

Dewangga Rangga Permana, 15312004, **Pengaruh Brand Developer, Lingkungan, Lokasi, Atribut Produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Cluster Harmony Di Perumahan Pondok Permata Suci Gresik**, Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Gresik, Mei, 2019

#### Abstraksi

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung brand developer, lingkungan, lokasi, atribut produk, harga terhadap keputusan pembelian rumah *cluster* Harmony di perumahan pondok permata suci Gresik. Data penelitian menggunakan penyebaran kuisioner kepada 58 responden yang membeli dan menempati di *cluster* Harmony perumahan pondok permata suci Gresik dengan menggunakan teknik sampling jenuh. Pengujian menggunakan analisis regresi linier berganda pada SPSS. Hasil menunjukkan bahwa brand developer berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, lingkungan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, atribut produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian

Kata Kunci : Brand developer, Lingkungan, Lokasi, Atribut Produk, Harga, Keputusan pembelian

DewanggaRanggaPermana, 15312004, *Influence of Brand Developer, Environment, Location, Product Attributes, Price on Purchasing Decision of Cluster Harmony House in PondokPermataSuci Gresik Housing*, Management, Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah Gresik University, May, 2019

#### *Abstaction*

*This study aims to determine the direct and indirect influence of brand developers, environment, location, product attributes, prices on the purchase decisions of the Harmony cluster house in the housing of the holy gem cottage Gresik. The research data used questionnaires to 58 respondents who bought and occupied the Harmony cluster of Gresik holy gem cottage housing using a saturated sampling technique. The test uses multiple linear regression analysis on SPSS. The results show that brand developers positively influence purchasing decisions, the environment has a positive effect on purchasing decisions, location has a positive effect on purchasing decisions, product attributes have a positive effect on purchasing decisions, prices have a positive effect on purchasing decisions.*

*Keywords: Brand developer, Environment, Location, Product Attribute, Price, Purchase Decision*