



FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN DALAM MELAKUKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN RUMAH PADA PT BAYU PARIAMA BATAM

Syaifullah¹, Dewi Kristina Sinaga²

Program Studi Manajemen, Universitas Putera Batam
syaifullah2929@gmail.com¹, dksinaga@gmail.com²

Abstrak

PT Bayu Pariama Batam yang menawarkan salah satu perumahan yang layak huni di Batam dan Tg. Balai Karimun. Akan tetapi, permasalahan yang dihadapi yaitu bagaimana penjualan rumah dapat terus meningkat setiap tahunnya, padahal sekarang ini banyak bermunculan pengembang-pengembang perumahan yang berani memunculkan terobosan-terobosan baru. Oleh karena itu, dalam penelitian ini akan menganalisis faktor yang dirasa penting untuk diteliti, seperti faktor harga, lokasi dan bangunan terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan program SPSS Versi 22.0. Populasi yang digunakan adalah konsumen yang telah membeli rumah pada PT Bayu Pariama Batam. Sedangkan sampel yang digunakan sebanyak 100 orang dengan metode random sampling. Berdasarkan analisis yang telah digunakan, dapat ditarik beberapa kesimpulan pada saat dilakukan pengolahan regresi berganda. Penelitian ini memenuhi syarat validitas, reliabilitas, serta bebas dari heteroskedastisitas, multikolinearitas dan telah lolos uji normalitas. Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t menunjukkan nilai signifikan variabel harga sebesar 0,001, nilai signifikan variabel lokasi sebesar 0,002 dan nilai signifikan variabel bangunan sebesar 0,017, hasil tersebut secara signifikan mempengaruhi keputusan pembelian. Sedangkan pada uji f menunjukkan signifikan $0,000 < 0,05$ dengan hasil uji F sebesar 24,246 (F hitung) $> 3,090$ (F tabel). Hal ini berarti variabel harga, lokasi, dan bangunan secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Sedangkan koefisien determinasi diperoleh nilai Adjusted R² 41,2%. Artinya, variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh adanya variabel harga, lokasi, dan bangunan.

Kata kunci: Harga, Lokasi, Bangunan dan Keputusan Pembelian

Abstract

PT Bayu Pariama Batam, which offers one of the habitable housing in Batam and Tg. Balai Karimun. However, the problem faced is how home sales can continue to increase every year, even though there are now many housing developers that dare to bring new breakthroughs. Therefore, in this study will analyze the factors that are considered important to be investigated, such as factors of price, location and building to purchasing decisions. The population used is consumers who have bought a house at PT Bayu Pariama Batam. While the sample used was 100 people by random sampling method. Based on the analysis that has been used, some conclusions can be drawn when multiple regression processing is carried out. This study fulfills the requirements of validity, reliability, and is free from heteroscedasticity, multicollinearity and has passed the normality test. Hypothesis testing using the t test shows the significant value of the price variable of 0.001, the significant value of the location variable is 0.002 and the significant value of the building variable is 0.017 the result significantly influences the purchase decision. Whereas in the f test shows significant 0,000 < 0,05 with the results of the F test of 24,246 (F count) > 3,090 (F table). This means variable prices, location, and building together have a positive effect on purchasing decisions. While the coefficient of determination obtained value of R² is 43,0%. That is, the purchase decision variable can be explained by the price, location, and building variables.

Keyword : Price, Location, Building, Purchasing Decision

A. PENDAHULUAN

Pada masa sekarang ini pembangunan Negara semakin meningkat menuju era globalisasi. Pembangunan di sector perekonomian juga mengalami perubahan yang luar biasa. Hal ini terlihat dengan semakin meningkatnya pendapatan perkapita negara, sehingga secara tidak langsung sangat mendorong tingkat kesejahteraan masyarakat.

Peningkatan ini tidak hanya dari segi produk saja akan tetapi dari segi kuantitas produknya juga mengalami peningkatan. Kondisi semacam ini mendorong produsen berlomba-lomba semaksimal mungkin dalam melayani konsumen. Semakin meningkatnya kebutuhan konsumen menyebabkan timbulnya perusahaan-perusahaan baru yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumen. Para pembeli membeli barang atau jasa, karena barang atau jasa tersebut dapat dipergunakannya sebagai alat untuk memuaskan kebutuha dan

keinginannya.

