

# Analisis faktor - faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen terhadap pembelian rumah: Studi kasus di Perumahan Griya Emas Kabupaten Pamekasan

Fuji Santoso<sup>1,\*</sup>, Zulviar Anas<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Institut Teknologi Dan Bisnis Nazhatut Thullab Al-Muafa Sampang, Indonesia

<sup>\*)</sup> Korespondensi (e-mail: [siregarfuji93@gmail.com](mailto:siregarfuji93@gmail.com))

## Abstract

The increase in population causes an increase in the demand for housing. Many developers use the increasing need for houses to provide housing with various facilities. Various kinds of developer offer make the public as consumers are faced with several factors in the decision to buy a house. The purpose of the study was to determine the effect of price, building design, physical building, facilities, and location and to determine the dominant factors in home-buying decisions. The research method uses quantitative methods. The results showed that the price factor, the building design factor, the physical building factor, the facility factor, and the location factor influenced the decision to buy a house. The most dominant factor in influencing home-buying decisions is the price factor. Other influencing factors are location, building physical, facility, and building design factors.

Keywords: Price, Building design, Physical building, Facilities, Location

## Abstrak

Peningkatan jumlah penduduk menyebabkan melonjaknya permintaan akan rumah. Peningkatan kebutuhan akan rumah dimanfaatkan oleh banyak developer untuk menyediakan perumahan dengan berbagai fasilitas yang ditawarkan. Berbagai macam tawaran developer membuat masyarakat sebagai konsumen dihadapkan pada beberapa faktor dalam keputusan pembelian rumah. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh harga, desain bangunan, fisik bangunan, fasilitas dan lokasi dan mengetahui faktor dominan dalam keputusan pembelian rumah. Metode penelitian menggunakan metode kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor harga, faktor desain bangunan, faktor fisik bangunan, faktor fasilitas dan faktor lokasi, berpengaruh terhadap keputusan pembelian rumah. Faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian rumah adalah faktor harga. Faktor lainnya yang mempengaruhi, yaitu faktor lokasi, faktor fisik bangunan, faktor fasilitas dan faktor desain bangunan.

Kata kunci: Harga, Desain bangunan, Fisik bangunan, Fasilitas, Lokasi

*How to cite:* Santoso, F., & Anas, Z. (2021). Analisis faktor - faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen terhadap pembelian rumah : Studi kasus di Perumahan Griya Emas Kabupaten Pamekasan. *Journal of Management and Digital Business*, 1(3), 163-174. <https://doi.org/10.53088/jmdb.v1i3.323>

## 1. Pendahuluan

Rumah merupakan salah satu kebutuhan dasar bagi manusia setelah sandang dan pangan. Kebutuhan akan rumah merupakan salah satu kebutuhan utama seiring dengan semakin padatnya aktivitas dan rutinitas manusia (Purnami, 2019). Setiap orang akan berusaha memenuhi kebutuhan akan rumah dengan memperhatikan selera dan kemampuan yang ada.

Pada 10 tahun terakhir jumlah penduduk Kab. Pamekasan sebesar 795.918 jiwa, sedangkan pada tahun 2021 sebesar 853.510 jiwa, hal itu menunjukkan bahwa penduduk masyarakat Kab. Pamekasan mengalami peningkatan, ([www:pamekasankab.bps.go.id](http://www.pamekasankab.bps.go.id) diakses pada 8 September 2021), sehingga menyebabkan permintaan akan kebutuhan rumah meningkat. Peningkatan permintaan kebutuhan rumah ini dianggap sebagai peluang oleh banyak pengembang perumahan dengan menyediakan perumahan yang dilengkapi berbagai macam fasilitas yang ditawarkan. Berbagai macam tawaran pengembang perumahan membuat masyarakat sebagai konsumen dihadapkan pada beberapa faktor dalam pembelian perumahan. Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli rumah, antara lain harga, desain bangunan, fisik bangunan, fasilitas dan lokasi.

Lonjakan pertumbuhan penduduk di Kab. Pamekasan terus meningkat mencapai 5.75% pada 10 tahun terakhir. Hal ini diakibatkan oleh faktor kelahiran setiap tahun ditambah lagi dengan banyaknya transmigran yang mencoba peruntungannya di kota ini, menjadi salah satu penyebab tingginya pertumbuhan penduduk dan berakibat pada meningkatnya permintaan masyarakat untuk memiliki rumah ([www:pamekasankab.bps.go.id](http://www.pamekasankab.bps.go.id) diakses pada 8 September 2021).

