

Pengaruh Harga, Lokasi dan Pendapatan terhadap Keputusan Pembelian Rumah Sederhana

Vivi Devianti¹, I Ketut Surabagiarta², Suharyanto³

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya ^{1,2,3}

Email : vividevianti98@gmail.com¹, suhariyanto@unipasby.ac.id³

Koresponden : i.ketut.surabagiarta51@gmail.com²

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of Price, Location, and Income on Simple Home Purchase Decisions in Permata Alam Residence Housing. The population in this study was 100 respondents. To determine the number of samples to be taken in this study by using simple random side, with an error rate of 5% then obtained a sample size (n) as many as 80 respondents.

The research instrument used in this study is the kuestioner. The data analysis used is Multiple Linear Regression Analysis while the hypothesis testing uses Test t and Test F. The results obtained in this study show that Price, Location, and Revenue have a positive and significant effect on Purchasing Decisions. Based on the results of hypothesis testing using the t test showed Price has a t-count value of 2.816 with a significance level of 0.006, Location has a t-count value of 3.348 with a significance level of 0.001, Income has a t-count value of 2.154 with a significance level of 0.83. While the F test obtained a result of 26,969 with a sign value of 0.000.

Keywords: Price, Location, Revenue, Purchase Decision

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisa pengaruh Harga, Lokasi, dan Pendapatan terhadap Keputusan Pembelian Rumah Sederhana di Perumahan Permata Alam Residence. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 100 Responden. Untuk menentukan jumlah sampel yang akan diambil pada penelitian ini dengan cara menggunakan simple random sampling, dengan tingkat kesalahan 5% maka diperoleh ukuran sampel (n) sebanyak 80 responden.

Instrument penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuestioner. Analisis data yang digunakan adalah Analisis Regresi Linier Berganda sedangkan pengujian hipotesisnya menggunakan Uji t dan Uji F. Hasil yang didapat pada penelitian ini menunjukkan bahwa Harga, Lokasi, dan Pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t menunjukkan Harga memiliki nilai t-hitung sebesar 2,816 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,006, Lokasi memiliki nilai t-hitung sebesar 3,348 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,001, Pendapatan memiliki nilai t-hitung sebesar 2,154 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,83. Sedangkan uji F diperoleh hasil 26,969 dengan nilai sign 0,000.

Kata Kunci: Harga, Lokasi, Pendapatan, Keputusan Pembelian

PENDAHULUAN

Persoalan perumahan dan permukiman di Indonesia sesungguhnya tidak terlepas dari dinamika yang berkembang dalam kehidupan masyarakat maupun kebijakan pemerintah yang ada. Permintaan rumah dipengaruhi oleh faktor-faktor diantaranya adalah lokasi, pertumbuhan penduduk, pendapatan, kemudahan pendanaan, fasilitas, dan sarana umum. Selain itu juga dipengaruhi harga pasar, selera konsumen serta peraturan perundang-undangan. Seiring dengan gaya hidup atau lifestyle masyarakat modern yang dinamis lebih cenderung membutuhkan rumah dengan berbagai fasilitas seperti tempat ibadah, keamanan, akses lokasi yang mudah dan lokasi yang strategis.

PT. Jaya Safira Propertindo berdiri pada tahun 2017 yang bergerak dibidang Jasa Transportasi dan Property. PT. Jaya Safira Propertindo berlokasi di Ruko Griya Permata Gedung III Blok N1/11 Kec. Gedangan Kab. Sidoarjo. Proyek pertama PT. Jaya Safira Propertindo semenjak berdiri yaitu Pembangunan Perumahan Permata Alam Residence di Gedangan, Sidoarjo. Pada dasarnya harga rumah per unit yang ditawarkan relatif terjangkau bagi masyarakat golongan bawah daripada harga rumah untuk kategori sederhana yang ditawarkan oleh pengembang lainnya, serta lokasi perumahan yang nyaman dan tenang, sehingga dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat golongan bawah terhadap perumahan Permata Alam Residence ini. Rumah sederhana yang dimaksud adalah rumah tipe 36/91, yaitu rumah dengan luas bangunan mencapai 36 m² dan luas tanah 91 m². Namun, seiring dengan waktu yang berjalan, harga rumah selalu mengalami perubahan karena naiknya harga tanah akibat semakin berkurangnya penggunaan lahan.

