

**PENGARUH KONSEP PERUMAHAN, LOKASI, DAN
PENYESUAIAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA PROPERTI PERUMAHAN PESONA PRIMA GRIYA MAKASSAR
(STUDI KASUS PT PRIMAKARYA BENTALAPERMAI)**

Chairunnisaa Miftahurrahmah Zenida Huzaen

Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Makassar

Email : chairunnisaamzh15@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah konsep perumahan, lokasi, dan penyesuaian harga terhadap keputusan pembelian pada perumahan Pesona Prima Griya Makassar dan menganalisis faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian perumahan Pesona Prima Griya Makassar. Populasi dalam penelitian ini adalah penghuni perumahan Pesona Prima Griya Makassar. Sampel yang diambil sebanyak 80 responden dengan menggunakan teknik *Purposive Sampling*. Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut: $KP = 11,716 + 0,159Kon + 0,280Lok + 0,361Hrg$. Variabel konsep perumahan, lokasi, dan penyesuaian harga memiliki reliabilitas yang sedang, sedangkan keputusan pembelian memiliki reliabilitas yang tinggi. Pada pengujian asumsi klasik, model regresi bebas multikolinearitas, tidak terjadi heteroskedastisitas, dan berdistribusi normal. Urutan secara individu dari masing-masing variabel yang paling berpengaruh adalah variabel penyesuaian harga dengan koefisien sebesar 0,361, lalu lokasi dengan koefisien sebesar 0,280, sedangkan variabel yang berpengaruh paling rendah adalah konsep perumahan dengan koefisien regresi sebesar 0,159. Perumahan Pesona Prima Griya perlu mempertahankan variabel-variabel yang sudah dinilai baik oleh penghuni perumahan dan perlu memperbaiki hal-hal yang masih kurang.

Kata kunci : konsep perumahan, lokasi, penyesuaian harga, keputusan pembelian

PENDAHULUAN

Salah satu kebutuhan manusia yang mendasar adalah tempat tinggal. Setiap manusia membutuhkan rumah untuk tempat berlindung dan sebagai tempat berkumpul dan berlangsungnya aktivitas keluarga, sekaligus sebagai sarana investasi. Rumah merupakan tempat berlindung dan tempat kembalinya manusia setelah beraktivitas. Menurut Misbahun (2009) dalam Murtdlo (2010), sejalan dengan kebutuhan manusia, maka sebuah rumah harus memenuhi tiga fungsi utamanya, yaitu: 1. Rumah sebagai tempat tinggal, 2. Rumah merupakan mediasi antara manusia dengan dunia, 3. Rumah merupakan *arsenal*, di mana manusia mendapatkan kekuatannya kembali setelah melakukan pekerjaan yang melelahkan. Permintaan akan rumah mengakibatkan meningkatnya jumlah perumahan sehingga meningkat pula *developer* dan pekerjaan tersebut semakin diminati. Banyaknya perumahan yang ada akhirnya membuat konsumen mempertimbangkan beberapa hal contohnya seperti konsep, lokasi, dan penyesuaian harga sebelum memutuskan untuk membeli rumah di perumahan.

Pengadaan perumahan di Indonesia ditangani oleh sebuah organisasi yang bernama *Real Estate* Indonesia (REI), di mana dalam pelaksanaan di lapangan organisasi tersebut berfungsi sebagai koordinator para pengembang atau *developer* sebagai penyedia perumahan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat secara langsung. Permintaan rumah merupakan refleksi dari suatu penawaran yang dilakukan oleh pengembang dalam usaha properti rumah untuk membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhan tempat tinggal. Menurut Sukirno (2005), permintaan akan terjadi apabila seorang individu mempunyai keinginan (*willing*) dan kemampuan (*ability*) untuk membeli suatu barang atau jasa.

Kota Makassar merupakan salah satu kota dengan pertumbuhan penduduknya yang terus meningkat. Menurut Badan Pusat Statistik Sulsel, tercatat tahun 2018 penduduk Kota Makassar menembus 1,5 juta jiwa. Seiring dengan bertambahnya jumlah penduduk, kebutuhan akan rumah pun bertambah. Oleh karena itu, hal ini dimanfaatkan sebaik mungkin oleh *developer* dalam berlomba-lomba membangun perumahan yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan masyarakat. Menurut Santoso (2004:33), terdapat beberapa faktor yang perlu dipertimbangkan sebelum membeli rumah, yaitu : 1.Faktor lokasi, 2.Faktor bangunan, 3.Faktor harga, 4.Faktor pengembang, dan 5.Faktor fasilitas dan utilitas.

