.841	3.427		.829	.411
Harga	.360	.095	.452	3.772	.000
Lokasi	.066	.140	.053	.475	.637
Kualitas bangunan	.336	.151	.267	2.225	.030

Sumber: Hasil Olah SPSS 20, 2019

Hasil pengelolaa SPSS dapat ditunjukkan melalui persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 2.841 + 0.360 X_1 + 0.066 X_2 + 0.336 X_3 + e$$

Dimana koefisien–koefisien di atas dapat diuraikan sebagai berikut:

1. $a = 2.841$
Berdasarkan persamaan linier berganda tersebut dapat diperoleh nilai konstanta (a) sebesar 2.841. Artinya jika variabel harga, lokasi dan kualitas bangunan, bernilai 0 maka besarnya nilai keputusan konsumen dalam membeli rumah pada PT. Anugrah Alam Properti, sebesar 2.841.
2. $b_1 = 0.360 X_1$
Berdasarkan persamaan linier berganda tersebut dapat diperoleh nilai variabel harga (X_1) sebesar 0.360. Artinya bahwa setiap peningkatan satu satuan variabel harga maka akan meningkatkan keputusan konsumen dalam membeli rumah pada PT. Anugrah Alam Properti sebesar 0.360 satuan, dengan asumsi bahwa variabel lain tidak berubah atau tetap. Koefisien regresi yang bertanda positif menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang searah antara variabel harga terhadap keputusan konsumen.
3. $b_2 = 0.066 X_2$
Berdasarkan persamaan linier berganda tersebut dapat diperoleh nilai variabel lokasi (X_2) sebesar

0.066. Artinya bahwa setiap peningkatan penempatan lokasi maka akan meningkatkan keputusan konsumen dalam membeli rumah pada PT. Anugrah Alam Properti, sebesar 0.066.

4. $b_3 = 0.336 X_3$
Berdasarkan persamaan linear berganda tersebut dapat diperoleh nilai variabel kualitas bangunan (X_3) sebesar 0.336. Artinya bahwa setiap peningkatan kualitas bangunan maka akan meningkatkan keputusan konsumen dalam membeli rumah pada PT. Anugrah Alam Properti, sebesar 0.336.

4.7 Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan sementara untuk menguji apakah data yang ada sudah cukup kuat untuk menggambarkan populasinya (Santoso, 2015:251).

4.7.1 Pengujian Hipotesis pertama Hasil Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Dengan tingkat kepercayaan sebesar 95% atau taraf signifikansi sebesar 5% maka

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	60.894	3	20.298	10.571	.000 ^b
Residual	101.773	53	1.920		
Total	162.667	56			

Sumber: Hasil Olah SPSS 20, 2019

Pengaruh simultan dari variabel harga, lokasi dan kualitas bangunan terhadap keputusan konsumen di Perumahan Muhajirin Asri hal ini terlihat dari nilai F hitung lebih besar dari pada F tabel 10,571 >2.78 .

Analisa ini digunakan untuk mengetahui tingkat keyakinan pengaruh secara serentak antara variabel harga, lokasi dan kualitas bangunan terhadap keputusan konsumen pada PT. Anugrah Alam Properti di Perumahan Muhajirin Asri. Berdasarkan hasil perhitungan F test dengan program SPSS 20 diperoleh F hitung 10,571 dan F tabel sebesar 2.78 dengan derajat keyakinan yang dipakai oleh peneliti sebesar 5%. Jadi disini terlihat bahwa ternyata F hitungnya 10,571 lebih besar dari F tabel 2.78 artinya H_0 ditolak dan H_a

diterima. Dengan demikian apabila variabel harga, lokasi dan kualitas bangunan terhadap keputusan konsumen dilakukan uji secara serentak maka akan memberikan pengaruh yang signifikan atau nyata terhadap keputusan konsumen. Sehingga hipotesis pertama yang menyatakan diduga bahwa harga, lokasi dan kualitas bangunan terhadap keputusan konsumen di Perumahan Muhajirin Asri dapat diterima.

4.7.2 Pengujian Hipotesis Kedua Hasil Uji Parsial (Uji T)

Uji T menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Imam Ghozali, 2007:145).

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.841	3.427		.829	.411
Harga	.360	.095	.452	3.772	.000
Lokasi	.066	.140	.053	.475	.637
Kualitas bangunan	.336	.151	.267	2.225	.030

Sumber: Hasil Olah SPSS 20, 2019

Pengujian dengan T test ini adalah untuk mengetahui tingkat signifikan antara variabel – variabel yang diteliti secara parsial. Hal ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari masing-masing variabel harga, lokasi dan kualitas bangunan yang memiliki pengaruh terhadap variabel keputusan konsumen,

dimana diketahui T tabel sebesar 2.00575 dimana besarnya tingkat keyakinan sebesar $0,5/2 = 0.025$.