Usaha pemerintah melalui pihak pengembang (*developer*) dalam memenuhi kebutuhan perumahan bagi masyarakat perkotaan dengan keadaan ekonomi menengah kebawah terhadap perumahan adalah dikembangkannya program rumah sederhana.

Menurut Sofjan Assauri (2012) Harga merupakan beban atau nilai bagi konsumen, yang didapatkan dengan memperoleh dan menggunakan suatu produk, termasuk biaya keuangan dari konsumsi, disamping biaya sosial yang bukan keuangan, seperti dalam bentuk waktu, upaya, psikis, risiko, dan prestise atau gengsi social.

Menurut Machfoedz (2005) "Tujuan penetapan harga meliputi (1.) Orientasi laba: mencapai target baru, dan meningkatkan laba; (2.) Orientasi penjualan: meningkatkan volume penjualan, dan mempertahankan atau mengembangkan pangsa pasar dari perusahaan.

Menurut Dengah et al, 2013 lokasi adalah Jarak menuju tempat kerja, tempat hiburan, dan fasilitas umum sebagai motif efisiensi waktu dan biaya transportasi merupakan faktor ekonomi yang menjadi pertimbangan konsumen di dalam memilih lokasi rumah yang dimaksud.

Dalam analisis mikro ekonomi, istilah pendapatan khususnya dipakai berkenaan dengan aliran penghasilan dalam suatu periode waktu yang berasal dari penyediaan faktor-faktor produksi sumber daya alam, tenaga kerja dan modal yang masing-masing dalam bentuk sewa, upah dan laba secara berurutan.

Pendapatan masyarakat merupakan cermin atau gambaran utama dari daya beli masyarakat, sehingga akan mempengaruhi permintaan barang dari segi kuantitaas maupun kualitas. Masyarakat yang memiliki pendapatan setiap bulannya yang tinggi akan berbeda jenis dan jumlah barang yang dibeli atau diminta karena pendapatan sangat mendukung barang-barang yang diinginkan sesuai dengan daya belinya.

Pada tingkat pendapatan masyarakat yang tinggi, permintaan barang dan jasa akan mengalami peningkatan. Transaksi akan berjalan dengan lancar, distribusi ekonomi lancar karena masyarakat mengalami kecukupan untuk membeli barang sesuai permintaannya. Sebaliknya pada tingkat pendapatan masyarakat yang rendah, permintaan barang dan jasa akan mengalami penurunan.

Menurut Alma (2011), keputusan pembelian adalah suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, physical evidence, people dan process, sehingga membentuk suatu sikap pada konsumen untuk mengolah segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa respon yang muncul produk apa yang akan dibeli.

Menurut Swastha dan Handoko (2011) berpendapat bahwa lima peran individu dalam sebuah keputusan membeli, yaitu:

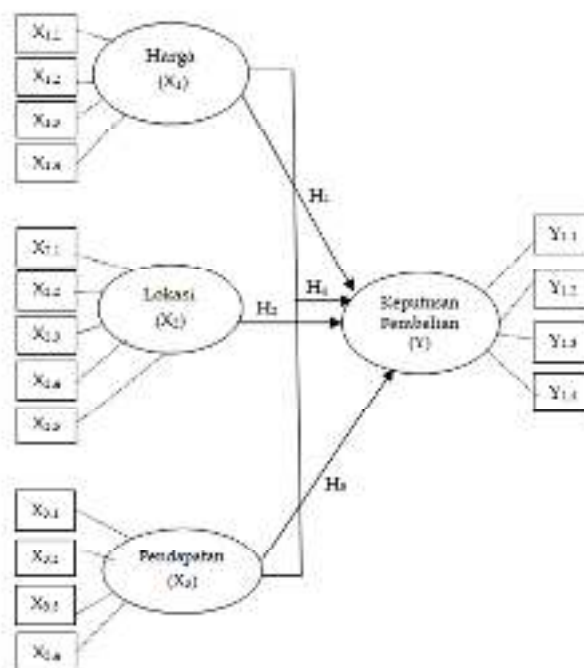
- 1) Pengambilan inisiatif (*initiator*),
- 2) Orang yang mempengaruhi (*influencer*),
- 3) Pembuat keputusan (*decider*),
- 4) Pembeli (*buyer*),
- 5) Pemakai (*user*)

Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan, maka rumusan masalah yang dapat penulis kemukakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Apakah harga secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian Perumahan Permata alam Residence?
- 2) Apakah lokasi secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian Perumahan Permata alam Residence?
- 3) Apakah pendapatan secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian Perumahan Permata alam Residence?
- 4) Apakah harga, lokasi dan pendapatan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian Perumahan Permata alam Residence?