Tabel 1. Data Penjualan Rumah di Perumahan Pesona Prima Griya Makassar selama 5 tahun

Tahun	Jumlah Rumah			
	Tipe 36	Tipe 45	Tipe 50	Tipe 65
2014	43 unit	32 unit	-	-
2015	50 unit	28 unit	2 unit	3 unit
2016	20 unit	30 unit	3 unit	4 unit
2017	15 unit	18 unit	-	4 unit
2018	21 unit	17 unit	-	-
Total	149 unit	125 unit	5 unit	11 unit

Sumber: PT Primakarya Bentalapermai, 2019

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa dari tahun 2014 penjualan rumah pada Pesona Prima Griya terjadi fluktuasi. Rumah dengan tipe 50 dan tipe 65 tidak terjadi peningkatan yang signifikan.

Dari uraian di atas diketahui bahwa konsep perumahan, lokasi, dan penyesuaian harga terhadap keputusan pembelian belum diketahui secara pasti untuk itu akan diadakan penelitian terhadap properti perumahan Pesona Prima Griya oleh PT Primakarya Bentalapermai yang berlokasi di hertasning baru.

Berdasarkan pemaparan mengenai permasalahan di atas, maka penulis akan melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Konsep Perumahan, Lokasi, dan Penyesuaian Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Properti Perumahan Pesona Prima Griya Makassar (Studi Kasus PT Primakarya Bentalapermai)” .

KAJIAN PUSTAKA

1. Perumahan dan pemukiman

Berdasarkan Undang-undang Nomor 1 tahun 2011 tentang perumahan dan pemukiman. Perumahan adalah kelompok rumah yang berfungsi sebagai lingkungan tempat tinggal atau lingkungan hunian yang dilengkapi dengan sarana dan prasarana lingkungan.

2. Konsep Perumahan

Menurut Majalah Properti Indonesia (edisi tahun 2015-2019), konsep perumahan terdiri dari : 1. *Eco Living*, Konsep ini memiliki desain yang diatur sedemikian rupa, sehingga sirkulasi udara dan cahaya bisa leluasa, 2. *Custom Homes*, konsep ini menawarkan hunian dengan desain yang dipilih oleh konsumen sesuai dengan selera dan budget, 3. *Tropical Modern Landscape*, konsep ini dirancang dengan unit-unit hunian di dalam perumahan tidak saling menempel antara satu rumah dengan rumah lainnya, sehingga dapat menghadirkan ruang terbuka hijau di samping rumah sekaligus memberikan pencahayaan alami yang maksimal dan memberikan efek visual yang berbeda, 4. *Urban Smart and Livable*, konsep *urban* mengadopsi desain arsitektur minimalis dengan kesan simpel tetapi luas,

konsep *smart* diwujudkan dengan menyediakan teknologi saluran bawah tanah, seperti saluran air, listrik, kabel optik, dan saluran pembuangan yang seluruhnya berada di bawah tanah, konsep *livable* didukung dengan menyediakan fasilitas *co-working space*, taman bermain anak, *jogging track*, *edible garden and urban farming*, 5. *Cluster*, perumahan *cluster* adalah suatu lingkungan perumahan yang dibangun berkelompok dalam suatu lingkungan dengan bentuk rumah yang serasi serta dilengkapi dengan *management* lingkungan yang moderen, rapi dan keamanan 24 jam.

3. Lokasi

Buchari (2003:103) mengemukakan bahwa lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya.

4. Penyesuaian Harga

Kotler dan Keller (2007:102) menyatakan bahwa perusahaan-perusahaan biasanya tidak menetapkan hanya satu harga, melainkan struktur penetapan harga yang mencerminkan perbedaan dalam permintaan dan biaya geografis, tuntutan segmen pasar, waktu pembelian, tingkat pemesanan, frekuensi pengiriman, jaminan, kontrak perbaikan, dan faktor-faktor lainnya.