Konsumen adalah hal yang menjadi tujuan utama pada sebuah perusahaan jasa, perusahaan *developer* adalah perusahaan yang melakukan aktivitas pengembangan *real estate*. Adapun aktivitas *real estate* adalah kegiatan untuk kemudian dibangun perumahan dan atau bangunan industri. Bangunan tersebut dimaksudkan untuk dijual sebagai satu kesatuan atau secara eceran (*retail*), produk yang ditawarkan adalah rumah.

Kabupaten Pamekasan dengan tingkat penduduk yang tinggi memiliki keragaman ekonomi penduduk, dimana banyak penduduk yang memiliki ekonomi yang tinggi namun banyak juga yang memiliki ekonomi menengah kebawah. Oleh sebab itu dikarenakan pendapatan sangat mempengaruhi daya beli, maka diharapkan para pengusaha *developer* dapat menghadirkan rumah hunian dengan harga yang relevan dengan kebutuhan penduduk di Kab. Pamekasan. Dengan hadirnya *developer* yang mampu menawarkan harga yang beragam hal ini dapat meningkatkan minat beli masyarakat di Kab. Pamekasan untuk membeli dan memiliki hunian dengan harga bersaing. Firdaus dan Sutrisna (2017), Lokasi juga menjadi faktor penting lainnya yang sangat mempengaruhi minat beli seorang konsumen. Lokasi rumah yang diinginkan oleh konsumen biasanya terletak di lokasi yang strategis, dekat dengan tempat kerja, pusat perbelanjaan, dekat dengan rumah ibadah dan bagi keluarga yang telah memiliki anak jarak antara rumah dan tempat sekolah anak juga menjadi hal yang perlu dipertimbangkan. Oleh karena itu pihak *developer* diharapkan mampu memenuhi keinginan-keinginan konsumen tersebut agar para konsumen tertarik untuk membeli rumah yang ditawarkan.

Kegiatan promosi yang menarik juga tak dapat dipungkiri mampu menarik minat beli konsumen. Banyak para *developer* yang menawarkan harga *down payment* yang rendah dan dapat dicicil, menawarkan bunga KPR yang rendah, pemberian subsidi, kemudahan bertransaksi, juga memberikan hadiah *doorprize* tertentu untuk menarik minat konsumen (Nasution & Yasin, 2014)

Berdasarkan fenomena yang terjadi masih terdapat beberapa kekecewaan konsumen terhadap kualitas rumah yang ditawarkan, dimana masih sering terdapat kerusakan bangunan rumah sebelum ditempati, proses komplain kerusakan yang berkepanjangan, pembuatan saluran air yang tidak benar dapat mengakibatkan banjir pada saat hujan, atap yang sering bocor karena genteng yang tidak berkualitas. Hal-hal tersebut apabila dirasakan oleh konsumen maka akan menurunkan minat beli konsumen tersebut terhadap rumah lainnya yang dibuat oleh *developer* tersebut dan apabila kejadian ini diceritakan kepada rekan atau saudara maka akan mempengaruhi persepsi konsumen lain sebelum membeli rumah dan mampu mengurungkan minat belinya terhadap rumah yang ditawarkan *developer* tersebut. (Islam & Daud, 2011)

Permasalahan mengenai harga rumah juga sering menjadi keresahan masyarakat. Masih banyaknya rumah yang berada di lokasi yang tidak strategis dengan harga yang tinggi yang sulit terjangkau oleh konsumen. Pembangunan rumah juga tidak lagi memperhatikan letak strategis, masih banyak letak perumahan yang tidak terjangkau oleh transportasi umum, jauh dari tempat kerja dan jauh dari pusat perbelanjaan. Promosi yang diberikan pada awal menarik konsumen, sering tidak sesuai dengan realisasi, adanya syarat-syarat yang harus dipenuhi sebelum mendapatkan promosi tersebut.

Perusahaan *developer* yang ada di Kota Malang PT. Malang Raya Properti Indo melakukan ekspansi di Jawa Timur khususnya di Kab. Pamekasan, yang menyediakan perumahan dengan rumah tipe 36, yaitu Perumahan Griya Emas. Dilihat dari segi lokasi, letak perumahan ini strategis karena terletak di pusat kota dan dekat dengan tempat-tempat penting, seperti sekolah, kantor, rumah sakit, pertokoan dan sebagainya. Penulis melakukan penelitian tentang analisis faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian perumahan.