Dari hasil perhitungan T test dengan program SPSS 20 dari masing-masing variabel sebagai berikut :

1. Tingkat signifikansi Pengaruh Variabel Harga

(X1) terhadap Keputusan Konsumen (Y)

Dari hasil analisa data dengan bantuan program SPSS 20 For Windows diperoleh nilai beta dari harga (X1) sebesar 3.772, T tabel sebesar 2.00575 dengan nilai signifikansi 0.000 yang berarti nilai T hitung > T tabel dan probabilitas kesalahan lebih kecil dari 0.05 persen , maka secara parsial variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen (Y).

2. Tingkat signifikansi Pengaruh Variabel Lokasi (X2) terhadap Keputusan Konsumen (Y)

Dari hasil analisa data dengan bantuan program SPSS 20 For Windows diperoleh nilai beta dari lokasi (X2) sebesar 0.475, T tabel sebesar 2.00575 dengan nilai signifikansi 0.637 yang berarti nilai T hitung < T tabel dan probabilitas kesalahan lebih besar dari 0.05 persen , maka secara parsial variabel lokasi tidak

berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen (Y).

3. Tingkat signifikansi Pengaruh Variabel Kualitas (X3) terhadap Keputusan Konsumen (Y)

Dari hasil analisa data dengan bantuan program SPSS 20 For Windows diperoleh nilai beta dari kualitas (X3) sebesar 2.225, T tabel sebesar 2.00575 dengan nilai signifikansi 0.030 yang berarti nilai T hitung > T tabel dan probabilitas kesalahan lebih kecil dari 0.05 persen , maka secara parsial variabel kualitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen (Y).

4.7.3 Pengujian Hipotesis Ketiga Koefisien Determinasi Berganda R²

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya jumlah distribusi variabel independen terhadap variabel dependen. Jika R² semakin mendekati 1, yang berarti mendekati 100%, artinya variabel independen berpengaruh kuat terhadap variabel dependen.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.612 ^a	.374	.339	1.386

Sumber: Hasil Olah SPSS 20, 2019

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa hasil hasil analisis menunjukkan nilai koefisien determinasi (R square)

sebesar 0,339 atau 33,9%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel harga, lokasi, kualitas bangunan berpengaruh terhadap keputusan

konsumen dalam membeli rumah Pada PT. Anugrah Alam Properti sebesar 33,9%, sedangkan sisanya sebesar 66,1 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan kedalam model persamaan regresi atau pada penelitian ini.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan tentang variabel harga, lokasi dan kualitas bangunan terhadap keputusan konsumen pada PT. Anugrah Alam Properti di Perumahan Muhajirin Asri sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji t variabel harga (X1) mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen pada PT. Anugrah Alam Properti di Perumahan Muhajirin Asri, dilihat dari t hitung sebesar 3.772, T tabel sebesar 2.00575 dengan nilai signifikansi 0.000 yang berarti nilai T hitung > T tabel dan probabilitas kesalahan lebih kecil dari 0,05 persen, maka secara parsial variable harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen (Y).
2. Berdasarkan hasil uji t variabel lokasi (X2) tidak mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen pada PT. Anugrah Alam Properti di Perumahan Muhajirin Asri dilihat dari t hitung sebesar 0.475, T tabel sebesar 2.00575 dengan nilai signifikansi 0,637 yang berarti nilai T hitung < T tabel dan probabilitas kesalahan lebih besar dari 0.05 persen, maka secara parsial *variabel lokasi* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen (Y).
3. Berdasarkan hasil uji t variabel kualitas (X3) mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap keputusan

konsumen pada PT. Anugrah Alam Properti di Perumahan Muhajirin Asri, dilihat dari t hitung sebesar 2.225, T tabel sebesar 2.00575 dengan nilai signifikansi 0.030 yang berarti nilai T hitung > T tabel dan probabilitas kesalahan lebih kecil dari 0,05 persen, maka secara parsial variable kualitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen (Y).

4. Berdasarkan Koefisien determinasi R² bahwa variabel harga, lokasi dan kualitas berpengaruh terhadap keputusan konsumen pada PT. Anugrah Alam Properti di Perumahan Muhajirin Asri. Dilihat dari hasil analisa determinasi koefisien R² sebesar 33.9%, sedangkan sisanya sebesar 66,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.