5. Keputusan Pembelian

Menurut Kotler (2005:202), keputusan pembelian adalah karakteristik pembeli dan proses pengambilan keputusannya akan menimbulkan keputusan pembelian. Tahap-tahap keputusan pembelian:

1. Pengenalan kebutuhan
2. Pencarian informasi
3. Evaluasi alternatif
4. Keputusan pembelian
5. Tingkah laku pasca pembelian

METODE PENELITIAN

A. Variabel Penelitian dan Jenis Penelitian

Berdasarkan judul yang digunakan dalam penelitian ini maka variabel yang digunakan adalah konsep perumahan, lokasi, penyesuaian harga, dan keputusan pembelian pada perumahan Pesona Prima Griya Makassar.

B. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui ketepatan alat ukur yang digunakan dalam penelitian. Ghazali (2001:45) mengatakan bahwa uji validitas ini dapat dilakukan dengan menggunakan korelasi antar skor butir pernyataan total skor variabel.

2. Uji Realibilitas

Uji realibilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Uji realibilitas ini dilakukan untuk menguji konsistensi jawaban dari responden melalui pernyataan yang

diberikan. Pada pengujian realibilitas ini, peneliti menggunakan metode statistik *Split Half Reliability*, yaitu teknik pengujian reliabilitas instrumen dengan cara membaginya menjadi dua bagian.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, variabel pengganggu memiliki distribusi normal. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau paling tidak mendekati normal. Uji statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah normalitas residual adalah uji statistik non-paramedik Kolmogorov-Smirnov (K-S) dengan taraf signifikansi 5% atau 0,05.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dalam penelitian ini digunakan untuk menguji apakah ada korelasi atau hubungan di antara variabel konsep perumahan, lokasi, dan penyesuaian harga terhadap keputusan pembelian. Ghazali (2011:92) mengatakan bahwa multikolinearitas dideteksi dengan menggunakan nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF).

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghazali (2013:105) uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Penelitian ini menggunakan uji Glejser. Apabila nilai koefisien signifikansi lebih dari 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas atau model regresi tersebut bersifat homokedastisitas.

C. Metode Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan analisis statistik deskriptif yaitu dengan menyebarkan kuesioner yang diisi oleh penghuni perumahan Pesona Prima Griya. Statistik deskriptif memberikan gambaran mengenai suatu data. Statistik deskriptif menjelaskan mengenai karakteristik responden dan variabel yang digunakan.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2013:210) menyatakan bahwa analisis regresi berganda merupakan suatu alat analisis yang digunakan untuk memprediksikan berubahnya nilai variabel tertentu bila variabel lain berubah. Analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui adanya hubungan antara variabel X_1 (konsep perumahan), X_2 (lokasi), X_3 (penyesuaian harga), dan Y (keputusan pembelian). Rumus yang digunakan yaitu:

$$KP = a + \beta_1 Kon + \beta_2 Lok + \beta_3 Hrg$$

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel bebas menjelaskan variabel terikat. Di dalam output SPSS, koefisien determinasi terletak pada tabel *Model Summary* dan tertulis *Adjusted R Square*. Nilai R^2 sebesar 1, berarti fluktuasi variabel terikat seluruhnya dapat dijelaskan oleh variabel bebas dan tidak ada faktor lain yang menyebabkan fluktuasi variabel terikat.

4. Uji Statistik t

Ghozali (2005:84) mengemukakan bahwa uji statistik t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat dan digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh masing-masing variabel bebas secara individual variabel terikat yang diuji pada tingkat signifikansi 0,05.

5. Uji Statistik F

Uji statistik F menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Jika nilai probabilitas lebih besar dari 0,05, maka semua variabel bebas tidak mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel terikat. Sebaliknya, jika nilai probabilitas lebih kecil dari 0,05, maka semua variabel bebas mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel terikat.