PT Bayu Pariama Batam yang bernaung dalam Rhabayu Group ini adalah salah satu *developer real estate* yang telah membangun lebih dari 2.812 unit rumah sejak berdirinya perusahaan ini dengan total 8 lokasi proyek telah selesai dan 3 lokasi proyek sedang dalam proses pembangunan. Dan dalam 1 tahun terakhir terjadi penurunan penjualan rumah.

Saat ini hal tersebut terjadi dikarenakan masyarakat tidak hanya melihat faktor harga saja namun mereka mulai mempertimbangkan faktor-faktor lain seperti faktor lokasi dan faktor bangunan. Alasan masyarakat mempertimbangkan faktor harga karena hal tersebut berkaitan dengan pendapatan mereka. Berikut ini adalah data penjualan PT Bayu Pariama Batam sejak Juni 2017 – Mei 2018 :

Tabel 1. Realisasi Penjualan Berdasarkan Harga

No.	Bulan	HARGA (Rp)			
		129.000.000	141.000.000	250.000.000	350.000.000
1	Juni	5	-	2	-
2	July	1	-	1	1
3	Agustus	9	-	2	-
4	September	1	-	2	-
5	Oktober	5	-	2	-
6	November	4	-	1	-
7	Desember	2	-	1	-
8	January	4	-	-	-
9	February	3	-	2	-
10	Maret	3	-	2	-
11	April	-	7	1	-
12	Mei	2	4	1	1

Dalam 1 (satu) tahun terakhir terlihat jelas bahwa realisasi penjualan mengalami penurunan yang cukup signifikan dan mampu membuat pengusaha real estate khawatir dengan umur perusahaan jika penjualan terus menerus menurun. Meski penjualan unit rumah dengan harga Rp

129.000.000,- yang berada di Tg.Balai Karimun tetap terjual setiap bulannya namun hal tersebut tidak dapat memberikan kelegaan kepada pihak perusahaan. Sehingga pada pertengahan tahun 2018 perusahaan yang berdiri sejak tahun 2007 ini kembali menyediakan rumah subsidi di Batam di atas tanah seluas 52.000 M2 yang menjadikan masyarakat kalangan menengah kebawah adalah sasaran yang tepat.

B. TINJAUAN PUSTAKA

1. Pemasaran dan Konsep Pemasaran

Menurut Kotler (dalam Kotler & Keller, 2009:10) pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan,

2. Keputusan Pembelian

Menurut Suharno dalam (Ali, 2017) menyatakan bahwa keputusan pembelian Konsumen adalah tahap di mana pembeli telah menentukan pilihannya dan melakukan pembelian produk, serta mengkonsumsinya.

3. Perilaku Konsumen

Perilaku Konsumen adalah tingkah laku dari konsumen, dimana mereka dapat mengilustrasikan pencarian untuk membeli, menggunakan, mengevaluasi dan memperbaiki suatu produk dan jasa mereka.

4. Harga

Menurut Indriyo Gitosudarmo dalam (Sunyoto, 2012:130) harga itu sebenarnya merupakan nilai yang dinyatakan dalam satu mata uang atau alat tukar, terhadap suatu produk tertentu.

5. Lokasi

Menurut Heizer & Render dalam (Ali, 2017) lokasi adalah pendorong biaya dan pendapatan, maka lokasi seringkali memiliki kekuasaan untuk membuat strategi bisnis perusahaan.

6. Bangunan

Menurut Dian Ariestadi dalam (Ariestadi, 2008:1) bangunan adalah wujud fisik hasil pekerjaan konstruksi yang menyatu dengan tempat kedudukan baik yang di atas atau di bawah tanah dan menyatu dengan tempat kedudukan di air.

C. METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kausalitas yang disusun untuk meneliti kemungkinan adanya hubungan sebab-akibat ataupun pengaruh antar variabel penyebab, variabel perantara, dan variabel terikat, (Sanusi, 2014:14)

2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di lokasi perumahan yang telah dibeli konsumen dan di kantor PT Bayu Pariama Batam dengan alamat Komp. Pertokoan Kuda Putih Blok A No.2, Sei Panas – Batam. Periode penelitian dimulai dari bulan Maret 2017 sampai selesai.

3. Populasi dan Sample Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen PT Bayu Pariama Batam selama proses penelitian berlangsung. Dalam penelitian ini jumlah populasi sebanyak 200 orang akan diambil dari konsumen PT Bayu Pariama Batam. Cara teknik ini yaitu dengan mengambil sampel dari tiap-tiap responden dengan memperhitungkan sub-sub populasinya.

Menentukan besarnya sampel menggunakan rumus Slovin dan didapatkan sample sebanyak 100 sampel yang diambil dari jumlah populasi sebanyak 200 orang konsumen.

