

**PENGARUH PROMOSI, HARGA, LOKASI, KUALITAS
BANGUNAN, DAN FASILITAS TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN RUMAH DI GRESIK RESIDENCE**

SKRIPSI



Oleh :

**VINI ALVIONITA
NIM : 16 312 002**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH GRESIK
2020**

SKRIPSI

**PENGARUH PROMOSI, HARGA, LOKASI, KUALITAS
BANGUNAN, DAN FASILITAS TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN RUMAH DI GRESIK RESIDENCE**

Untuk memenuhi salah satu persyaratan
memperoleh gelar sarjana ekonomi



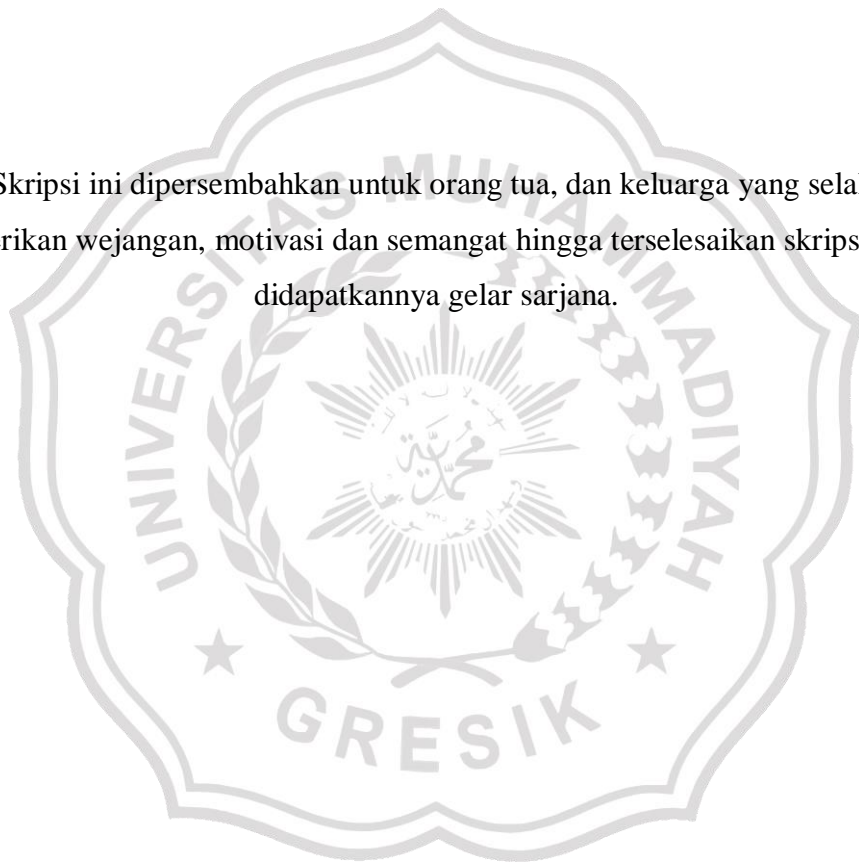
Oleh :

**VINI ALVIONITA
NIM :16.312.002**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH GRESIK
2020**

PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan untuk orang tua, dan keluarga yang selalu memberikan wejangan, motivasi dan semangat hingga terselesaikan skripsi ini dan didapatkannya gelar sarjana.



KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas berkah limpaha nrahmat, taufiq, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul : “Pengaruh Promosi, Harga, Lokasi, Kualitas Bangunan, Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Di Gresik Residence”.