## 2. Tinjauan Pustaka

Analisis ini dapat menjadi bahan pertimbangan pengembang perumahan dalam mengamati kebutuhan perumahan yang diinginkan konsumen.

### Faktor harga

Harga adalah sejumlah nilai ditukarkan konsumen dengan manfaat dari menggunakan produk yang nilainya ditetapkan melalui tawar-menawar. Harga juga bisa ditetapkan penjual dengan harga yang sama terhadap semua pembeli (Adzania, 2015). Secapramana (2000) menyatakan harga memiliki peran utama dalam pembelian, yaitu:

a. Peranan Alokasi Harga

Harga berfungsi membantu pembeli memutuskan cara memperoleh manfaat yang diharapkan berdasarkan daya beli. Harga membantu pembeli untuk memutuskan cara mengalokasikan harga dari berbagai alternatif yang tersedia, kemudian memutuskan alokasi yang dikehendaki.

b. Peranan Informasi dari Harga

Harga berfungsi dalam membidik konsumen mengenai faktor seperti kualitas. Peranan informasi kualitas ini bermanfaat dalam situasi dimana pembeli kesulitan untuk menilai faktor produk atau manfaatnya secara objektif. Persepsi yang sering berlaku adalah harga yang mahal mencerminkan kualitas tinggi.

### **Faktor desain bangunan**

Bentuk dan desain bangunan mempengaruhi harga rumah. Semakin sulit dan membutuhkan keterampilan yang tinggi, serta desain bangunan yang mengikuti tren akan menciptakan harga jual yang tinggi. Properti dikatakan menarik apabila bentuk dan tampak luar sesuai permintaan pasar (Anastasia, 2013).

Simbolon dan Nasution (2017) menyatakan bahwa perancangan denah atau desain sangat penting dalam merencanakan sebuah rumah. Penghuni dapat membaca model, bentuk atau wujud akan dibangun melalui gambar. Pertimbangan dalam merancang denah antara lain:

- a. Pertimbangan jumlah penghuni rumah
- b. Kebutuhan ruang penghuni rumah
- c. Fungsi ruang
- d. Kenyamanan
- e. Keamanan

### **Faktor fisik bangunan**

Utilitas bangunan merupakan suatu kelengkapan fasilitas bangunan digunakan untuk menunjang tercapainya unsur kenyamanan, kesehatan, keselamatan, kemudahan komunikasi dan mobilitas dalam bangunan (Fahirah, 2010). Keputusan Menteri PU No. 20/KPTS/1986 tentang Pedoman Teknik Pembangunan Perumahan Sederhana Tidak Bersusun menjelaskan persyaratan teknik rumah sederhana adalah sebagai berikut:

- a. Kelengkapan bangunan, yaitu:
  - 1) Plumbing
  - 2) Penyediaan air bersih
  - 3) Pembuangan air bersih
  - 4) Pembuangan air hujan
  - 5) Pembuangan sampah
  - 6) Listrik
- b. Stuktur, komponen dan bahan bangunan, yaitu:
  - 1) Dapat menahan semua beban dan gaya termasuk gempa bumi yang bekerja padanya sesuai fungsinya.

- 2) Cukup terlindung dari korosi, kelapukan, serangga.
- 3) Mempunyai keawetan minimal 5 tahun untuk susunan non struktur, minimal 20 tahun untuk susunan struktur.

### **Faktor fasilitas**

Fasilitas adalah sumber daya fisik yang ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas mempunyai peranan besar dalam meningkatkan intensitas seseorang untuk tinggal. Saat ini banyak sekali jenis properti perumahan yang ditawarkan kepada masyarakat seiring dengan perkembangan zaman dan kebutuhan masyarakat (Anjani & Mudakir, 2012).

