

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUTUSAN PEMBELIAN PERUMAHAN
KOMPLEK BUMI SEROJA PERMAI
DI KECAMATAN MEDAN
SUNGGAL**

Skripsi

Oleh :

**PATAHUL ZANNAH
NPM : 12.832.0129**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2016**

Abstrak
Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian
Perumahan Bumi Seroja Permai Di Kecamatan Medan Sunggal
UMA
MEDAN

Oleh:

Nama : Patahul Zannah

NPM : 12.832.0129

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Perumahan Bumi Seroja Permai Di Kecamatan Medan Sunggal

Jenis penelitian ini deskriptif kuantitatif, yaitu penelitian yang di lakukan dengan tujuan untuk memberikan gambaran atau deskripsi tentang suatu keadaan secara objektif yang dapat di ukur dengan angka atau numerik. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 380 orang, dengan menggunakan rumus slovin yang di jadikan responden berjumlah 79 orang.

Hasil penelitian dalam penelitian ini pada pada uji t diperoleh hasil untuk variabel promosi dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,252 > 1,661$), kemudian untuk variabel lokasi di peroleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6,417 > 1,661$), dan kemudian variabel harga di peroleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,277 > 1,661$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel promosi, lokasi dan harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Perumahan Bumi Seroja Permai di Kecamatan Medan Sunggal. Berdasarkan hasil pengujian secara simultan pada uji F di atas, maka diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, yaitu sebesar ($38,852 > 3,10$). Sehingga hasil ini menunjukkan bahwa variabel promosi, lokasi dan harga secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian perumahan Bumi Seroja Permai di Kecamatan Medan Sunggal. Nilai Adjusted R Square yang diperoleh untuk melihat besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dengan cara menghitung koefisien determinasi ($KD = R^2 \times 100\%$), sehingga diperoleh $KD = 60,8\%$. Angka tersebut menunjukkan bahwa sebesar 60,8% keputusan pembelian Perumahan Bumi Seroja Permai di Kecamatan Medan Sunggal. dapat dijelaskan oleh variabel promosi, lokasi, dan harga. Sisanya sebesar 39,2% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini

Kata Kunci : Promosi, Lokasi, Harga, dan Keputusan Pembelian.

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat, nikmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik. Adapun judul dari penelitian ini adalah **“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Perumahan Bumi Seroja Permai Di Kecamatan Medan Sunggal “**. Tujuan dari penulisan skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat untuk dapat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Medan Area.

Pada Kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada berbagai pihak baik secara moril maupun materil dalam penyelesaian skripsi ini, maka penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya:

1. Bapak Prof. Dr. H. A. Ya'kub Matondang, selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak Dr. Ihsan Effendi, SE, M,Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
3. Ibu Adelina Lubis, SE, M,Si selaku Ketua Program Fakultas Ekonomi/Manajemen Universitas Medan area.
4. Bapak Prof. Dr. H. Sya'ad Afifuddin, SE, Mec. Selaku Dosen Pembimbing I, yang telah banyak memberikan bimbingan dan masukan-masukan yang berharga dalam penyelesaian skripsi ini

5. Bapak H. Syahriandi, SE, M.Si. Selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktunya membimbing penulis dan banyak memberikan bimbingan dan masukan-masukan yang berharga dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Ibu Isnaniah Laili KS., SE, MMA Selaku Sekretaris yang telah memberikan kemudahan kepada penulis dalam hal kuliah
7. Kepada Kedua Orang Tua saya atas jerih payah, doanya dan motivasi bagi penulis dalam menyelesaikan perkuliahan ini
8. Seluruh Dosen dan Staf Pengajar, serta Pegawai/Karyawan yang selama ini telah membekali ilmu pengetahuan kepada penulis.
9. Teman-teman di Program Studi Manajemen angkatan 2012 yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini

Akhirnya, segala bantuan yang di berikan dari berbagai pihak mendapatkan balasan yang berlipat ganda dari Allah, semoga ilmu yang diperoleh dapat disumbangkan kepada agama, nusa dan bangsa. Amin

Medan, April 2016

(Patahul Zannah)

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	ix

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian.....	3
D. Manfaat Penelitian.....	4

BAB II LANDASAN TEORI

A. Uraian Teori	5
1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	5
2. Analisis Pengambilan Keputusan	7
3. Indikator keputusan pembelian	10
4. Pengertian Promosi	10
5. Tujuan Promosi	12
6. Indikator Promosi	13
7. Pengertian Lokasi.....	14
8. Indikator Lokasi	15

9. Pengertian Harga	15
10. Tujuan Penetapan Harga	16
11. Indikator Harga	18
B. Penelitian Terdahulu.....	19
C. Kerangka Konseptual	20
D. Hipotesis	20

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis, Lokasi Dan Waktu Peneliti	21
B. Populasi Dan Sampel.....	22
C. Definisi dan Operasional	23
D. Jenis Dan Sumber Data	24
E. Teknik Pengumpulan Data	24
F. Teknik Analisa Data	26
G. Uji Hipotesis.....	27
H. Uji Asumsi Klasik	28