KERANGKA KONSEPTUAL



Variabel bebas :

1. Harga (X₁)
2. Lokasi (X₂)
3. Pendapatan (X₃)

Gambar 1
Kerangka Konseptual

Variabel Terikat

1. Keputusan Pembelian

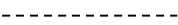
Garis parsial



Garis Simultan



Garis indikator



Hipotesis

Adapun hipotesis yang diajukan pada penelitian ini yaitu :

- H1 : Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian rumah sederhana di Perumahan Permata Alam Residence
- H2 : Lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian rumah sederhana di Perumahan Permata Alam Residence
- H3 : Pendapatan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sederhana di Perumahan Permata Alam Residence
- H4 : Harga, Lokasi, dan Pendapatan berpengaruh simultan dan signifikan terhadap keputusan pembelian rumah sederhana di Perumahan Permata Alam Residence

METODE

Populasi dan Sampel

Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini, yaitu peneliti mengambil seluruh konsumen yang memiliki unit rumah sederhana di Permata Alam Residence sebanyak 100 responden. Untuk menentukan jumlah sampel yang akan diambil pada penelitian ini dengan cara menggunakan *simple random sampling*, dengan tingkat kesalahan 5% maka diperoleh ukuran sampel (n) sebanyak 80 responden.

Teknik Pengambilan Sampel

Teknik sampling dalam penelitian ini adalah dengan pengambilan sampel non-probabilitas. Sampel non-probabilitas yang digunakan adalah purposive sampling. Menurut Sugiyono (2016:85) Purposive Sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Dalam hal ini responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang telah memiliki unit rumah sederhana di Permata Alam Residence yang terletak di Kecamatan Gedangan Kabupaten Sidoarjo.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah data subyek. Di dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif, yang nantinya didapatkan berupa angka. Dari angka yang diperoleh selanjutnya akan di analisis lebih lanjut.

Dalam penelitian ini terdiri dari dua sumber data, yaitu sebagai berikut:

1. Primer

Data primer adalah sebuah data yang diperoleh secara langsung dari objek yang akan diteliti. Objek dalam penelitian ini adalah konsumen yang memutuskan membeli unit rumah sederhana di Permata Alam Residence yang terletak di Kecamatan Gedangan Kabupaten Sidoarjo.

2. Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperlukan untuk mendukung hasil penelitian yang berasal dari literatur, artikel, dan berbagai sumber lainnya yang berubungan dengan penelitian tersebut,

Dalam penelitian ini data diperoleh dari Konsumen Perumahan Permata Alam Residence di Sidoarjo.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner dengan menggunakan Skala Likert.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah kantor PT. Jaya Safira Propertindo yang beralamat di Ruko Griya Permata Gedangan III Blok N1/11 Desa Keboananom, Kec. Gedangan, Kab. Sidoarjo.

Pelaksanaan pengumpulan data dimulai bulan Januari 2021 sampai dengan Maret 2021.

HASIL PENELITIAN

Pengujian Instrumen Penelitian

Untuk mengetahui hasil penelitian, diperlukan instrumen yang valid dan reliable. Valid yang berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur, serta hasil penelitian bisa dikatakan valid apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti. Secara rinci hasil pengujian instrumen penelitian disajikan, sebagai berikut:

Uji Validitas

Valid yang berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Pengukuran yang dilakukan dengan menggunakan alat ukur program statistic product and service solution (SPSS). Dasar analisis yang dipergunakan untuk pengujian validitas adalah sebagai berikut:

1. Jika r hitung $>$ r tabel, maka variabel tersebut valid.
2. Jika r hitung $<$ r tabel, maka variabel tersebut tidak valid.