4. Operasional variabel

Operasional variabel berguna untuk mengidentifikasi variabel-variabel apa saja yang akan diteliti. Penelitian ini memiliki 3 variabel *independen*, yaitu harga (X1), lokasi (X2), dan bangunan (X3), serta 1 variabel *dependen* yaitu keputusan pembelian (Y).

5. Pengumpulan Data dan Analisis Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh melalui angket atau kuesioner yang telah dijawab oleh responden. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif yang bekerja dengan menggambarkan distribusi data. Data yang telah terkumpul akan disusun dalam bentuk tabel frekuensi dari masing-masing item pernyataan sehingga data tersebut dapat memberikan gambaran jawaban responden secara menyeluruh.

a. Uji Kualitas Instrumen

1) Uji validitas dilakukan untuk memastikan seberapa baik suatu instrumen digunakan untuk mengukur konsep yang seharusnya diukur.

2) Uji reliabilitas adalah berkaitan dengan masalah adanya kepercayaan terhadap instrumen.

b. Uji Asumsi Klasik

1) Uji normalitas perlu dilakukan dalam setiap penelitian sebelum dilakukan pengujian hipotesis. Hal ini untuk memastikan apakah data yang akan dianalisis berdistribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas dalam penelitian ini menggunakan *Normal P-P Plot of*

Regression Standarized Residual yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari data normal.

2) Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Untuk mendeteksinya dengan cara menganalisis nilai toleransi dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Apabila terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat problem multikolinearitas.

3. Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya gejala heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

c. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas yaitu Harga (X1), Lokasi (X2) dan Bangunan (X2) terhadap variabel terikatnya yaitu Keputusan Pembelian (Y).

d. Uji Hipotesis

- 1) Uji t (Parsial), diperlukan untuk mengetahui signifikan atau tidak pengaruh dari masing-masing variabel bebas (X) terhadap variabel terikatnya (Y)(Sanusi, 2014:137).
- 2) Uji F, digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh variabel-variabel bebas (X) secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya (Y) (Sanusi, 2014:137)
3. Analisis Koefisien Determinasi, menjelaskan proporsi variasi

dalam variabel terikat (Y) yang dijelaskan oleh variabel bebas (lebih dari satu variabel X) secara bersama-sama (Sanusi, 2014:137)

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Analisis Deskriptif

Dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif yaitu metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi (Sugiyono, 2014).

a. Analisis Deskriptif Variabel X1 (Harga)

Variabel harga adalah faktor yang memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian. Dalam variabel harga ini diukur melalui 4 (empat) indikator dengan 4 (empat) buah pernyataan yang mempresentasikan indikator-indikator dari variabel tersebut.

b. Analisis Deskriptif Variabel X2 (Lokasi)

Variabel lokasi adalah faktor yang memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian. Dalam variabel lokasi ini diukur melalui 4 (empat) indikator dengan 4 (empat) buah pernyataan yang mempresentasikan indikator-indikator dari variabel tersebut.

c. Analisis Deskriptif Variabel X3 (Bangunan)

Variabel bangunan adalah faktor yang memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian 4 (empat) indikator dengan 4 (empat) buah pernyataan yang mempresentasikan indikator-indikator dari variabel tersebut.

d. Analisis Deskriptif Variabel Y (Keputusan Pembelian)

Variabel keputusan pembelian pada penelitian ini diukur melalui 4 (empat) indikator dengan 4 (empat) buah pernyataan yang mempresentasikan indikator-indikator dari variabel tersebut.

2. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Untuk menguji valid dan tidaknya pernyataan yang diajukan pada instrumen penelitian dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel, dengan taraf signifikan 5%. Hasil uji Validitas sebagai berikut.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pertanyaan	R Hitung	R Tabel 5% (N=98)	Kesimpulan
Harga	X1.1	0,716	0,197	Valid
	X1.2	0,808		Valid
	X1.3	0,685		Valid
	X1.4	0,618		Valid
Lokasi	X2.1	0,750	0,197	Valid
	X2.2	0,807		Valid
	X2.3	0,750		Valid
	X2.4	0,749		Valid
Bangunan	X3.1	0,693	0,197	Valid
	X3.2	0,788		Valid
	X3.3	0,595		Valid
	X3.4	0,641		Valid
Keputusan Pembelian	Y.1	0,715	0,197	Valid
	Y.2	0,742		Valid
	Y.3	0,684		Valid
	Y.4	0,615		Valid