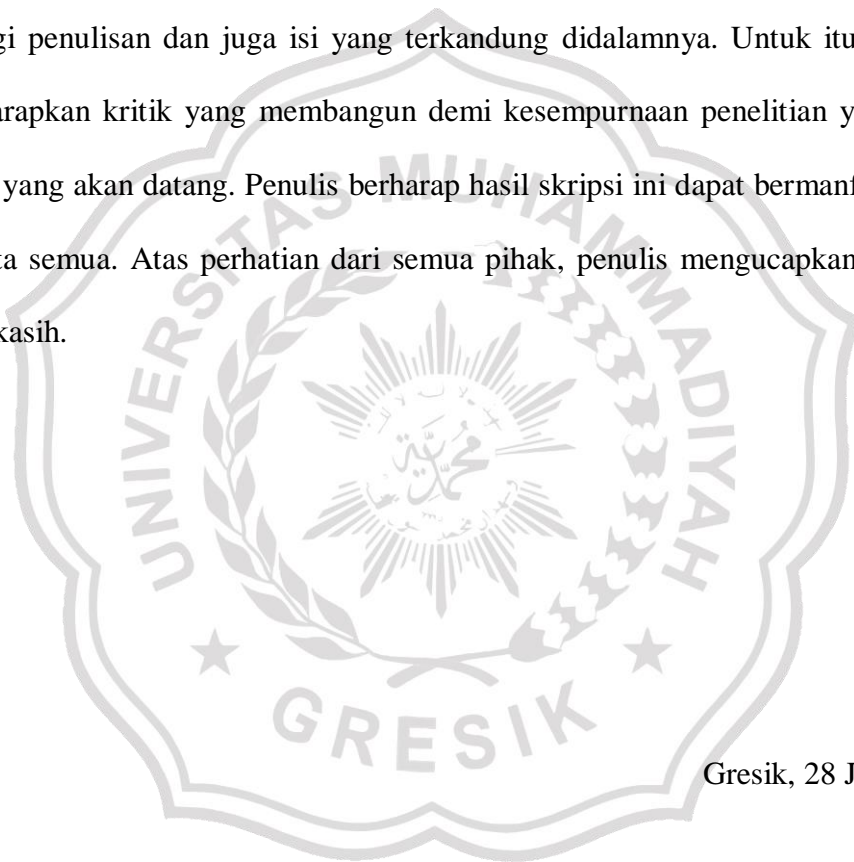
Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ucapkan terima kasih kepada yang terhormat :

1. Prof. Dr, Ir. Setyo Budi, M.S selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Gresik.
2. Suwarno, S.E, M. Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Gresik.
3. Anita Handayani Surianto, S.E., M.SM. selaku Kepala Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Gresik.
4. Dr. Moh. Agung Surianto, S.E., M.SM., CSRS Selaku dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran dan ketekunan membimbing penulis dalam menulis skripsi ini.
5. Ibu Rahayu dan Bapak Alfi sebagai orang tua yang selalu memberikan support dan doa yang tulus, kakak perempuan Beda Umala, adik laki-laki Muhammad Farizal, dan adik perempuan Vilda Syahrini Nada Safitri yang tersayang,

beserta seluruh keluarga besar Alfi Sahrin yang sudah mendukung, menyemangati dan mendoakan sepenuh hati.

6. Semua pihak lain yang tidak bias penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan pengetahuan, wawasan, motivasi, semangat, dan bantuan dalam membantu mengerjakan tugas akhir.

Dalam penulisan skripsi ini tidak luput dari kesalahan dan kekurangan, baik dari segi penulisan dan juga isi yang terkandung didalamnya. Untuk itu penulis mengharapkan kritik yang membangun demi kesempurnaan penelitian yang lain dimasa yang akan datang. Penulis berharap hasil skripsi ini dapat bermanfaat baik bagi kita semua. Atas perhatian dari semua pihak, penulis mengucapkan banyak terima kasih.