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	29
1. Gambaran Umum.....	29
2. Visi dan Misi.....	30

3. Struktur organisasi	31
4. Profil responden	32
5. Tabulasi Responden	33
B. PEMBAHASAN	44
1. Uji Validitas dan Reliabilitas	44
2. Uji statistik	46
3. Uji Hipotesis	48
4. Pengujian asumsi klasik	50
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	
A. KESIMPULAN	55
B. SARAN.....	56
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian terdahulu.....	19
Tabel 3.1 Rincian Waktu Penelitian.....	21
Tabel 3.2 Definisi oprasional	23
Tabel 4.1 Distribusi Usia Responden.....	32
Tabel 4.2 Distribusi Jenis Kelamin Konsumen.....	33
Tabel 4.3 Promosi Penjualan Yang Dilakukan Perusahaan Membuat Saudara Tertarik Membeli Perumahan	33
Tabel 4.4 Iklan Yang Ditampilkan Di Papan Reklame Sesuai Dengan Keadaan Perumahan	34
Tabel 4.5 Informasi Dan Penjelasan Yang Diberikan Menarik, Jelas Dan Sesuai Dengan Kenyataan Sehingga Saya Tertarik Membeli Perumahan	35
Tabel 4.6 Lokasi Perumahan Di Kecamatan Medan Sunggal Mudah Di Jangkau Sarana Transfortasi Umum.....	36
Tabel 4.7 Lalu Lintas Perumahan Mudah Di Lalui Dan Tidak Macat...	37
Tabel 4.8 Kemanan Perumahan Terjamin, Perumahan Memiliki Satpam Yang Berpatroli.....	37
Tabel 4.9 Pengembang Perumahan Memberikan Diskon/Potongan Harga Dalam Membeli Rumah	38
Tabel 4.10 Pengembang Perumahan Memberikan Harga Yang Terjangkau	39
Tabel 4.11 Pengembang Perumahan Memberikan Syarat Pembayaran	

Kredit Maupun Langsung	40
Tabel 4.12 Konsumen Mencari Informasi Perumahan	
Sebelum Membeli Perumahan	41
Tabel 4.13 Konsumen Mengevaluasi Terhadap Perumahan	
Sejenis Sebelum Membeli Perumahan.....	42
Tabel 4.14 Setelah Membeli Perumahan Saudara Merekomendasikan	
Kepada Orang Lain	43
Tabel 4.15 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi (X_1).....	44
Tabel 4.16 Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi (X_2)	44
Tabel 4.17 Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X_3)	45
Tabel 4.18 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	45
Tabel 4.19 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X_1 , X_2 dan Y	46
Tabel 4.23 Koefisien Korelasi dan R-Square.....	51
Tabel 4.24 Hasil Uji Multikolinearitas.....	53

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	20
Gambar 4.1 Struktur Organisasi	31
Gambar 4.2. Grafik histogram	51
Gambar 4.3. Kurva pp-plots	52
Gambar 4.4 Hasil uji heteroskedastisitas.....	54



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kebutuhan pokok manusia terdiri atas tiga hal sandang, pangan, dan papan untuk itu setiap orang akan selalu berusaha memenuhi kebutuhan pokok ini. Salah satu kebutuhan manusia yang mendasar adalah masalah perumahan. Karena setiap manusia membutuhkan rumah untuk tempat berlindung dan sebagai tempat berkumpul tetapi dengan perekonomian masyarakat yang sangat terbatas masyarakat membutuhkan perumahan yang layak dan memenuhi standar perekonomian masyarakat.

Maka tidak mengherankan jika akhir-akhir ini bisnis di bidang perumahan semakin marak, Salah satunya adalah perumahan Bumi Seroja Permai di kecamatan medan sunggal, Tetapi banyaknya pesaing pengembang perumahan yang sejenis membuat pengembang perumahan haruslah memperhatikan faktor apa saja yang mempengaruhi konsumen dalam menentukan konsumen dalam membeli rumah. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di antaranya adalah promosi, lokasi, dan harga.

Setelah peneliti melakukan observasi dan wawancara terhadap para konsumen yang membeli dan menempati perumahan Bumi Seroja Permai di Kecamatan Medan Sunggal, maka fenomena masalah pada faktor promosi dapat di nilai dari seberapa besar pengaruh promosi untuk mempengaruhi konsumen dalam membeli perumahan, baik itu kelebihan perumahan yang di

tawarkan maupun kejelasan informasi yang di berikan. Namun dalam hal ini kebijakan promosi yang di berikan oleh pihak pengelola perumahan tidak sesuai dengan yang di informasikan sebelumnya, seperti pada kenyamanan dan fasilitas pendukung kebersihan yang di janjikan tidak sesuai dengan kenyataan. Hal ini dapat di nilai dari ketersediaan fasilitas kebersihan yang ada seperti (tempat sampah yang terbatas)tidak mampu menampung kapasitas sampah dari setiap rumah yang ada. Hal ini yang menyebabkan lingkungan tempat tinggal kurang bersih dan tidak nyaman.