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa r hitung dari semua variabel dalam item pernyataan adalah valid karena r hitung > dari r tabel (0,197). Pembuktian ini menunjukkan bahwa semua pertanyaan layak digunakan sebagai indikator dari konstruk (laten variabel).

b. Hasil Uji Reliabilitas

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	R tabel 5% (N=98)	Kesimpulan
Harga (X1)	0,669	0,197	Reliabel
Lokasi (X2)	0,761		Reliabel
Bangunan (X3)	0,605		Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,630		Reliabel

Berdasarkan hasil analisis data pada table 3 tersebut dapat disimpulkan bahwa item-item pernyataan pada masing-masing variabel dalam penelitian ini dikatakan reliabel. Hal ini dibuktikan oleh nilai rhitung (*Spearman's Rho*) > rtabel (0,197).

3. Uji Asumsi Klasik

a. Hasil Uji Normalitas

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.38274062
Most Extreme Differences	Absolute	.063
	Positive	.063
	Negative	-.055
Test Statistic		.063
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Berdasarkan pada tabel diatas uji *Kolmogorov-Smirnov* di atas maka bisa diambil kesimpulan bahwa data memiliki distribusi normal karena nilai *Kolmogorov-Smirnov* memiliki tingkat signifikansi $0,200 > 0$.

b. Hasil Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas pada penelitian ini menggunakan *Variance Inflation Factor* (VIF). Caranya dengan melihat nilai variabel bebas

terhadap variabel terikatnya, berdasarkan nilai VIF tersebut, jika nilai VIF kurang dari 10, hal ini menunjukkan model

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Toleransi	VIF
Harga	0,604	1,654
Lokasi	0,593	1,687
Bangunan	0,973	1,028

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa variabel X1 memiliki nilai 1,654, variabel X2 memiliki nilai VIF 1,687, dan variabel X3 memiliki nilai VIF 1,028 < 10. Hal ini berarti tidak terjadi multikolinieritas antara sesama variabel independen yaitu harga, lokasi dan bangunan model regresi

c. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada pengamatan model regresi tersebut. Uji heteroskedastisitas pada penelitian ini menggunakan metode *Glejser* dengan cara mengkorelasikan nilai absolut residualnya dengan masing-masing variabel independen.

Tabel 6. Hasil Uji Hetrokedastisitas Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.674	1.013		2.639	.010
Harga	-0.110	.053	-.265	-2.075	.041
Lokasi	0.75	.052	.184	1.432	.155
Bangunan	-0.64	.047	-.138	-1.377	.172

Suatu model dikatakan tidak memiliki gejala heteroskedastisitas jika nilai probabilitas atau signifikansi lebih dari 0,05. Berdasarkan tabel,

dapat diketahui bahwa nilai probabilitas atau signifikansi untuk variable harga adalah 0,041, variable lokasi adalah 0,155 dan variable bangunan adalah 0,172. Maka dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terdapat gejala heteroskedestisitas.

4. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi digunakan untuk meramalkan pengaruh dari variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat sehingga bisa membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsional antara variabel-variabel tersebut.

Tabel 7. Hasil Uji Analisis Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Tolerance
	B	St. Error	Beta			
1 (Constant)	4,121	1,654		2,491	,014	
Harga	.309	.087	.353	3,562	.001	.604
Lokasi	.277	.085	.324	3,238	.002	.593
Bangunan	.185	.076	.190	2,436	.017	.973
						1.02

Persamaan regresi yang terjadi dapat dinyatakan dengan menggunakan rumus regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = 4,121 + 0,309X_1 + 0,277X_2 + 0,185X_3 + e.$$

Keterangan: Y = Keputusan Pembelian

X₁ = Harga

X₂ = Lokasi

X₃ = Bangunan

5. Uji Hipotesis

a. Hasil Uji t (Parsial)

Pengujian ini digunakan untuk mengukur apakah dalam model regresi variabel bebas secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat. Pengujian dilakukan dengan menggunakan t hitung dan tingkat signifikan.

Tabel 8. Hasil Uji t (Parsial)

Model	Coefficients ^a				t	Sig
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	4,121	1,654			2.491	,014
Harga	0.309	.087	.353		3.562	.001
Lokasi	.277	.085	.324		3.238	.002
Bangunan	.185	.076	.190		2.436	.017

Koefisien regresi sebuah variabel independen memiliki pengaruh yang berarti terhadap variabel dependen jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka hipotesis diterima dan sebaliknya, atau probabilitas ($Sign. t < \alpha$, ($\alpha = 0,05$). Kriteria untuk menentukan t_{tabel} adalah $\alpha = 5\% : 2$ (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df) $n - k$.

