

**PENGARUH DESAIN PRODUK, PROMOSI DAN LOKASI TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PERUMAHAN THE GREEN JAVA  
KEMANG BOGOR**

***THE EFFECT OF PRODUCT DESIGN, PROMOTION AND LOCATION ON  
THE PURCHASE DECISION ON THE GREEN JAVA HOUSING, KEMANG  
BOGOR***

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengidentifikasi pengaruh desain produk, promosi, dan lokasi baik secara simultan maupun parsial terhadap keputusan pembelian pada Perumahan The Green Java Kemang Bogor. Kuesioner didistribusikan kepada 58 responden yang diambil dengan teknik *purposive sampling*. Kuesioner telah teruji dengan uji validitas, uji realibilitas dan uji asumsi klasik. Hasil pengujian tersebut valid, reliabel dan dapat dipakai untuk data regresi. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel desain produk, promosi dan lokasi baik secara simultan maupun parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Perumahan The Green Java Kemang Bogor.

**Kata Kunci:** Desain Produk, Promosi Dan Lokasi

**ABSTRACT**

*This study aims to analyze and identify the influence of product design, promotion and location either simultaneously or partially on purchasing decisions at The Green Java Kemang Bogor Housing. Questionnaires were distributed to 58 respondents who were taken by purposive sampling. The questionnaire has been tested with validity test, reliability test and classical assumption test. The test results are valid, reliable and can be used for regression data. The analytical method used in this research is descriptive and verification method with a quantitative approach. The results showed that product design, promotion and location variables either simultaneously or partially had a positive and significant effect on purchasing decisions at The Green Java Housing in Kemang Bogor.*

**Keywords:** Product Design, Promotion And Location

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis ucapkan ke hadirat Allah SWT sang pencipta dan penguasa alam beserta isinya, yang maha pengasih lagi maha penyayang serta yang telah memberikan curahan, karunia, hidayah dan inayahnya sehingga pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Desain Produk, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Perumahan The Green Java Kemang Bogor”**. Skripsi ini disusun dan diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana manajemen (S1). Terimakasih penulis ucapkan kepada berbagai pihak atas bantuan dan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini, yaitu kepada :

1. Ketua dan Pengurus Yayasan Pusat Studi Pengembangan Islam Amaliyah Indonesia.
2. Rektor dan Wakil Rektor Universitas Djuanda.
3. Ibu Dr. Sri Harini, Dra., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Ibu Endang Silaningsih, SE., MM selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi, Bapak Mas Nur Mukmin, SE., M.Ak selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi.
4. Ibu Tini Kartini, SE., MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi, serta Ibu Yulianingsih, SE.,M.Si selaku Sekretaris Program Studi Manajemen.
5. Bapak Samsuri, SE., MM selaku dosen pembimbing akademik dan selaku dosen pembimbing I yang telah memberi arahan dan bimbingan dalam penyusunan skripsi.
6. Bapak Dr. Ismartaya, MM selaku dosen pembimbing II yang telah memberi arahan dan bimbingan dalam penyusunan skripsi.
7. Seluruh Dosen dan Staf Tata Usaha Fakultas Ekonomi yang telah memberikan ilmu dan pengalama serta pelayanan administrasi demi tersusunnya skripsi ini.

8. Bapak Engkus Kustaman selaku pimpinan perumahan The Green Java Kemang Bogor yang telah memberikan informasi data dan penjelasan kepada penulis dalam melaksanakan penelitian di perumahan The Green Java Kemang dan seluruh staf perumahan The Green Java Kemang yang telah bersedia menerima penulis untuk melaksanakan Penelitian ini.
9. Pihak Keluarga Ayahanda Hula dan Ibunda Ayat, serta kaka Ridwan Rudiana yang telah memberikan motivasi, dukungan materil serta do'a yang dipanjatkan agar terselesaikannya laporan ini.
10. Seluruh rekan-rekan seperjuangan Manajemen dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Djuanda angkatan 2018 terkhusus pada Adel, Dila, Fera, Kania, Prihatini, Salma serta rekan lainnya yang telah memberikan motivasi, saran, dukungan dan dorongan kepada penulis sehingga terselesaikannya laporan ini.
11. Kakak Tingkat Manajemen 2016 terkhusus pada Seri Haryati yang telah membagi ilmu, pengalaman dan memberikan nasehat, serta semangat kepada penulis.

Semoga segala budi bakti dari semua pihak tersebut, diterima oleh Allah SWT dan mendapatkan pahala yang berlipat ganda dari-Nya, Amiin.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan semua pihak yang memerlukannya. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, sehubungan dengan itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran dari pembaca demi sempurnanya skripsi ini.