Gresik, 28 Juli 2020

Penulis

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|---|---------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| LEMBAR PENGESAHAN..... | ii |
| SURAT PERNYATAAN | iii |
| PERSEMBAHAN | iv |
| KATA PENGANTAR | v |
| DAFTAR ISI | vii |
| DAFTAR GAMBAR | viii |
| DAFTAR TABEL | xi |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xii |
| ABSTRAKSI | xiii |
| ABSTRACT | xiv |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1. Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2. Rumusan Masalah..... | 24 |
| 1.3. Tujuan Penelitian | 25 |
| 1.4. Manfaat Penelitian | 25 |
| | |
| BAB II LANDASAN TEORI | 27 |
| 2.1 PenelitianTerdahulu | 27 |
| 2.2 LandasanTeori | 31 |
| 2.2.1 Promosi..... | 31 |
| 2.2.1.1 Definisi Promosi | 31 |
| 2.2.1.2 Tujuan Promosi | 33 |
| 2.2.1.3 Langkah Pengembangan Promosi | 35 |
| 2.2.1.4 Indikator Promosi | 37 |
| 2.2.2 Harga | 39 |
| 2.2.2.1 Definisi Harga | 39 |
| 2.2.2.2 Tujuan Penetapan Harga | 44 |
| 2.2.2.3 Metode Penetapan Harga | 45 |
| 2.2.2.4 Faktor Penentu Harga | 47 |
| 2.2.2.5 Indikator Harga | 50 |
| 2.2.3 Lokasi | 50 |
| 2.2.3.1 Definisi Lokasi | 50 |
| 2.2.3.2 Faktor yang Mempengaruhi Lokasi | 52 |

| | | |
|--|---|-----------|
| 2.2.3.3 | Indikator Lokasi | 53 |
| 2.2.4 | Kualitas Bangunan | 54 |
| 2.2.4.1 | Definisi Kualitas Bangunan | 54 |
| 2.2.4.2 | Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Bangunan | 63 |
| 2.2.4.3 | Indikator Kualitas Bangunan | 66 |
| 2.2.5 | Fasilitas | 67 |
| 2.2.5.1 | Definisi Fasilitas | 67 |
| 2.2.5.2 | Unsur Menentukan Fasilitas | 71 |
| 2.2.5.3 | Faktor yang di Perhatikan Merancang Fasilitas | 72 |
| 2.2.5.4 | Indikator Fasilitas | 73 |
| 2.2.6 | Prilaku Konsumen | 73 |
| 2.2.6.1 | Definisi Perilaku Konsumen | 73 |
| 2.2.6.2 | Aspek Spesifik dalam Lingkup Perilaku Konsumen | 75 |
| 2.2.6.3 | Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen | 76 |
| 2.2.6.4 | Tipe Perilaku Konsumen Bisnis | 78 |
| 2.2.6.5 | Definisi Keputusan Pembelian | 78 |
| 2.2.6.6 | Indikator Keputusan Pembelian | 82 |
| 2.2.7 | Hubungan Antar Variabel | 82 |
| 2.2.7.1 | Hubungan Promosi terhadap Keputusan Pembelian..... | 82 |
| 2.2.7.2 | Hubungan Harga terhadap Keputusan Pembelian | 83 |
| 2.2.7.3 | Hubunga Lokasi terhadap Keputusan Pembelian | 84 |
| 2.2.7.4 | Hubungan Kualitas Bangunan terhadap Keputusan Pemb.. | 85 |
| 2.2.7.5 | Hubungan Fasilitas terhadap Keputusan Pembelian | 86 |
| 2.3 | Hipotesis | 87 |
| 2.4 | Kerangka Konseptual | 87 |
| BAB III METODE PENELITIAN | | 88 |
| 3.1 | Jenis Penelitian | 88 |
| 3.2 | Lokasi Penelitan..... | 88 |
| 3.3 | Populasi dan Sampel | 88 |
| 3.3.1 | Populasi..... | 88 |
| 3.3.2 | Sampel | 89 |
| 3.4 | Jenis dan Sumber Data | 90 |
| 3.4.1 | Jenis Data | 90 |
| 3.4.2 | Sumber Data..... | 91 |
| 3.5 | Teknik Pengumpulan Data | 92 |
| 3.6 | Definisi Operasional..... | 92 |
| 3.7 | Teknik Analisis Data | 96 |
| 3.7.1 | Uji Instrumen | 96 |
| 3.7.1.1 | Uji Validitas | 96 |