Oetomo dan Lestari (2012) menyatakan fasilitas perumahan terdiri dari:

- a. Prasarana dalam lingkungan perumahan, terdiri dari:
  - 1) Adanya jalan
  - 2) Adanya pembuangan air limbah
  - 3) Adanya air bersih
  - 4) Adanya *supply* listrik
  - 5) Adanya jaringan telepon
- b. Sarana dalam lingkungan perumahan, terdiri dari:
  - 1) Adanya sarana pendidikan
  - 2) Adanya sarana perniagaan
  - 3) Adanya sarana olahraga dan daerah terbuka

### **Faktor lokasi**

Lokasi adalah komponen struktur fisik yang terlihat dalam membentuk kesan usaha yang dilakukan perusahaan dalam penempatan usaha dan menyediakan pelayanan yang dibutuhkan oleh konsumen (Rahayu, 2018). Oetomo dan Lestari (2012) menyatakan bahwa faktor lokasi dipengaruhi oleh beberapa hal, meliputi:

- a. Kondisi fisik dari lokasi, yaitu:
  - 1) Tersedia lahan yang cukup bagi pembangunan lingkungan perumahan dan dilengkapi dengan prasarana dan sarana lingkungan
  - 2) Dapat disediakan air bersih (air minum)
  - 3) Bebas dari polusi udara, polusi suara dan polusi air
  - 4) Bebas banjir dan memiliki kemiringan tanah 0 – 15 %
  - 5) Mempunyai aksesibilitas yang baik
  - 6) Tidak di bawah permukaan air setempat
- b. Jarak dan waktu tempuh ke sarana lingkungan dan tempat kerja merupakan faktor penting dalam pengembangan, cara pencapaian dan waktu tempuh lokasi ke tujuan

### **3. Metode Penelitian**

Metode penelitian menggunakan metode penelitian kualitatif dan kuantitatif. Metode penelitian kualitatif, yaitu metode berpola investigasi dimana data dan pernyataan diperoleh dari interaksi langsung peneliti dengan responden melalui kuesioner dan

wawancara. Metode penelitian kuantitatif, yaitu metode penelitian dengan memperoleh data yang berbentuk angka. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen terhadap pembelian perumahan.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Data primer yang diperoleh meliputi identitas responden dan tanggapan responden terhadap pertanyaan yang diajukan dikuesioner dan wawancara terkait dengan indikator masing-masing variabel penelitian. Data sekunder yang digunakan meliputi daftar konsumen dan gambar rencana Perumahan Griya Emas dari PT. Malang Raya Properti Indo. Adapun sampel penelitian adalah pemilik rumah di perumahan Griya Tanjung Perdana yang berjumlah 38 unit rumah

### **Uji Validitas dan Reliabilitas**

Pengujian validitas menggunakan metode *Pearson Product Moment*. Kuesioner dikatakan valid apabila nilai korelasi  $\geq 0,3$ , sedangkan apabila nilai korelasi  $< 0,3$  maka kuesioner tidak valid. Validitas kuesioner juga dilihat dari nilai taraf signifikan yang kurang dari 0,10 (Bangga, 2016).

Ghozali menjelaskan bahwa uji reliabilitas menggunakan metode statistik *Cronbach Alpha* (Putra & Sugiyanto, 2014). Metode ini berfungsi mendeteksi pertanyaan yang konsisten dan tidak konsisten. Syarat metode ini adalah nilai signifikan yang digunakan sebesar 0,6. Apabila nilai *Cronbach Alpha* lebih dari 0,6 maka jawaban kuesioner *reliable*, sedangkan apabila nilai *Cronbach Alpha* kurang dari 0,6 maka jawaban kuesioner tidak *reliable*.

### **Analisis regresi linier berganda**

Analisis regresi linier berganda adalah metode statistik digunakan untuk mengetahui hubungan antara satu atau lebih variabel bebas dan terikat (Yani, 2012). Rumus analisis regresi linier berganda adalah sebagai berikut: Variabel dependen adalah penambahan nilai konstanta, koefisien regresi variabel dikali variabel independen dan nilai error.

Adapun Tahapan pengolahan data kuesioner pada penelitian adalah sebagai berikut:

1. Memasukkan data dari kuesioner ke dalam aplikasi SPSS.
2. Melakukan uji validitas untuk mengetahui valid atau tidaknya butir kuesioner.
3. Melakukan uji reliabilitas untuk mengetahui konsistensi jawaban.
4. Melakukan analisis regresi linier berganda.
5. Melakukan pengujian hipotesis penelitian.

## **4. Hasil dan Pembahasan**

### **4.1. Hasil penelitian**

Hasil dan pembahasan mencakup hasil uji validitas data kuesioner, uji reliabilitas dan analisis regresi linier berganda. Nilai besar pengaruh diketahui dari nilai analisis regresi linier berganda.