Dari tabel diatas terlihat bahwa hasil uji t pengujian regresi menunjukkan bahwa variabel harga (X1) nilai t_{hitung} sebesar 3,562 dengan taraf signifikansi 0,001. Nilai t_{tabel} diperoleh sebesar 1,984 (lihat t tabel). Hasil uji variabel harga menunjukkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan $sig-t < \alpha$, yang berarti bahwa hipotesis dalam penelitian ini menolak H_0 dan menerima H_1 . Dengan demikian dapat diartikan bahwa hipotesis H_1 "Harga berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian pada

PT Bayu Pariama Batam” diterima.

Dari tabel diatas terlihat bahwa hasil uji t pengujian regresi menunjukkan bahwa variabel Lokasi (X2) nilai thitung sebesar 3,238 dengan taraf signifikansi 0,002. Nilai ttabel diperoleh sebesar 1,984(lihat ttabel). Hasil uji variabel lokasi menunjukkan thitung > ttabel dan sig-t < α , yang berarti bahwa hipotesis dalam penelitian ini menolak H_0 dan menerima H_2 . Dengan demikian dapat diartikan bahwa hipotesis H_2 “Lokasi berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian pada PT Bayu Pariama Batam” diterima.

Dari tabel diatas terlihat bahwa hasil uji t pengujian regresi menunjukkan bahwa variabel bangunan (X3) nilai thitung sebesar 2,436 dengan taraf signifikansi 0,017. Nilai ttabel diperoleh sebesar 1,984 (lihat ttabel). Hasil uji variabel lokasi menunjukkan thitung > ttabel dan sig-t < α , yang berarti bahwa hipotesis dalam penelitian ini menolak H_0 dan menerima H_3 . Dengan demikian dapat diartikan bahwa hipotesis H_3 “Bangunan berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian pada PT Bayu Pariama Batam” diterima.

b. Hasil Uji F

**Tabel 9. Hasil Uji F (Simultan)
ANOVA^b**

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
	Regression	142,825	3	47,608	24,146	,000 ^b
1	Residual	189,285	96	1,972		
	Total	332,110	99			

Uji simultan ditunjukkan dengan hasil perhitungan Fhitung senilai 24,146 dengan tingkat signifikansi 0,000 yang berada dibawah alpha

0,05. Hal ini berarti bahwa secara bersama-sama variabel independen harga, lokasi dan bangunan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Selain menggunakan nilai Sig, cara lain dapat dibuktikan dengan membandingkan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka hipotesis diterima. Pada tabel di atas nilai F_{hitung} sebesar 24,146 sementara F_{tabel} 3,090 (lihat F_{tabel}) maka $F_{hitung} > F_{tabel}$.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel harga, lokasi dan bangunan mempengaruhi keputusan pembelian sehingga hipotesis H4 yang menyatakan “Harga, Lokasi dan Bangunan secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada PT Bayu Pariama Batam” diterima.

c. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Secara singkat koefisien tersebut untuk mengukur besar sumbangan (pengaruh) variabel-variabel bebas dalam menerangkan variabel terikatnya. Nilai koefisien determinasi (R^2) pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 10. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,656 ^a	,43	,	1,4

Tabel diatas menunjukkan hasil uji koefisien determinasi (R^2) memiliki nilai sebesar 0,430 hal ini berarti 43,00% variasi variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel harga, lokasi dan bangunan, sedangkan nilai sisanya sebesar 57,00% diterangkan oleh variabel lain yang tidak diajukan dalam penelitian ini.

1) Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Pengujian terhadap variabel harga (X1) memperoleh nilai koefisiensi 0,309 berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Nilai signifikan sebesar $0,001 < 0,05$ (nilai alpha) menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara harga (X1) dengan keputusan pembelian (Y). Hasil t hitung $3,562 > t$ tabel 1,984 semakin memperkuat hasil uji variabel promosi (X1) yaitu harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Hasil ini selaras dengan penelitian yang dilakukan (Erlin Budiharja, 2016) dengan kesimpulan hasil penelitian harga (X1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).

Hal ini berarti bahwa harga yang diberikan PT Bayu Pariama Batam mampu memberikan kontribusi dan pengaruh yang baik terhadap keputusan pembelian, sehingga kemungkinan konsumen untuk melakukan pembelian rumah kembali pada PT Bayu Pariama Batam akan berdampak pada peningkatan profit perusahaan. Perusahaan juga harus lebih dinamis mengikuti perkembangan zaman dan modernisasi dalam hal penetapan harga agar terus mendukung peningkatan penjualan rumah.

2) Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian

Pengujian terhadap variabel lokasi (X2) memperoleh nilai koefisiensi 0,277 berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Nilai signifikan sebesar $0,002 < 0,05$ (nilai alpha) menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara lokasi (X2) dengan keputusan pembelian (Y). Hasil t hitung $3,238 > t$ tabel 1,984.

3) Pengaruh Bangunan Terhadap Keputusan Pembelian

Pengujian terhadap variabel bangunan (X3) memperoleh nilai koefisiensi 0,185 berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Nilai signifikan sebesar $0,017 < 0,05$ (nilai alpha) menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara bangunan (X3).

4) Pengaruh Harga, Lokasi dan Bangunan Terhadap Keputusan Pembelian

Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan menunjukkan bahwa nilai signifikan dari variabel bebas yaitu harga (X1) sebesar $0,001 < 0,05$ kemudian nilai signifikan dari variabel bebas yaitu lokasi (X2) sebesar $0,002 < 0,05$ dan bangunan (X3) sebesar $0,017 < 0,05$ dan $24,246$ (F hitung) $> 3,090$ (F tabel) hasil ini menunjukkan bahwa ketiga variabel bebas yaitu harga (X1), lokasi (X2) dan bangunan (X3) secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Hasil ini selaras dengan penelitian yang dilakukan (Ali, 2017) dan penelitian yang dilakukan oleh (Marhadi, Ayu, & Noviasari, 2013) dengan kesimpulan bahwa harga (X1), lokasi (X2) dan bangunan (X3) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).

E. PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat diambil beberapa kesimpulan antara lain:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian pada PT Bayu Pariama Batam, hal ini ditunjukkan dari hasil uji parsial dengan diperoleh t hitung yang lebih besar dari t tabelnya (t hitung $3,562 > t$ table $1,984$), nilai koefisien

- regresi yang positif sebesar 0,309 dengan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ (nilai alpha).
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara lokasi terhadap keputusan pembelian pada PT Bayu Pariama Batam, hal ini ditunjukkan dari hasil uji parsial dengan diperoleh t hitung yang lebih besar dari t tabelnya ($t \text{ hitung } 3,238 > t \text{ table } 1,984$), nilai koefisien regresi yang positif sebesar 0,277 dengan nilai signifikansi sebesar $0,002 < 0,05$ (nilai alpha).
 3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara bangunan terhadap keputusan pembelian pada PT Bayu Pariama Batam, hal ini ditunjukkan dari hasil uji parsial dengan diperoleh t hitung yang lebih besar dari t tabelnya ($t \text{ hitung } 2,364 > t \text{ table } 1,984$), nilai koefisien regresi yang positif sebesar 0,185 dengan nilai signifikansi sebesar $0,017 > 0,05$ (nilai alpha).
 4. Terdapat pengaruh positif dan signifikan secara bersama – sama harga, lokasi dan bangunan terhadap keputusan pembelian pada PT Bayu Pariama Batam, hal ini ditunjukkan dari hasil uji Simultan dengan diperoleh nilai F hitung $24,146 > F \text{ table } 3,090$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ (nilai alpha).

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, M. T. R. (2017). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Lokasi, Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Rumah. *Ilmu & Riset Manajemen*, 6(9), 1–20.
- Ariestadi, D. (2008). *Teknik Struktur Bangunan* (2nd ed.). Jakarta.
- Danang, S. (2012). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Caps.
- Ediati, T. (2014). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Perumahan Di Surakarta. *Widya Ganeswara*, 24(1).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. (B. Sabran, Ed.) (13th ed., Vol. 1). Jakarta: Erlangga.
- Mulyadi, L., Santoso, A. A., & Sulton, M. (2013). Jurnal Info Manpro. *Info Manpro*, 4(September), 38–48.
- Prabowo, C. (2009). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sanusi, A. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis* (Cetakan 2). Jakarta: Salemba Empat.
- Sanusi, A. (2014). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. D. (2012). *Konsep Dasar Riset Manajemen & Perilaku Konsumen* (1st ed.). Jakarta: CAPS.
- Wibowo, A. E. (2012). *Aplikasi Praktis SPSS Dalam Penelitian*. (A. Djojo, Ed.). Yogyakarta: Gava Media.