| | |
|--|------------|
| 3.7.1.2 Uji Reliabilitas | 97 |
| 3.7.2 Uji Asumsi Klasik | 98 |
| 3.7.2.1 Uji Multikolinearitas | 98 |
| 3.7.2.2 Uji Heteroskedastisitas | 98 |
| 3.7.2.3 Uji Normalitas | 99 |
| 3.7.3 Uji Hipotesis | 100 |
| 3.7.3.1 Uji t | 100 |
| BAB IV ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN | 103 |
| 4.1 Gambaran Objek Penelitian | 103 |
| 4.2 Hasil Analisa Deskripif | 103 |
| 4.2.1 Analisa Deskripsi Responden | 103 |
| 4.2.2 Analisa Deskripsi Variabel Penelitian | 107 |
| 4.3 Uji Instrumen | 114 |
| 4.3.1 Uji Validitas | 114 |
| 4.3.2 Uji Reliabilitas | 116 |
| 4.4 Uji Asumsi Klasik | 117 |
| 4.4.1 Uji Normalitas | 117 |
| 4.4.2 Uji Multikolonieritas | 118 |
| 4.4.3 Uji Heteroskedastisitas | 119 |
| 4.5 Analisis Regresi Linier Berganda | 120 |
| 4.6 Pengujian Hipotesis | 121 |
| 4.6.1 Uji t | 121 |
| 4.7 Interpretasi Hasil | 122 |
| 4.7.1 Pengaruh Promosi (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) | 122 |
| 4.7.2 Pengaruh Harga (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) | 123 |
| 4.7.3 Pengaruh Lokasi (X_3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) | 123 |
| 4.7.4 Pengaruh Kualitas Bang. (X_4) terhadap Keputusan Pembelian (Y) | 124 |
| 4.7.5 Pengaruh Fasilitas (X_5) terhadap Keputusan Pembelian (Y) | 125 |
| BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI | 127 |
| 5.1 Kesimpulan | 127 |
| 5.2 Rekomendasi | 127 |
| 5.2.1 Bagi Aspek Manajerial | 127 |
| 5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya | 129 |
| DAFTAR PUSTAKA | 130 |
| LAMPIRAN-LAMPIRAN | |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 1.1 Pertumbuhan Penjualan Rumah di Indonesia | 1 |
| Gambar 1.1 Data penjualan Gresik Residence | 18 |
| Gambar 2.4 Kerangka Berfikir | 87 |



DAFTAR TABEL

| | |
|---|-----|
| Tabel 1.1 Harga Rumah Gresik Residence | 17 |
| Tabel 2.1 Perbedaan dan Persamaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang | 28 |
| Tabel 3.1 Jumlah Rumah yang Terjual di Gresik Residence | 89 |
| Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 104 |
| Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir | 104 |
| Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan | 105 |
| Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan | 106 |
| Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Informasi | 106 |
| Tabel 4.6 Dasar Interpretasi Skor Rata-Rata Penilaian Responden | 108 |
| Tabel 4.7 Penilaian Responden Terhadap Promosi | 109 |
| Tabel 4.8 Penilaian Responden Terhadap Harga | 110 |
| Tabel 4.9 Penilaian Responden Terhadap Lokasi | 111 |
| Tabel 4.10 Penilaian Responden Terhadap Kualitas Bangunan | 112 |
| Tabel 4.11 Penilaian Responden Terhadap Fasilitas | 113 |
| Tabel 4.12 Penilaian Responden Terhadap Keputusan Pembelian | 114 |
| Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi | 115 |
| Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas | 116 |
| Tabel 4.15 Hasil Uji Normalitas Pada Residual | 117 |
| Tabel 4.16 Nilai VIF Pengujian Multikolinearitas | 118 |
| Tabel 4.17 Hasil Dari Uji Korelasi <i>Rank Spearman</i> | 119 |
| Tabel 4.18 Persamaan Regresi Linier Berganda | 120 |
| Tabel 4.19 Hasil Uji t Regresi Linier Berganda | 121 |