Adapun fenomena masalah pada faktor lokasi di ketahui dari lokasi perumahan tersebut, dalam hal ini lokasi perumahan Bumi Seroja Permai Kecamatan Medan Sunggal haruslah berada pada lokasi yang strategis, namun dalam hal ini para konsumen yang membeli perumahan sering merasa di sulitkan dengan sulitnya sarana transportasi umum, serta tata letak bangunan perumahan tidak tersusun dengan rapi baik pada bangunan maupun taman hijau yang tidak sesuai. Keamanan dalam perumahan juga tidak terjamin dengan baik, karna sistem keamanan yang ada tidak mampu menjaga memaksimalkan keamanan untuk menjaga lingkungan perumahan tersebut.

Dan fenomena masalah pada harga dapat di ukur dari ketidak sesuaian faktor promosi serta lokasi yang ada harus di bayar dengan harga yang mahal, serta pihak pengelola perumahan tidak memberikan potongan harga khusus bagi konsumen yang membeli perumahan tersebut, harga yang bersaing yang di tawarkan hanya sebatas harga normal perumahan pada umumnya. Namun harga yang di tawarkan tidak sesuai dengan fasilitas yang di janjikan.

Berdasarkan Latar Belakang diatas,penulis tertarik mengadakan penelitian dan membahas tentang keputusan konsumen dalam pembelian perumahan. Oleh karna itu, penulis mengangkat judul **“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Perumahan Bumi Seroja Permai Di Kecamatan Medan Sunggal”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah diatas, maka dapat dirumuskan masalah

1. Apakah faktor promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian Perumahan Bumi Seroja Permai di Kecamatan Medan Sunggal.
2. Apakah faktor lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian Perumahan Bumi Seroja Permai di Kecamatan Medan Sunggal.
3. Apakah faktor harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian Perumahan Bumi Seroja Permai di Kecamatan Medan Sunggal.
4. Apakah faktor promosi, lokasi, dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian Perumahan Bumi Seroja Permai di Kecamatan Medan Sunggal.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah faktor promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian Perumahan Bumi Seroja Permai di Kecamatan Medan Sunggal.

2. Untuk mengetahui apakah faktor lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian Perumahan Bumi Seroja Permai di Kecamatan Medan Sunggal.
3. Untuk mengetahui apakah faktor harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian perumahan Bumi Seroja Permaid di Kecamatan Medan Sunggal
4. Untuk mengetahui apakah promosi, lokasi, dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian Perumahan Bumi Seroja Permai di Kecamatan Medan Sunggal.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, maka manfaat yang diharapkan dari pelaksanaan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi penulis untuk menambah wawasan pengetahuan dan khususnya mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada perumahan Bumi Seroja Permai
2. Bagi perusahaan, penelitian ini dapat dijadikan bahan masukan yang dapat dijadikan untuk memperbaiki dan meningkatkan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada perumahan Bumi Seroja Permai
3. Bagi pihak lain diharapkan dapat digunakan sebagai referensi bagi peneliti-peneliti selanjutnya di masa mendatang.

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis, Lokasi, dan Waktu Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang di gunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif, yaitu penelitian yang di lakukan dengan tujuan untuk memberikan gambaran atau deskripsi tentang suatu keadaan secara objektif yang dapat di ukur dengan angka atau numerik Ginting&Situmorang (2008).

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada perumahan Bumi Seroja PermaiJalan Gagak Hitam Di Kecamatan Medan Sunggal.

3. Waktu Penelitian

Adapun waktu penelitian ini dimulai dari bulan November 2015 sampai dengan juni 2016. Untuk lebih jelasnya berikut ini disajikan tabel waktu penelitian

**Tabel 3.1
Rincian Waktu Penelitian**

No	Kegiatan	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun
1.	Pembuatan dan seminar proposal								
2.	Pengumpulan Data								
3.	Analisa Data								
4.	Penyusunan Skripsi								
5.	Seminar hasil								
6.	Pengajuan Sidang Meja Hijau								

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut (Umar 2003), Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : obyek/ subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang, Dalam penelitian ini yang menjadi populasi penelitian adalah pembeli perumahan Bumi Seroja Permai di kecamatan medan tunggal yang berjumlah 380 unit

2.Sampel

Sugiyono (2009) „Sampel adalah bagian dari karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti ini tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu“¹. Dari jumlah populasi pembeli perumahan sebanyak 380 unit maka digunakan rumus slovin dalam menentukan jumlah unit sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + (N(e)^2)}$$

Dimana : n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = taraf kesalahan (standart error 10%)

Maka jumlah sampel yang diperoleh adalah :

$$n = \frac{380}{1 + (380(0,1)^2)}$$

$$= 79 \text{ orang}$$

Jumlah sampel yang digunakan sebesar 79 sampel dari seluruh populasi. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik *random sampling* menurut Sugiyono (2009) adalah teknik pengambilan sampel yang dilakukan secara acak. Sehingga data yang diperoleh lebih representatif dengan melakukan proses penelitian yang kompeten dibidangnya. Pelaksanaan *random sampling* dalam penelitian ini diberikan kepada pembeli perumahan Bumi Seroja Permaidi kompleks perumahan seroja di kecamatan medan sunggal