Tabel 2. Uji Validitas

Dari tabel 2 diatas dapat diketahui bahwa setelah melakukan perhitungan uji validitas dari hasil tersebut menunjukkan bahwa r hitung $>$ r tabel, maka semua item dari setiap pernyataan dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Hasil penelitian bisa dikatakan valid apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti.

Variabel	Item	Correlated item - Total Correlations	r Tabel	Ket
HARGA (X1)	X1.1	.721	0,2100	VALID
	X1.2	.578	0,2100	VALID
	X1.3	.562	0,2100	VALID
	X1.4	.909	0,2100	VALID
	X1.5	.607	0,2100	VALID
	X1.6	.723	0,2100	VALID
	X1.7	.477	0,2100	VALID
	X1.8	.750	0,2100	VALID
LOKASI (X2)	X2.1	.830	0,2100	VALID
	X2.2	.760	0,2100	VALID
	X2.3	.607	0,2100	VALID
	X2.4	.791	0,2100	VALID
	X2.5	.734	0,2100	VALID
	X2.6	.769	0,2100	VALID
	X2.7	.781	0,2100	VALID
	X2.8	.653	0,2100	VALID
	X2.9	.714	0,2100	VALID
	X2.10	.646	0,2100	VALID
PENDAPATAN (X3)	X3.1	.342	0,2100	VALID
	X3.2	.667	0,2100	VALID
	X3.3	.787	0,2100	VALID
	X3.4	.451	0,2100	VALID
	X3.5	.789	0,2100	VALID
	X3.6	.612	0,2100	VALID
	X3.7	.802	0,2100	VALID
	X3.8	.571	0,2100	VALID
KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)	Y.1	.690	0,2100	VALID
	Y.2	.701	0,2100	VALID
	Y.3	.746	0,2100	VALID
	Y.4	.488	0,2100	VALID
	Y.5	.698	0,2100	VALID
	Y.6	.897	0,2100	VALID
	Y.7	.776	0,2100	VALID
	Y.8	.873	0,2100	VALID

Dari tabel 2 diatas dapat diketahui bahwa setelah melakukan perhitungan uji validitas dari hasil tersebut menunjukkan bahwa r hitung $>$ r tabel, maka semua item dari setiap pernyataan dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Hasil penelitian bisa dikatakan valid apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti.

Tabel 3. Uji Reliabilitas

Variable	Nilai alpha cronbach	Nilai kritis	Keterangan
Harga (X1)	,790	0,6	Reliable
Lokasi (X2)	,891	0,6	Reliable
Pendapatan (X3)	,790	0,6	Reliable
Keputusan pembelian (Y)	,823	0,6	Reliable

Dari tabel 3 diatas diperoleh nilai koefisien reliabilitas cronbach alpha dengan menggunakan program SPSS versi 20, pada variable Harga (X1) sebesar 0,790, variable Lokasi (X2) sebesar 0,891, variable Pendapatan (X3) sebesar 0,790, dan variable Keputusan pembelian (Y) sebesar 0,823. Dari semua variable koefisien reliabilitas cronbach alpha lebih dari 0,6, maka dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan atau instrument kuesioner yang digunakan sangat reliable.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi digunakan untuk mengetahui pengaruh Harga, Lokasi dan Pendapatan terhadap Keputusan Pembelian, selain itu analisis regresi digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis yang diajukan dalam penelitian.

Tabel 4. Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients ^a			t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3,678	3,207		1,147	,255
HARGA	,302	,111	,305	2,713	,008
1 LOKASI	,365	,097	,421	3,739	,000
PENDAPAT	,110	,077	,120	1,425	,158
AN					

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Berdasarkan tabel 4 diatas, didapatkan model persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 3,678 + 0,302X_1 + 0,365X_2 + 0,110X_3$$

Berdasarkan persamaan tersebut, maka dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta (a) sebesar 3,678
Menunjukkan bahwa jika koefisiensi regresi pada konstanta adalah sebesar 3,678. Artinya apabila Harga, Lokasi dan Pendapatan nilainya adalah 0 maka keputusan pembelian meningkat sebesar 3,678.
2. Nilai koefisien variable Harga (X1) sebesar 0,302.
Artinya bahwa setiap kenaikan atau penambahan satu satuan Harga (X1) akan mengakibatkan meningkatnya Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0,302.
3. Nilai koefisien variable Lokasi (X2) sebesar 0,365.
Artinya bahwa setiap kenaikan atau penambahan satu satuan Lokasi (X2) akan mengakibatkan meningkatnya Keputusan pembelian (Y) sebesar 0,365.
4. Nilai koefisien variable Pendapatan (X3) sebesar 0,110.
Artinya bahwa setiap kenaikan atau penambahan satu satuan Pendapatan (X3) maka akan mengakibatkan meningkatnya Keputusan pembelian (Y) sebesar 0,110.