### Uji validitas dan Validitas

Semua item pertanyaan dinyatakan valid. Item pernyataan dinyatakan valid karena nilai Pearson Correlation lebih besar dari 0,3 dan taraf signifikan kurang dari 0,10 sebagaimana Tabel 1

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

No.	Faktor	Person Correlation	Sig	Ket
<b>Harga</b>				
1	Harga rumah yang ditawarkan sesuai dengan kualitas rumah	0,633	0,000	Valid
2	Harga rumah yang ditawarkan sesuai dengan kelengkapan sarana dan prasarana yang disediakan	0,584	0,001	Valid
3	Harga rumah yang ditawarkan sesuai dengan keberadaan lokasi perumahan	0,741	0,000	Valid
4	Harga rumah yang ditetapkan developer sesuai dengan tingkat pendapatan yang saya peroleh	0,648	0,001	Valid
<b>Desain Bangunan</b>				
1	Ukuran bangunan rumah sesuai dengan minat saya	0,664	0,000	Valid
2	Desain denah rumah yang ditawarkan menarik	0,469	0,012	Valid
3	Penataan ruangan yang sesuai dengan kriteria saya dalam membeli rumah	0,651	0,000	Valid
4	Rumah mendapat cukup cahaya matahari natural yang dapat masuk ke dalam rumah	0,694	0,000	Valid
5	Penataan ventilasi rumah dengan sirkulasi udara yang baik	0,692	0,000	Valid
<b>Fisik Bangunan</b>				
1	Kesesuaian struktur rumah dengan spesifikasi dari developer	0,569	0,002	Valid
2	Kualitas bangunan (material) digunakan terjamin	0,530	0,004	Valid
3	Kondisi atap yang baik	0,720	0,000	Valid
4	Adanya saluran pembuangan air hujan	0,752	0,000	Valid
5	Sanitasi rumah yang lancar	0,657	0,000	Valid
<b>Fasilitas</b>				
1	Penyediaan air bersih, listrik dan jaringan telepon yang baik	0,711	0,000	Valid
2	Adanya saluran pembuangan air limbah (drainase) dan area pembuangan sampah	0,764	0,000	Valid
3	Fasilitas umum (mushola, pos keamanan) yang disediakan sesuai dengan minat saya	0,713	0,000	Valid
4	Kondisi jalan perumahan yang baik	0,645	0,000	Valid
<b>Lokasi</b>				
1	Lokasi perumahan yang bebas dari rawan banjir, aman dan jauh dari kemacetan lalu lintas	0,489	0,008	Valid
2	Lokasi perumahan dekat dengan tempat	0,537	0,003	Valid

	bekerja			
3	Lokasi perumahan dekat dengan sarana pendidikan, seperti sekolah	0,676	0,000	Valid
4	Lokasi perumahan dekat dengan sarana umum, seperti rumah sakit, tempat ibadah dan lain-lain	0,676	0,000	Valid
5	Lokasi perumahan dekat dengan pusat perbelanjaan seperti pasar atau swalayan	0,683	0,000	Valid
6	Lokasi perumahan dekat dengan pusat kota	0,505	0,006	Valid
<b>Keputusan Pembelian</b>				
1	Saya mengambil keputusan membeli rumah di Perumahan Griya Emas karena factor harga	0,609	0,001	Valid
2	Saya mengambil keputusan membeli rumah di Griya Emas karena factor desain bangunan rumah	0,797	0,000	Valid
3	Saya mengambil keputusan membeli rumah di Perumahan Griya Emas karena faktor fisik bangunan rumah	0,568	0,002	Valid
4	Saya mengambil keputusan membeli rumah di Perumahan Griya Emas karena fasilitas yang disediakan developer	0,510	0,006	Valid
5	Saya mengambil keputusan membeli rumah di Perumahan Griya Emas karena Faktor lokasi perumahan	0,626	0,000	Valid

Semua variabel pada kuesioner dinyatakan *reliable*. Item pernyataan dinyatakan *reliable* karena nilai *Cronbach Alpha* lebih dari 0,6. Jawaban yang *reliable* dianalisis dengan analisis regresi linier berganda. Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

No.	Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
1	Harga	0,638	<i>Reliable</i>
2	Desain Bangunan	0,613	<i>Reliable</i>
3	Fisik Bangunan	0,654	<i>Reliable</i>
4	Fasilitas	0,666	<i>Reliable</i>
5	Lokasi	0,632	<i>Reliable</i>
6	Keputusan Pembelian	0,605	<i>Reliable</i>

### Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil analisis regresi berganda dapat dilihat pada Tabel 3, Tabel 4 dan Tabel 5.