C. Definisi Operasional

Tabel 3.2
Definisi oprasional

Variabel	Definisi	Indikator	Skala Ukur
Promosi (X1)	promoi pada hakikatnya adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang bertujuan mendorong permintaan, yang dimaksud komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi,	<ul style="list-style-type: none"> a. Periklanan (<i>Advertising</i>) b. Penjualan Personal (<i>Personal Selling</i>) c. Promosi penjualan (<i>Sales Promotion</i>) 	Likert
Lokasi (X2)	Keputusan yang dibuat perusahaan berkaitan dengan dimana operasi dan stafnya akan ditempatkan	<ul style="list-style-type: none"> a. Lokasi yang dilalui mudah di jangkau sarana transfortasi umum. b. Lalu lintas yang mudah di lalui c. Kemanan yang terjamin. 	Likert

Harga (X ₂)	Apa yang dibayar seseorang untuk apa yang diperolehnya dan nilainya dinyatakan dalam mata uang	a. Diskon/potongan harga b. Harga yang terjangkau c. Syarat pembayaran	Likert
Keputusan Pembelian (Y)	Proses pengintegrasian yang mengkombinasi sikap pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif, dan memilih salah satu diantaranya	a. Mencari informasi b. Mengevaluasi terhadap produk c. Merekomendasikan kepada orang lain	Likert

Sumber : Swasta dan Irawan (2005:349) Rambat Lupiyoadi (2001)Tjiptono (2006:179), Nugroho (2003:38)

D. Jenis dan Sumber Data

Jenis data penelitian ini adalah data primer dan sekunder.

1. Data primer merupakan data yang diperoleh dari seluruh responden pada lokasi penelitian melalui pengamatan, wawancara, dan pengisian kuisioner.
2. Data sekunder merupakan data penelitian yang antara lain, bukti-bukti promosi dengan brosur, koran, majalah, maupun dari mulut ke mulut

E. Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Pengamatan (*Obsevasition*), yaitu dengan mengadakan pengamatan langsung pada objek penelitian.
2. Angket (*Questionnaire*), yaitu pengumpulan data dengan menggunakan daftar pertanyaan/angket yang sudah dipersiapkan sebelumnya dan

dibeikan kepada para responden. Dimana reponden memilih salah satu jawaban yang telah disediakan dalam daftar pertanyaan.

3. *Study* Dokumentasi, yaitu pengumpulan data berupa gambaran yang berhubungan dengan data diperusahaan, seperti sejarah perusahaan dan struktur organisasi.

Pengukuran data dalam penelitian ini adalah skala likert. Menurut Sugiyono (2006 : 86) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang fenomenal sosial. Untuk keperluan analisa kuantitatif penelitian ini maka memberikan 5 (lima) lternatif jawaban kepada responden untuk masing-masing variabel dengan menggunakan skala 1 sampai 5, yang terdapat pada tabel berikut :

Tabel 3.3
Instrumen Skala Likert

No	Item Instrumen	Skor
1.	Sangat Setuju	5
2.	Setuju	4
3.	Ragu-ragu	3
4.	Tidak Setuju	2
5.	Sangat Tidak Setuju	1

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji yang dilakukan untuk mengetahui layak atau tidaknya alat ukur yang digunakan. Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS Versi 20, dengan kreteria sebagai berikut :

Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka pertanyaan dinyatakan valid

Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka pertanyaan dinyatakan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji yang digunakan untuk mengetahui konsistensi dan kestabilan suatu alat ukur, apakah alat ukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsistensi jika pengukuran tersebut diulang. Pengujian dilakukan dengan menggunakan program SPSS Versi 20. Butir pertanyaan yang sudah dinyatakan valid dalam uji reliabilitasnya dengan kriteria sebagai berikut:

Jika r_{α} positif atau lebih besar dari r_{tabel} maka pertanyaan reliable

Jika r_{α} negative atau lebih kecil dari r_{tabel} maka pertanyaan tidak reliable

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah analisis yang digunakan untuk menyajikan data dalam bentuk angka, maka digunakan analisis kuantitatif dengan menggunakan model regresi linear berganda. Berdasarkan uraian yang telah digunakan pada jenis variabel yang digunakan yaitu variabel dependen dan variabel independen maka analisis yang digunakan oleh penulis adalah jenis analisis Regresi Linear Berganda, dengan model regresi dinyatakan dalam persamaan :

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

Dimana :

Y = Variabel Terikat (Keputusan Pembelian)

X_1 = Variabel Bebas (Promosi)

X_2 = Variabel Bebas (Lokasi)