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembar Kuisisioner

Lampiran 2 Tabulasi Data

Lampiran 3 Hasil *Output* SPSS

Lampiran 4 Lampiran t Tabel

Lampiran 5 Surat Keterangan Bebas Plagiat

Lampiran 6 Berita Acara Bimbingan Skripsi

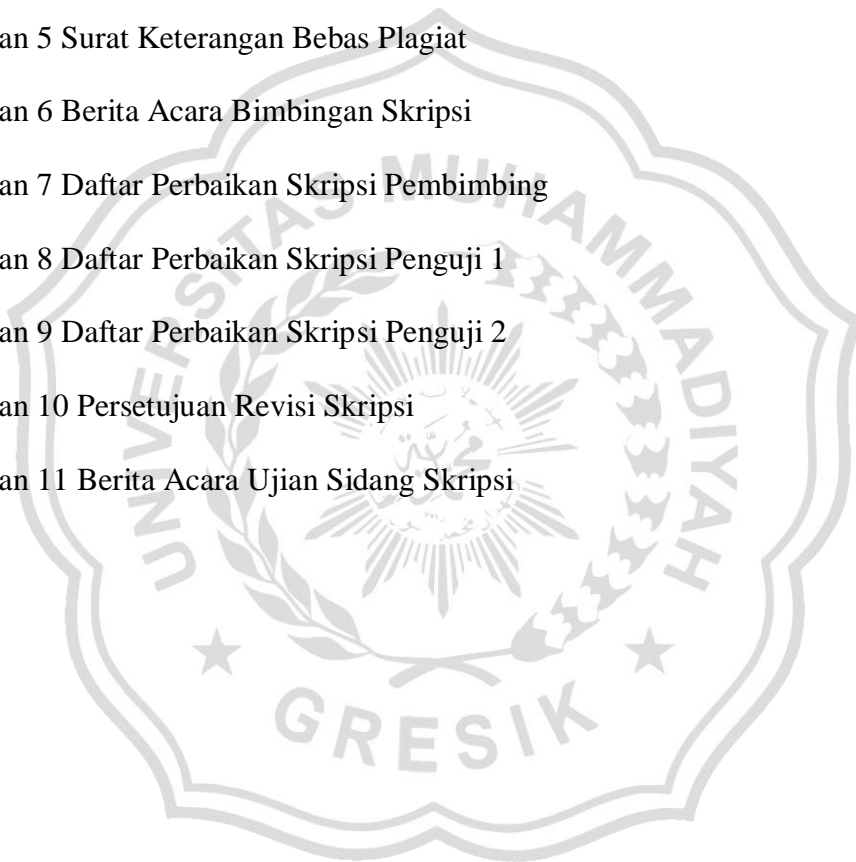
Lampiran 7 Daftar Perbaikan Skripsi Pembimbing

Lampiran 8 Daftar Perbaikan Skripsi Penguji 1

Lampiran 9 Daftar Perbaikan Skripsi Penguji 2

Lampiran 10 Persetujuan Revisi Skripsi

Lampiran 11 Berita Acara Ujian Sidang Skripsi



Vini Alvionita, 16312002, **Pengaruh Promosi, Harga, Lokasi, Kualitas Bangunan, dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Rumah di Gresik Residence**, Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Gresik, 24 Juni, 2020.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Promosi, Harga, Lokasi, Kualitas Bangunan, dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Rumah di Gresik Residence. Menggunakan metode sampling jenuh merupakan teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 46 responden. Teknik analisis untuk menguji hipotesis menggunakan *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS). Teknik analisa data menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Promosi, Harga, Lokasi, Kualitas Bangunan, dan Fasilitas berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian perumahan Gresik Residence.

Kata Kunci : Promosi, Harga, Lokasi, Kualitas Bangunan, Fasilitas.

Vini Alvionita. 16312002, *The Influence of Promotion, Price, Location, Building Quality, and Facilities on House Purchasing Decisions at Gresik Residence*, Management, Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University Gresik, June 24, 2020.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of promotion, price, location, quality of buildings, and facilities on house purchase decisions at Gresik Residence. Using a saturated sampling method is a sampling technique when all members of the population are used as samples. The number of samples used in this study were 46 respondents. The analysis technique for testing the hypothesis uses the Statistical Package for the Social Sciences (SPSS). The data analysis technique used multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that Promotion, Price, Location, Building Quality, and Facilities have a partially significant effect on the purchase decision of Gresik Residence housing.

Keywords: *Price Promotion, Location, Building Quality, Facilities.*