Uji Hipotesis secara Parsial (Uji t)

Untuk pengujian hipotesis pertama dilakukan secara parsial dengan menggunakan Uji t sebagai berikut :

Tabel 6. Uji t Parsial

Model	Coefficients ^a			t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3,419	3,322		1,029	,307
HARGA (X1)	,323	,115	,320	2,816	,006
1 LOKASI (X2)	,334	,100	,377	3,348	,001
PENDAPATAN (X3)	,139	,079	,150	2,154	,083

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

Berdasarkan tabel 6 tersebut bisa disimpulkan bahwasanya tingkat signifikan seluruh variabel $<0,05$ jadi dapat dipastikan memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian.

Uji Hipotesis secara Simultan (uji F)

Untuk pengujian hipotesis kedua, dilakukan secara parsial dengan menggunakan Uji F sebagai berikut :

Tabel 7. Uji F Simultan

Model	ANOVA ^a				
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	541.929	3	180.643	26.969	,000 ^b
1 Residual	509.058	76	6.698		
Total	1050.987	79			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

b. Predictors: (Constant), PENDAPATAN, LOKASI, HARGA

Berdasarkan Tabel 7 Uji F Parsial diatas diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh Harga (X1), Lokasi (X2), dan Pendapatan (X3) secara simultan terhadap keputusan pembelian (Y) adalah sebesar $0,000 < 0,05$, dan nilai F hitung $26,969 > F$ Tabel 2,72, sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 diterima yang berarti terdapat pengaruh Harga (X1), Lokasi (X2) dan Pendapatan (X3) secara simultan terhadap Keputusan pembelian (Y).

HASIL PENELITIAN

Pembahasan

Harga (X1) berpengaruh terhadap variable Keputusan Pembelian (Y)

Hasil analisis variable Harga (X1) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian (Y), yang artinya harga yang diterima oleh konsumen akan menimbulkan suatu keputusan pembelian.

Hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat Anissa Budi Utami, dkk (2016), Muhammad Taufik R. A, dkk (2017), Hakam Hafaris P (2020), Rani Puspa, dkk (2017), Febriano Clinton Polla, dkk (2018), Asral Dan Djumarno (2017), Niko Arrizal Muttaqin (2018) berdasarkan hasil yang telah diuji pengaruh antar variable menunjukkan variable Harga (X1) berpengaruh signifikan terhadap variable Keputusan Pembelian (Y).

Lokasi (X2) berpengaruh terhadap variable Keputusan Pembelian (Y)

Hasil analisis variable Lokasi (X2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y), yang artinya lokasi yang ditentukan dalam proses pembelian akan membantu konsumen dalam melakukan keputusan pembelian rumah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat Anissa Budi Utami, dkk (2016), Muhammad Taufik R. A dan Khuzaini (2017), Rani Puspa, dkk (2017), Grace Marleen Wariki, dkk (2015), Febriano Clinton Polla, dkk (2018) berdasarkan hasil yang telah diuji pengaruh antar variable menunjukkan variable Lokasi (X2) berpengaruh signifikan terhadap variable Keputusan Pembelian (Y).

Pendapatan (X3) berpengaruh terhadap variable Keputusan Pembelian (Y)

Hasil analisis variable Pendapatan (X3) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y), yang artinya tingginya pendapatan yang dimiliki oleh konsumen akan membawa dampak akan keinginan untuk memiliki rumah yang mampu mendukung gengsi dan kepentingan pribadi di masa sekarang maupun dimasa yang akan datang.

Hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat Anissa Budi Utami, dkk (2016), Dhimas Dwi Laksono dan Donant Alananto Iskandar (2018), Hakam Hafaris P (2020) berdasarkan hasil yang telah diuji pengaruh antar variable menunjukkan variabel Pendapatan (X3) berpengaruh signifikan terhadap variable keputusan Pembelian (Y).