X_3 = Variabel Bebas (Harga)

a = Konstanta

$b_{1,2}$ = Koefisien Regresi

G. Uji Hipotesis

1. Uji Parsial (Uji t)

Uji t statistik dimaksudkan untuk menguji pengaruh secara parsial antara variabel bebas terhadap variabel terikat dengan asumsi bahwa variabel lain dianggap konstan, dengan tingkat keyakinan 95% ($\alpha = 0,5\%$). Kriteria pengujian :

$$t_{hitung} > t_{tabel} = H_0 \text{ ditolak}$$

$$t_{hitung} \leq t_{tabel} = H_0 \text{ diterima}$$

2. Uji Simultan (Uji F)

Untuk mengetahui apakah variabel bebas secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikat dengan tingkat keyakinan 95%, kriteria pengujian :

$$F_{hitung} > F_{tabel} = H_0 \text{ ditolak}$$

$$F_{hitung} \leq F_{tabel} = H_0 \text{ diterima}$$

3. Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (promosi, lokasi dan harga) terhadap variabel terikat (keputusan pembelian) ditentukan dengan koefisien determinasi $D = r^2 \times 100\%$.

H. Uji Asumsi Klasik

Syarat asumsi klasik yang harus dipenuhi model regresi berganda sebelum data tersebut dianalisis adalah sebagai berikut :

1. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal, yakni distribusi data dengan bentuk lonceng dan distribusi data tersebut tidak menceng ke kiri atau menceng ke kanan. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan pendekatan kurva PP-Plots, untuk memastikan apakah data di sepanjang garis diagonal normal maka dilakukan uji kolmogorov smirnov.

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah sebuah grup mempunyai varians yang sama di antara anggota grup tersebut. Artinya, jika varians variabel *independent* adalah konstan (sama) untuk setiap nilai tertentu variabel independen disebut homoskedastisitas.

3. Uji Multikolinearitas

Multikolinieritas berarti adanya hubungan linier yang sempurna atau pasti di antara beberapa atau semua variabel yang menjelaskan dari model regresi. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas dapat dilakukan dengan melihat toleransi variabel dan *Variance Inflation Factor* (VIF) dengan membandingkan sebagai berikut :

$VIF < 5$ maka tidak terdapat multikolinearitas

Tolerance $> 0,1$ maka tidak terdapat multikolinieritas

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil uji t pada variabel promosi, maka di peroleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,287 > 1,661$) signifikan $0,000 < 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa variabel promosi mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Perumahan Bumi Seroja Permai di Kecamatan Medan Sunggal, maka hipotesis pertama di terima.
2. Berdasarkan hasil uji t variabel lokasi diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,735 > 1,661$) signifikan $0,000 < 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa variabel lokasi mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Perumahan Bumi Seroja Permai di Kecamatan Medan Sunggal, maka hipotesis kedua di terima.
3. Berdasarkan hasil uji t variabel harga diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,254 > 1,661$) signifikan $0,000 < 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa variabel harga mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Perumahan Bumi Seroja Permai di Kecamatan Medan Sunggal, maka hipotesis ketiga di terima.
4. Berdasarkan uji F diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu sebesar ($57,421 > 3,10$) signifikan $0,000 < 0,005$. dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_a diterima dan dapat disimpulkan bahwa variabel harga, lokasi dan harga secara bersama-sama berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Perumahan Bumi Seroja Permai di Kecamatan Medan Sunggal, maka hipotesis keempat di terima.

B. Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan di atas, maka saran penulis pada penelitian ini sebagai berikut :

1. Pihak pengembang Perumahan Bumi Seroja Permai di Kecamatan Medan Sunggal haruslah menerapkan strategi promosi sesuai dengan kebutuhan penyampai informasi kelebihan perumahan yang di tawarkan, karena peranan promosi mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Perumahan Bumi Seroja Permai di Kecamatan Medan Sunggal.
2. Faktor lokasi perumahan sangatlah menjadi perhatian khusus bagi konsumen, berdaarkan hal ini maka pihak pengembang perumahan haruslah menjaga dengan baik keamanan, kenyamanan serta memberikan tatletak bangunan yang baik agar keputusan pembelian konsumen pada Perumahan Bumi Seroja Permai di Kecamatan Medan Sunggal akan meningkat.
3. Pihak pengembang perumahan Bumi Seroja Permai di Kecamatan Medan Sunggal juga harus memberikan harga tepat dan bersaing dengan penawaran perumahan lain, karna kebijakan harga inilah yang menjadi tolak ukur konsumen untuk memilih dan membeli Perumahan Bumi Seroja Permai di Kecamatan Medan Sunggal..
4. Pihak perusahaan hendaklah menerapkan kebijakan promosi, lokasidan harga secara bersama-samaagar keputusan pembelian Perumahan Bumi Seroja Permai di Kecamatan Medan Sunggal lebih meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- Basu Swastha dan Irawan, 2005, **Asas-asas Marketing**, Liberty, Yogyakarta.
- Buchari Alma. 2007, **Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa**. Bandung: CV. Alfabeta.
- Drummond, Helga. 2003. **The Darker Side of Innovation**. Journal of Information Technology, Volume 18, Number 2.
- Fandy, Tjiptono. 2006. **Manajemen Jasa**. Edisi Kedua. Yogyakarta : Andi Offset.
- Harles W. Lamb, Joseph F. Hair, Carl Mcdaniel. 2001. **Pemasaran**. Edisi Pertama, Salemba Empat, Jakarta.
- Hermann et al. 2007. **“The Influence of Price Fairness on Customer Satisfaction: An Empirical Test in The Context of Automobile Purchases”**. Journal of Product & Brand Management. Vol.16, No.1, pp 49-58.
- Husein Umar, 2003, **Metodologi Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis**, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka.
- Ika Rahayu, 2007, **Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen Melakukan Pembelian Rumah Pada Crown Property Agency Medan**. Universitas sumatra utara.
- J. Setiadi, Nugroho, 2003, **”Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran”**. Jakarta: Kencana
- Kris R. N. Sianturi ,2006, **Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Rumah Pada Perumahan Citra Wisata Medan**. Universitas sumatra utara.
- Lupiyoadi, Hamdani. 2006. **Manajemen Pemasaran Jasa**, Edisi Kedua. Jakarta : Penerbit Salemba Empat.
- Lupiyoadi, Rambat, 2001, **Manajemen Pemasaran Jasa**, Salemba Empat, Jakarta.
- Philip Kotler, 2005, **Manajemen Pemasaran**, Jilid I dan II, PT. Indeks, Jakarta