Bogor, September, 2022

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>ABSTRAK</b>	
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	i
<b>DAFTAR ISI</b> .....	iii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	v
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	vi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.1 Latar Belakang .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.2 Rumusan Masalah .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.3 Tujuan Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.4 Manfaat Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.5 Sistematika Penulisan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB II TINJAUANPUSTAKA</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1 Tinjauan Pendapat Hasil Penelitian Terdahulu ..	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2.1 Manajemen Pemasaran.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2.2 Desain Produk .....	23
2.2.3 Promosi.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2.4 Lokasi .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2.5 Keputusan Pembelian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.3 Pengembangan Hipotesis .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.4 Kerangka Pemikiran .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

3.1 Obyek dan Lokasi Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2 Desain Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.3 Unit Analisis Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	
.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.4 Variabel Penelitian dan Definisi Operasionalisasi Variabel .....	<b>Error!</b>
<b>Bookmark not defined.</b>	
3.5 Metode Pengumpulan Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.6 Metode Pengujian Instrumen .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.7 Metode Analisis Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN** **Error! Bookmark not defined.**

4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian ....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.1 Sejarah Singkat Perumahan The Green Java Kemang Bogor	
<b>Error! Bookmark not defined.</b>	
4.1.2 Visi Misi Perumahan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.3 Struktur Organisasi.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2 Hasil Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.1 Karakteristik Responden .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.2 Tanggapan Konsumen.....	79
4.3 Pembahasan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.3.1 Analisis Regresi Linear Berganda.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.3.2 Analisis Korelasi Berganda.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.3.3 Hasil Koefisien Determinasi .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.3.4 Uji Hipotesis.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

#### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....** **Error! Bookmark not defined.**

5.1 Kesimpulan.....	Error! Bookmark not defined.
5.2 Saran.....	Error! Bookmark not defined.
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>123</b>

## **DAFTAR TABEL**

<b>No</b>	<b>Teks</b>	<b>Halaman</b>
1.1	Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Bogor Tahun 2016-2020.....	3
1.2	Perbandingan Perumahan Sekitar The Green Java Kemang Bogor.....	4
1.3	Penjualan Perumahan The Green Java Kemang 2018-2021 .....	5
1.4	Pendapatan Perumahan The Green Java Kemang.....	6
1.5	Skor Prasurvey Tentang Desain produk.....	7
1.6	Skor Prasurvey Tentang Promosi.....	8
1.7	Skor Prasurvey Tentang Lokasi .....	9
2.1	Rekapitulasi Penelitian Terdahulu .....	16
3.1	Operasional Variabel Penelitian.....	47
3.2	Kriteria Uji Validitas.....	52
3.3	Hasil Uji Validitas Desain Produk .....	53
3.4	Hasil Uji Validitas Promosi .....	53
3.5	Hasil Uji Validitas Lokasi .....	54
3.6	Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	54
3.7	Kriteria Uji Reliabilitas .....	55
3.8	Hasil Pengujian Realibilitas .....	56
3.9	Hasil Uji Normalitas .....	58
3.10	Hasil Uji Multikoliniaritas .....	59
3.11	Skala <i>Likert</i> .....	61
3.12	Kelas Interval dan Kriteria Penilaian .....	62

3.13	Interpretasi Terhadap Nilai r Hasil Analisis Korelasi .....	65
4.1	Karakteristik Pelanggan Berdasarkan Jenis Kelamin .....	77
4.2	Karakteristik Pelanggan Berdasarkan Umur.....	78
4.3	Karakteristik Pelanggan Berdasarkan Pekerjaan .....	78
4.4	Karakteristik Pelanggan Berdasarkan Pendapatan.....	79
4.5	Rekapitulasi Karakteristik Pelanggan .....	79
4.6	Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator Bentuk .....	80
4.7	Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator Fitur .....	81
4.8	Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator Gaya .....	82
4.9	Rekapitulasi Penilaian Konsumen Terhadap Variabel Desain Produk....	83
4.10	Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator Periklanan.....	84
4.11	Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator Promosi Penjualan.....	85
4.12	Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator Hubungan Masyarakat .....	87
4.13	Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator Penjualan Pribadi .....	88
4.14	Rekapitulasi Penilaian Konsumen Terhadap Variabel Promosi .....	89
4.15	Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator Akses .....	90
4.16	Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator Visibilitas .....	91
4.17	Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator Lalulintas .....	93
4.18	Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator Tempat Parkir Yang Luas ....	94
4.19	Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator Ekspansi .....	95
4.20	Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator Lingkungan .....	96
4.21	Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator Persaingan .....	97
4.22	Rekapitulasi Penilaian Konsumen Terhadap Variabel Lokasi.....	98
4.23	Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator Pilihan Produk.....	100
4.24	Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator Pilihan Merek .....	101
4.25	Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator Pilihan Penyalur .....	102
4.26	Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator Waktu Pembelian .....	103
4.27	Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator Metode Pembayaran.....	104
4.28	Rekapitulasi Penilaian Konsumen Terhadap Variabel Keputusan Pembelian .....	105
4.29	Regresi Linear Berganda.....	107

4.30	Hasil Analisis Koefisien Determinasi Dan Koefisien Korelasi .....	109
4.31	Pengujian Regresi Secara Simultan .....	110
4.32	Pengujian Regresi Secara Parsial .....	111
4.33	Rekapitulasi Pengujian Secara Parsial .....	114

## **DAFTAR GAMBAR**

<b>No</b>	<b>Teks</b>	<b>Halaman</b>
2.1	Proses Keputusan Pembelian .....	35
2.2	Kerangka Pemikiran Penelitian.....	43
3.1	Hasil Uji Normalitas Dengan Grafik Histogram.....	57
3.2	Hasil Uji Normalitas Dengan Normal Probability Plots .....	57
3.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	60
3.4	Hubungan Antar Variabel Penelitian .....	63
3.5	Uji Satu Pihak .....	69
4.1	Perumahan The Green Java Kemang Bogor .....	71
4.2	Struktur Organisasi Kantor Pemasaran Perumahan The Green Java Kemang Bogor.....	72
4.3	Hasil Uji t Variabel Desain Produk.....	112
4.4	Hasil Uji t Variabel Promosi .....	113
4.5	Hasil Uji t Variabel Lokasi .....	113