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Responden

Jenis Kelamin :	Jumlah :
Pria	53 Orang
Wanita	27 Orang
Umur :	
20-30	40 Orang
31-40	24 Orang
>40	16 Orang
Pendidikan :	
SMA	23 Orang
Diploma	11 Orang
S1	34 Orang
S2	12 Orang
Pekerjaan :	
PNS	22 Orang
Pegawai Swasta	25 Orang
Wiraswasta	18 Orang
Lain-lain	15 Orang

B. Analisis Data

1. Uji Validitas

No.	Butir Pernyataan	Rtabel	Rhitung	Keterangan
1	Konsep Perumahan			
	Pernyataan 1	0,220	0,331	Valid
	Pernyataan 2	0,220	0,440	Valid
	Pernyataan 3	0,220	0,652	Valid
	Pernyataan 4	0,220	0,273	Valid
	Pernyataan 5	0,220	0,697	Valid
	Pernyataan 6	0,220	0,697	Valid
	Pernyataan 7	0,220	0,333	Valid
2	Lokasi			
	Pernyataan 1	0,220	0,557	Valid
	Pernyataan 2	0,220	0,398	Valid
	Pernyataan 3	0,220	0,603	Valid
	Pernyataan 4	0,220	0,597	Valid
	Pernyataan 5	0,220	0,663	Valid
	Pernyataan 6	0,220	0,506	Valid
	Pernyataan 7	0,220	0,583	Valid
3	Penyesuaian Harga			
	Pernyataan 1	0,220	0,390	Valid
	Pernyataan 2	0,220	0,598	Valid
	Pernyataan 3	0,220	0,593	Valid
	Pernyataan 4	0,220	0,646	Valid
	Pernyataan 5	0,220	0,654	Valid
	Pernyataan 6	0,220	0,704	Valid
4	Keputusan Pembelian			
	Pernyataan 1	0,220	0,635	Valid
	Pernyataan 2	0,220	0,550	Valid
	Pernyataan 3	0,220	0,619	Valid
	Pernyataan 4	0,220	0,656	Valid
	Pernyataan 5	0,220	0,609	Valid
	Pernyataan 6	0,220	0,369	Valid
	Pernyataan 7	0,220	0,546	Valid
	Pernyataan 8	0,220	0,630	Valid

2. Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha	Keterangan
Konsep Perumahan	0,422	Reliabilitas sedang
Lokasi	0,585	Reliabilitas sedang
Penyesuaian Harga	0,563	Reliabilitas sedang
Keputusan Pembelian	0,705	Reliabilitas tinggi

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.35885716
	Absolute	.078
Most Extreme Differences	Positive	.050
	Negative	-.078
Kolmogorov-Smirnov Z		.702
Asymp. Sig. (2-tailed)		.709

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

b. Uji Multikolinearitas

Variabel	VIF	Keterangan
Konsep Perumahan	1,151	Tidak multikolinear
Lokasi	1,490	Tidak multikolinear
Penyesuaian Harga	1,377	Tidak multikolinear

c. Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig	Keterangan
Konsep Perumahan	0,464	Tidak heteroskedastisitas
Lokasi	0,134	Tidak heteroskedastisitas
Penyesuaian Harga	0,806	Tidak heteroskedastisitas

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	11.716	5.277		2.220	.029
Konsep Perumahan	.159	.171	.098	.931	.355
Lokasi	.280	.134	.250	2.093	.040
Penyesuaian Harga	.361	.139	.298	2.590	.012

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

5. Uji Statistik F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	329.728	3	109.909	9.372	.000 ^b
Residual	891.272	76	11.727		
Total	1221.000	79			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Penyesuaian Harga, Konsep Perumahan, Lokasi

6. Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.520 ^a	.270	.241	3.425

a. Predictors: (Constant), Penyesuaian Harga, Konsep Perumahan, Lokasi

PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh konsep perumahan, lokasi, dan penyesuaian harga terhadap keputusan pembelian penghuni perumahan Pesona Prima Griya Makassar. Secara umum, penelitian ini menunjukkan bahwa hasil dari konsep perumahan, lokasi, dan penyesuaian harga cukup memuaskan. Hasil analisis deksriptif menunjukkan bahwa konsep perumahan, lokasi, dan penyesuaian harga pada perumahan Pesona Prima Griya secara umum sudah cukup baik. Hal ini dapat

ditunjukkan dari banyaknya tanggapan keputusan pembelian yang sedang dari responden terhadap kondisi masing-masing variabel penelitian.