Rully Priyamitra, 21012. **Pengaruh Motivasi Konsumen, Persepsi Kualitas Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Toyota Avanza Di Semarang.** Universitas Diponegoro. Jurnal Ekonomi.

Situmorang, Syafrizal Helmi & Paham Ginting, 2008, **Filsafat Ilmu dan Metode Riset, Medan:** USU Press.

Sugiyono. 2009. **Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif.** CV. Alfabeta: Bandung

Wibowo, F., dan Karimah, 2012, **Pengaruh Iklan Televisi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Sabun Lux,** Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia, **3** (1), 1-15.



LAMPIRAN I

KUESIONER

Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Perumahan Komplek Bumi Seroja Permai Di Kecamatan Medan Sunggal

Dengan hormat,

Saya patahul zannah mahasiswa fakultas ekonomi jurusan manajemen universitas medan area dalam rangka menyelesaikan program s1 manajemen universitas medan area melakukan penelitian mengenai “analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian perumahan komplek bumi seroja permai di kecamatan medan sunggal”. Maka saya mohon kesediaan dari Bapak/Ibu untuk mengisi kuesioner penelitian ini.

Penelitian ini diharapkan memberikan hasil yang bermanfaat, oleh karena itu dimohon kesediaan Bapak/Ibu untuk mengisi atau menjawab kuesioner ini dengan sejujur-jujurnya dan sebenar-benarnya. Jawaban yang anda berikan akan dijamin kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian ilmiah.

Atas kerjasama yang baik dan kesungguhan Bapak/Ibu dalam mengisi kuesioner, saya ucapkan terima kasih.

A. Petunjuk pengisian angket:

1. Berikanlah jawaban singkat pada bagian pertanyaan identitas responden

yang membutuhkan jawaban tertulis saudara/i

2. Berikanlah tanda checklist (✓) pada kolom yang saudara/i anggap Setuju dengan jawaban pada saudara/i. Adapun makna tanda tersebut adalah.

- a. SS : Sangat setuju : skor 5
- b. S : setuju : skor 4
- c. KS : kurang setuju : skor 3
- d. TS : Tidak setuju : skor 2
- e. STS : sangat tidak setuju : skor 1

B. Identitas Responden

Nama :
 Jenis kelamin :
 Umur :

Promosi (X1)

No	Pernyataan	Ops				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Promosi penjualan yang dilakukan perusahaan membuat saudara tertarik membeli perumahan					
2.	Iklan yang ditampilkan di papan reklame sesuai dengan keadaan perumahan					
3.	Informasi dan penjelasan yang diberikan menarik, jelas dan sesuai dengan kenyataan sehingga saya Tertarik membeli perumahan					

Lokasi (X1)