1.2 Saran-saran

Untuk dapat dipakai sebagai bahan pertimbangan dan masukan bagi PT. Anugrah Alam Properti di Perumahan Muhajirin Asri dan sebagai referensi peneliti selanjutnya, maka penulis mengajukan saran yaitu:

1. Bagi PT. Anugrah Alam Properti di Perumahan Muhajirin Asri hendaknya mempertahankan yang sudah ada dan dinilai baik oleh konsumen diantaranya adalah variabel harga dan kualitas. Serta memperhatikan kembali variabel yang selama ini masih dianggap kurang oleh konsumen yaitu variabel lokasi.
2. Bagi peneliti selanjutnya untuk pemilihan populasi dan sampel dapat dilakukan pada seluruh konsumen yang melakukan pembelian di PT. Anugrah Alam Properti di Perumahan Muhajirin. Dengan demikian permasalahan yang diteliti tidak hanya tentang keputusan pembelian konsumen

tetapi tentang pelayanan, suasana dan penjualan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis*. Penerbit Ghalia Indonesia.
- Amirin, T. 2011. *Populasi Dan Sampel Penelitian 4: Ukuran Sampel Rumus Slovin*. Jakarta: Erlangga
- Augusty Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Desertasi Ilmu Manajemen*. Edisi kedua. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Efendi. 1996. *Analisa Lima Faktor Terhadap Pembelian Rumah Sederhana dan Sangat Sederhana*. Benefit Volume 8 No.2 Hal. 151-159.
- Swasta, Basu DH dan Irawan. 2005. *Manajemen Pemasaran Moderen*. Edisi Kedua. Cetakan kesebelas, Yogyakarta: Liberty.
- Cahyo, Prabowo. 2009. *Pengertian Prilaku Konsumen Pemasaran Dasar*. Jurnal Administrasi Bisnis Edisi 16. Volume 48. No.1 Juli 2017
- Echdar, Saban. 2017. *Penelitian Manajemen dan Bisnis*. Penerbit Ghalia Indonesia.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi Ketujuh, Semarang: Universitas Diponegoro
- Josep, P. Cannon. 2008. *Pengertian Pemasaran dan Konsep Pemasaran*. Diunduh melalui <https://www.google.com/jurnal/Managemen>. (09/02/2018).
- Kamus Besar Bahasa Indonesia . 2011. Edisi Kedua Belas. Balai Pustaka. Jakarta: Departemen Pendidikan Nasional
- Keputusan Menteri Permukiman dan Prasarana Wilayah Republik Indonesia Nomor 403/KPTS/M/2002 Tentang Pedoman Teknis Pembangunan Rumah Sehat.
- Ketentuan Umum Undang-Undang RI Nomor 4 Tahun 1982 tentang Ketentuan-ketentuan Pokok Pengelolaan Lingkungan Hidup.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1, Edisi Ketiga Belas. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip. 2003. *Pengertian Keputusan Pembelian*. Diunduh melalui <https://blogspot.co.id/Skripsi/Manajemen>. Html (09/03/2018).
- Soeharto, Iman. 1996. *Manajemen Proyek*. Jakarta: Erlangga
- Machfoedz. 2005. *Pengertian Harga dan Tujuan*. Diunduh melalui <https://www.informasi pendidikan.com/html>. (01/12/2015).
- Margono, 2004. *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis*. Penerbit Ghalia Indonesia.
- Sugiyono, 2007. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan kesembilan, Bandung: CV Alpha Betha.
- Schiffman dan Kanuk. 2004. *Pengertian Keputusan Pembelian*. Diunduh melalui <https://blogspot.co.id/skripsi/manajemen/201212.html>.
- Simamora, Bilson. 2011. *Pengertian Penetapan Harga Kebijakan*. Diunduh melalui <https://www.landasan teori.com/html> (09/02/2018).
- Tunu TW, 2017, *Pengertian Penetapan Harga Tujuan dan Metode Penetapannya*. Jurnal Ekonomi Bisnis: hal 31-38.
- Dick Arya Tresnanda, dkk, 2014. *yang melakukan kegiatan penelitian“ Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian*

Rumah (Survei Pada Konsumen Perumahan Blukid Residence Sidoarjo)”. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Volume 8 No.1 Feb 2014 (Administrasi bisnis.Student journal.Ub.Ac.Id) diakses pada 24 Juli 2019.

Heni Wijayanti, Cristina Menuk Sri Handayani. 2015. Pengaruh Lokasi, Harga, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Surodinawan Grandsite Pada PT. Dwi Mulya Jaya Mojokerto. Majalah Ekonomi, Volume XX, No.1. Juli 2015 No ISSN 1411-9501.

Primananda, Agustinus. 2010. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Membeli Rumah (Studi Kasus Di Perumahan Bukit Semarang Baru,Semarang).Skripsi