Tabel 3. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	<i>Coefficients</i>	<i>Std. Error</i>	t	Sig.
(Constant	-16,719	4,671	-3,580	0,002
Harga	0,669	0,147	4,545	0,000
Desain Bangunan	0,283	0,099	2,873	0,003
Fisik Bangunan	0,402	0,154	2,616	0,003
Fasilitas	0,360	0,132	2,736	0,001
Lokasi	0,325	0,116	2,812	0,000

Tabel 4. Hasil Korelasi Faktor

No.	Variabel	<i>Correlation</i>
1	Harga	0,521
2	Desain Bangunan	0,21
3	Fisik Bangunan	0,44
4	Fasilitas	0,319
5	Lokasi	0,48

Tabel 5. Nilai R Square Variabel

No.	Variabel	<i>R square (%)</i>
1	Harga	26,88
2	Desain Bangunan	16,36
3	Fisik Bangunan	14,7
4	Fasilitas	10,14
5	Lokasi	17,52
	Total	85,6

Nilai *R square* masing-masing faktor dapat diketahui dengan mengalikan nilai *Standardizes Coefficients Beta* dan *Pearson Correlation*. Nilai *R* dari analisis regresi linier berganda pada ialah sebesar 0,856 Nilai ini menyatakan bahwa 75,6% keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel harga, desain bangunan, fisik bangunan, fasilitas dan lokasi. Sisanya sebesar 0,144 disebabkan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian.

#### 4.2. Pembahasan

##### **Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.**

Dari Tabel 3, dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi harga sebesar 0,000. Nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , sehingga disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian diterima (H2 diterima). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Maoludyo & Aprianingsih, 2015) yang menyatakan bahwa harga merupakan yang paling berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Artinya harga rumah yang tinggi sangat berpengaruh bagi keputusan pembelian masyarakat. Harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti jika harga mengalami kenaikan, maka keputusan pembelian juga akan naik.

##### **Desain bangunan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian**

Dari Tabel 3, dapat disimpulkan bahwa Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi desain bangunan sebesar 0,003. Nilai signifikansi  $0,003 < 0,05$ , sehingga disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa desain bangunan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian diterima (H1 diterima).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Widyasari dan Ffilia (2009) yang menyatakan bahwa desain bangunan berpengaruh signifikan terhadap keputusan

pembelian. Artinya bahwa semakin baik desain bangunan yang ditawarkan oleh perusahaan, maka akan semakin meningkatkan keputusan pembelian konsumen atas produk rumah yang ditawarkan.

#### **Fisik bangunan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.**

Dari Tabel 3, dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi harga sebesar 0,003. Nilai signifikansi  $0,003 < 0,05$ , sehingga disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa Fisik bangunan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian diterima (H2 diterima). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Maoludyo dan Aprianingsih (2015) yang menyatakan bahwa Fisik bangunan merupakan yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Artinya harga rumah yang tinggi sangat berpengaruh bagi keputusan pembelian masyarakat. Fisik bangunan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti jika harga mengalami kenaikan, maka keputusan pembelian juga akan naik.

#### **Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.**

Dari Tabel 3, dapat disimpulkan bahwa Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi promosi sebesar 0,001. Nilai signifikansi  $0,001 < 0,05$ , sehingga disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa fasilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian diterima (H4 diterima).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Nasution dan Yasin (2014) yang menyatakan bahwa Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Artinya promosi yang sering dilakukan akan menarik keputusan pembelian masyarakat untuk membeli rumah. Fasilitas berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti jika promosi mengalami kenaikan, maka keputusan pembelian juga akan naik.

#### **Lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.**

Dari Tabel 3, dapat disimpulkan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi lokasi sebesar 0,000. Nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , sehingga disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian diterima (H3 diterima).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Mahardini dan Woyanti (2012) yang menyatakan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Artinya lokasi rumah yang strategis mempengaruhi bagi keputusan pembelian dikarenakan jarak yang dekat dengan pusat kota. lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti jika lokasi mengalami kenaikan, maka keputusan pembelian juga akan naik.