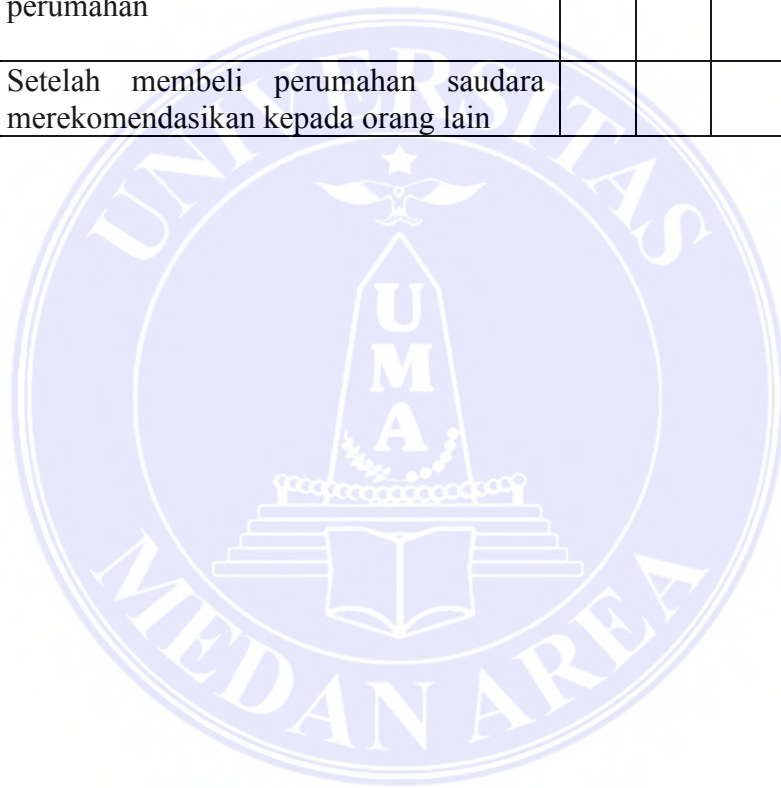
No	Pernyataan	Ops				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Lokasi perumahan di kecamatan medan tunggal mudah di jangkau sarana transfortasi umum.					
2.	Lalu lintas perumahan mudah di lalui dan tidak macat					
3.	Kemanan perumahan terjamin, perumahan memiliki satpam yang berpatroli					

Harga (X1)

No	Pernyataan	Ops				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Pengembang perumahan memberikan Diskon/potongan harga dalam membeli rumah					
2.	Pengembang perumahan memberikan harga yang terjangkau					
3.	Pengembang perumahan memberikan syarat pembayaran kredit maupun langsung					

Keputusan Pembelian (Y)

No	Pernyataan	Ops				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Konsumen Mencari informasi perumahan sebelum membeli perumahan					
2.	Konsumen mengevaluasi terhadap perumahan sejenis sebelum membeli perumahan					
3.	Setelah membeli perumahan saudara merekomendasikan kepada orang lain					



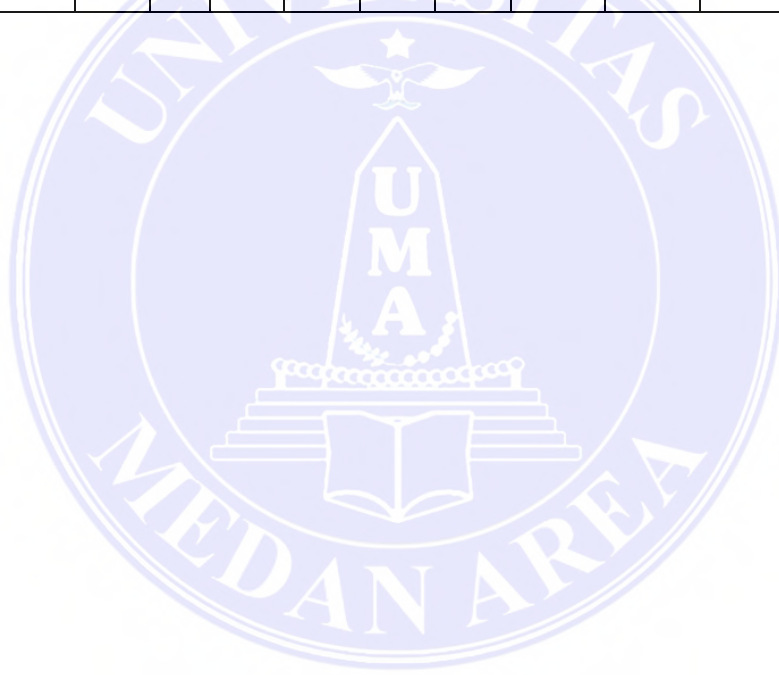
LAMPIRAN II
TABULASI DATA RESPONDEN

PROMOSI (X1)			LOKASI (X2)			HARGA (X3)			KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)		
q1	q2	q3	q4	q5	q6	q7	q8	q9	q10	q11	q12
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5
4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4
4	5	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3
4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5
5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4
4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4
4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3
3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5
3	5	4	4	3	3	5	4	4	4	3	3
4	4	3	4	5	5	4	3	4	3	5	5
4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5
3	4	4	5	3	4	3	4	3	4	3	4
4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5
3	4	5	3	4	5	5	5	5	5	4	5
5	5	4	4	3	5	5	4	4	4	3	5
4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5
5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4
4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
3	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3
3	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5
3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4

3	3	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3
5	5	5	5	4	5	5	5	3	5	4	5
4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4
4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5
5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5
4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5
5	5	5	5	3	4	5	5	3	5	3	4
5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4
4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5
4	4	5	4	4	3	5	5	5	5	4	3
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	2	5	3	3	2	2	3	2	3	3
4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4
4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4
4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4
4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3
4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4
4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4
5	3	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4
4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
5	3	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4
5	3	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4
3	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	5
4	5	3	5	5	4	4	3	5	3	5	4
4	5	5	5	3	4	4	5	4	5	3	4
5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4
4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4
4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3
3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5
3	5	4	4	3	3	5	5	4	4	3	3
4	4	3	4	5	5	4	4	4	3	5	5
4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5
3	4	4	5	3	4	4	4	4	4	3	4
4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5
3	4	5	3	4	5	4	5	5	5	4	5
5	5	4	4	3	5	3	4	4	4	3	5
4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5
5	5	4	5	5	4	3	4	4	4	5	4
4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5
3	5	5	4	5	5	4	3	5	5	5	5
3	4	3	4	4	3	4	5	4	3	4	3
3	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5
3	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4
4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4
3	3	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5
4	5	4	4	3	4	5	5	4	4	4	3
4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5