Harga (X1), Lokasi (X2), dan Pendapatan (X3) berpengaruh terhadap variable Keputusan Pembelian (Y)

Diperoleh analisis bahwa variable Harga (X1), Lokasi (X2), dan Pendapatan (X3) yang diuji secara simultan terhadap Keputusan Pembelian (Y) berpengaruh signifikan. Artinya Harga, Lokasi, dan Pendapatan yang sesuai dan baik dengan produk yang dihasilkan atau yang diterima oleh konsumen maka akan menimbulkan suatu Keputusan Pembelian (Y).

Hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat Anissa Budi Utami, dkk (2016), Muhammad Taufik R. A dan Khuzaini (2017), Rani Puspa, dkk (2017), Hakam Hafaris P (2020).

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang mengacu pada tujuan penelitian, hipotesis dan model analisa, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Adanya keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, kesesuaian harga dengan manfaat , serta daya saing harga yang dihasilkan atau di terima konsumen maka akan menimbulkan suatu keputusan pembelian.
2. Lokasi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian. Adanya akses yang mudah di jangkau dan berada dekat dengan kawasan tempat bisnis maka akan mempengaruhi keputusan pembelian oleh konsumen.

3. Pendapatan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Adanya alokasi pendapatan untuk pembelian rumah, pekerjaan sampingan untuk menambah pendapatan konsumen sehingga menimbulkan pengaruh terhadap keputusan pembelian.
4. Harga, Lokasi, dan Pendapatan berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Adanya keterjangkauan harga, akses yang mudah dijangkau, dan alokasi pendapatan untuk membeli rumah maka akan menimbulkan pengaruh untuk memutuskan pembelian pada produk tersebut.

IMPLIKASI

Dari hasil penelitian ini diharapkan untuk pihak PT. Jaya Safira Propertindo agar mempertahankan dan meningkatkan hasil yang sudah baik, juga melakukan evaluasi dan memperhatikan hal-hal yang kurang dalam instrumen penelitian, sehingga dapat di jadikan arahan kebijakan di masa depan.

KETERBATASAN PENELITIAN

1. Kurang luasnya sampel penelitian sehingga kemungkinan adanya data yang belum sepenuhnya diambil dalam sebuah lingkungan penelitian tersebut.
2. Kemungkinan adanya kesalahan yang ditimbulkan oleh para informan karena kurangnya tingkat pemahaman tentang pertanyaan-pertanyaan yang diajukan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran jasa*. Bandung: Alfabeth.
- Annisa Budi Utami, F. Z. (Oktober 2015). Pengaruh Harga, pendapatan, dan Lokasi terhadap keputusan Pembelian rumah di D'Kranji Residence tahap II. *Epigram Vol. 12 No. 2*.
- Armstrong, d. K. (2003). *Dasar-dasar Pemasaran Edisi kesembilan Jilid 1*. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Assauri, S. (2012). *Strategic Marketing Edisi 1 Cet. 1*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Basu Swasta, D. d. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Dharmmesta, B. d. (1982). *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Liberty.
- Polla, F. C., Mananeke, L., & Taroreh, R. N. (2018). Analisis pengaruh harga, promosi, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada PT. Indomaret Manado Unit Jalan Sea. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4).
- 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*.
- Asral, A., & Djumarno, D. Pengaruh Produk, harga, lokasi dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Rumah pada Perumahan Greenhill Residences Jati Asih Bekasi. *Swot*, 7(1), 279563.
- Hamdani., L. d. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Handoko, B. S. (2004). *Manajemen Permasaran - Perilaku Konsumen Edisi ketiga Belas*. Yogyakarta.
- Harjanto, D. (2016). *Pengaruh Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian rumah pada CV. Interhouse Design*.
- Ali, M. T. R., & Khuzaini, K. (2017). Pengaruh harga, kualitas produk, lokasi, dan fasilitas terhadap keputusan pembelian rumah. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 6(9).

- Muttaqin, N. A. Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Di PT. Kinansyah Adi Jaya Land (Perumahan Kaliurang Green Garden Jember).
- Kotler, P. &. (2010). *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1 & 2*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. d. (2009). *Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kusnadi. (2000 : 9). *Akuntansi Keuangan menengah (intermediate) : Prinsip, Prosedur, dan Metode*.