

ABSTRAK

PENGARUH HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI PERUMAHAN GRIYA ALAM NUSANTARA TIPE 36/72

Harga Perumahan yang paling mahal diantara perumahan lain yang sejenis dan lokasi yang tidak strategis membuat tidak tercapainya target penjualan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel-variabel pemasaran yang terdiri dari harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen. Sampel dari penelitian ini adalah sebanyak 163 orang responden dengan menggunakan non probability sampling yaitu metode sampling jenuh dengan kuesioner sebagai alat untuk mengumpulkan data. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga dan lokasi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sebagaimana ditunjukkannya besarnya R Square sebesar 59,8%. Sedangkan sisanya 40,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan ke dalam penelitian ini. Sedangkan secara parsial harga dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dari seluruh variabel yang diteliti, variabel lokasi adalah variabel paling besar pengaruhnya terhadap keputusan pembelian di perumahan Griya Alam Nusantara Tipe 36/72.

Kata Kunci: Harga, Keputusan Pembelian, Lokasi

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF PRICE AND LOCATION ON PURCHASING DECISIONS IN GRIYA ALAM NUSANTARA HOUSING TYPE 36/72

Housing prices are the most expensive among other similar housing and a location that is not strategic makes sales targets not achieved. This study aims to determine the effect of marketing variables consisting of price and location on consumer purchasing decisions. The sample of this study was 163 respondents using nonprobability sampling, namely the saturated sampling method with a questionnaire as a tool for collecting data. The results of this study indicate that price and location simultaneously have a positive and significant effect on purchasing decisions. the same is shown by the magnitude of R Square of 59.8%. While the remaining 40.2% is influenced by other factors not included in this study. while partially the price and location have a significant effect on purchasing decisions. Of all the variables studied, the location variable is the variable that has the greatest influence on purchasing decisions in Griya Alam Nusantara housing Type 36/72.

Keywords: Price, Purchase decision, Location