5	5	4	4	3	3	4	4	4	4	5	4
4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4
4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3
3	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4
5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5
3	5	4	5	4	5	3	4	4	4	3	3
4	4	3	5	3	4	4	4	4	3	5	5
5	5	5	4	5	5	3	4	4	5	4	5
3	5	4	5	4	5	4	4	4	4	3	3
4	4	3	5	3	4	4	3	5	3	5	5



LAMPIRAN 3
HASIL UJI SPSS

Frequency Table

promosi

q1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2,00	1	1,3	1,3	1,3
3,00	11	13,9	13,9	15,2
4,00	29	36,7	36,7	51,9
5,00	38	48,1	48,1	100,0
Total	79	100,0	100,0	

q2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3,00	18	22,8	22,8	22,8
4,00	25	31,6	31,6	54,4
5,00	36	45,6	45,6	100,0
Total	79	100,0	100,0	

q3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2,00	4	5,1	5,1	5,1
3,00	14	17,7	17,7	22,8
4,00	32	40,5	40,5	63,3
5,00	29	36,7	36,7	100,0

Total	79	100,0	100,0
-------	----	-------	-------

lokasi

q4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2,00	1	1,3	1,3	1,3
3,00	15	19,0	19,0	20,3
Valid 4,00	35	44,3	44,3	64,6
5,00	28	35,4	35,4	100,0
Total	79	100,0	100,0	

q5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
3,00	8	10,1	10,1	10,1
Valid 4,00	47	59,5	59,5	69,6
5,00	24	30,4	30,4	100,0
Total	79	100,0	100,0	

q6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2,00	4	5,1	5,1	5,1
3,00	10	12,7	12,7	17,7
Valid 4,00	43	54,4	54,4	72,2
5,00	22	27,8	27,8	100,0
Total	79	100,0	100,0	

harga

q7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
--	-----------	---------	---------------	--------------------

	3,00	10	12,7	12,7	12,7
Valid	4,00	40	50,6	50,6	63,3
	5,00	29	36,7	36,7	100,0
	Total	79	100,0	100,0	

q8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	3,00	12	15,2	15,2
Valid	4,00	43	54,4	69,6
	5,00	24	30,4	100,0
	Total	79	100,0	100,0

q9

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	2,00	3	3,8	3,8
	3,00	7	8,9	12,7
Valid	4,00	44	55,7	68,4
	5,00	25	31,6	100,0
	Total	79	100,0	100,0

Keputusan pembelian

q10

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	3,00	9	11,4	11,4
Valid	4,00	41	51,9	63,3
	5,00	29	36,7	100,0
	Total	79	100,0	100,0

q11

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3,00	7	8,9	8,9	8,9
Valid 4,00	46	58,2	58,2	67,1
Valid 5,00	26	32,9	32,9	100,0
Total	79	100,0	100,0	

q12

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3,00	2	2,5	2,5	2,5
Valid 4,00	46	58,2	58,2	60,8
Valid 5,00	31	39,2	39,2	100,0
Total	79	100,0	100,0	

promosi

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,920	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
q1	8,5333	,695	,911	,822
q2	8,6000	,829	,796	,920
q3	8,4667	,695	,819	,904

lokasi

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,944	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
q4	8,0000	1,000	,935	,876
q5	8,0667	1,210	,861	,945
q6	7,9333	,924	,885	,928

harga

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,841	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
q7	8,6000	1,400	,738	,748
q8	8,3333	1,381	,662	,828
q9	8,2667	1,495	,726	,764

Keputusan pembelian

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,893	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
q10	8,4000	1,543	,821	,827
q11	8,0667	1,781	,816	,824
q12	8,2000	2,029	,752	,883

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	,780 ^a	,608	,593	,94058	,608	38,852	3	75	,000	2,026

a. Predictors: (Constant), harga, lokasi, promosi

b. Dependent Variable: keputusanpemelian

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	103,117	3	34,372	38,852	,000 ^b
	Residual	66,352	75	,885		
	Total	169,468	78			

a. Dependent Variable: keputusanpemelian

b. Predictors: (Constant), harga, lokasi, promosi

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
(Constant)	2,103	1,086		1,937	,057					
1 Promosi	,263	,062	,339	4,252	,000	,580	,441	,307	,822	1,217
Lokasi	,439	,068	,510	6,417	,000	,682	,595	,464	,827	1,209
Harga	,160	,070	,172	2,277	,002	,373	,254	,165	,918	1,090

a. Dependent Variable: keputusanpemelian