## 5. Kesimpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor harga, desain bangunan, fisik bangunan, fasilitas dan lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian rumah. Faktor harga merupakan faktor yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Faktor lainnya yang berpengaruh secara berurutan yaitu lokasi, fisik bangunan, fasilitas dan desain bangunan.

## Ucapan Terimakasih

Peneliti mengucapkan banyak terimakasih kepada semua pihak yang membantu penyelesaian penelitian ini. Secara khusus terima kasih kepada civitas akademika Institut Teknologi Dan Bisnis Nazhatut Thullab Al-Muafa Sampang yang telah mendukung penyelesaian penelitian ini

## Referensi

- Adzania, I. A. (2015). *Pengaruh Kualitas Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pembelian Pada Produk Samsung Galaxy Young S 6310 (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta)* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA).
- Anastasia, N. (2013). Peta persepsi konsumen terhadap atribut rumah tinggal di Surabaya. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 15(2), 141-152.
- Anjani, G. T., & Mudakir, B. (2012). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Intensitas Pilihan Tinggal (Kasus di Perumahan Kelurahan Beringin Semarang). *Diponegoro Journal of Economics*, 1(1), 78-89.
- Anwar, I., & Satrio, B. (2015). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 4(12).
- Bangga, R. D. (2016). Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Brief Illness Perception Questionnaire (B-ippq) Versi Indonesia pada Pasien Diabetes Melitus di RSUD Sultan Syarif Mohamad Alkadrie Kota Pontianak. *Jurnal Mahasiswa Farmasi Fakultas Kedokteran UNTAN*, 3(1).
- Fahirah, F. (2006). Sistem Utilitas pada Konstruksi Gedung. *SMARTek*, 8(2).
- Firdaus, A., & Sutrisna, E. (2017). *Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Minat Konsumen Membeli Produk Perumahan (Kasus Pada Perumahan Surya Mandiri Teropong Pt. Efa Artha Utama)* (Doctoral dissertation, Riau University).
- Islam, M. A., & Daud, K. A. K. (2011). Factors that influence customers' buying intention on shopping online. *International Journal of marketing studies*, 3(1), 128.
- Mahardini, I., & Woyanti, N. (2012). Analisis Pengaruh Harga, Pendapatan, Lokasi, Dan Fasilitas Terhadap Permintaan Rumah Sederhana (Studi Kasus Perumahan Puri Dinar Mas Semarang). *Diponegoro Journal of Economics*, 1(1), 14-24.
- Maoludyo, F. T., & Aprianingsih, A. (2015). Factors influencing consumer buying intention for housing unit in Depok. *Journal of Business and Management*, 4(4), 484-493.

- Nasution, M. F. R., & Yasin, E. (2014). Pengaruh promosi dan harga terhadap minat beli perumahan obama PT. Nailah Adi Kurnia SEI Mencirim Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 14(2).
- Oetomo, W., & Lestari, A. D. (2012). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Rumah Sederhana (Studi Kasus: Perumahan Graha Arya Wiraraja, Perumahan Satelit Permai, Perumahan Griya Mapan, Perumahan Batu Kencana di Kabupaten. *EXTRAPOLASI*, 5(02).
- Purnami, (2019). *Panduan Membangun Rumah*, PT Kawan Pustaka : Jakarta Selatan.
- Putra, I. P., & Sugiyanto, F. X. (2014). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Rumah Tipe 60 Di Kota Semarang (Studi Kasus Perumahan Mega Residence Di Kota Semarang)* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Rahayu, E. (2018). Pengaruh lokasi, kelengkapan produk, dan pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada imam market kisaran. *Journal of science and social research*, 1(1), 7-12.
- Secapramana, L. V. H. (2000). Model dalam strategi penetapan harga. *Unitas*, 9(1), 30-43.
- Simbolon, H., & Nasution, I. N. (2017). Desain Rumah Tinggal Yang Ramah Lingkungan Untuk Iklim Tropis. *Educational Building Jurnal Pendidikan Teknik Bangunan dan Sipil*, 3(1 JUNI), 46-59.
- Widyasari, S., & Fifilia, E. T. (2009). Analisis pengaruh produk, harga, promosi dan lokasi terhadap keputusan pembelian rumah (Studi pada Perumahan Graha Estetika Semarang). *Telaah Manajemen*, 6(2), 249074.
- Yani, i. (2012). *Analisis Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Melakukan Pembelian Rumah Type 36 Dan Type 45 Pada PT. Alam Prima Riau Di Pekanbaru* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).