Hasil uji regresi linear berganda yang telah dilakukan, memberikan hasil bahwa variabel yang paling berpengaruh adalah variabel penyesuaian harga. Secara parsial, variabel konsep perumahan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap variabel keputusan pembelian. Variabel lokasi dan penyesuaian harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan. Sedangkan secara simultan, variabel konsep perumahan, lokasi, dan penyesuaian harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel konsep perumahan memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dikarenakan setiap perumahan memiliki konsep yang berbeda-beda dengan fasilitas yang berbeda pula sehingga perumahan akan sulit jika ingin menyesuaikan dengan keinginan setiap penghuni terhadap konsep perumahan. Hal ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Muradlo (2010) yang menghasilkan bahwa pengaruh konsep perumahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan jawaban responden pada kuesioner penelitian ini indikator yang paling tinggi mempengaruhi adalah perumahan yang aman dan diawasi ketat oleh *security* dan pengawasan 24 jam, namun tidak ada responden yang mengemukakan alasannya bahwa konsep perumahan yang menjadi faktor utama dalam memutuskan membeli rumah di Pesona Prima Griya Makassar. Sehingga itu memperkuat hasil uji, bahwa konsep perumahan memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Hasil penelitian di atas dapat diketahui bahwa variabel lokasi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan uji *f* yang telah dilakukan, memberikan hasil bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dikarenakan bahwa lokasi yang strategis, yang dekat dengan pusat perbelanjaan, klinik, sekolah, dan bebas dari banjir akan menciptakan keputusan pembelian konsumen. Swastha dan Irawan (2003:339) mengemukakan bahwa lokasi adalah letak pada daerah yang strategis sehingga dapat memaksimalkan laba. Berdasarkan jawaban responden pada kuesioner penelitian ini terlihat bahwa indikator kedua yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu lokasi perumahan yang bebas banjir dan dekat dengan pusat perbelanjaan, sekolah, dan tempat peribadatan. Selain itu, lokasi perumahan yang memiliki akses yang banyak sehingga penghuni dengan mudah dapat pulang ke rumah dengan memilih akses yang terdekat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel penyesuaian harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Mahardini (2012) yaitu variabel penyesuaian harga memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Menurut Dirawan (2010:34) lewat harga, konsumen dapat menilai gambaran kualitas produk, dengan membandingkan suatu produk dengan produk lainnya, melihat kesesuaian harga dengan kualitas

produk, dan keterjangkauan harga yang ditawarkan. Berdasarkan jawaban responden pada penelitian ini, terlihat bahwa indikator yang paling mempengaruhi keputusan pembelian adalah harga sesuai dengan kualitas perumahan. Hal ini memberikan bukti bahwa harga yang terjangkau, dengan memberikan potongan dan harga promosi menarik konsumen untuk membeli rumah di Pesona Prima Griya. Selain itu, harga juga disesuaikan dengan lokasi rumah, yaitu rumah yang berlokasi di pojok dan memiliki kelebihan tanah menjadi pertimbangan konsumen dalam mengambil keputusan.

Responden pada perumahan Pesona Prima Griya merupakan konsumen yang bersifat rasional, yaitu konsumen yang membeli barang berdasarkan kebutuhannya dengan mutu yang terjamin dan harga yang sesuai dengan kemampuan konsumen. Hal itu diperkuat dengan hasil dari penelitian yang mengatakan bahwa, variabel yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen adalah penyesuaian harga.

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor lokasi dan penyesuaian harga secara parsial mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan faktor konsep perumahan memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian penghuni Pesona Prima Griya Makassar.
2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor konsep perumahan, lokasi, dan penyesuaian harga secara simultan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian penghuni Pesona Prima Griya Makassar.
3. Variabel penyesuaian harga merupakan variabel yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian penghuni perumahan Pesona Prima Griya Makassar.
4. Nilai koefisien determinasi sebesar 0,270. Hal ini berarti 27% dari keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel konsep perumahan, lokasi, dan penyesuaian harga. Sedangkan sisanya 73% dijelaskan oleh faktor atau variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

B. Saran

1. Bagi perusahaan

Diharapkan penelitian ini dapat membantu perusahaan dalam mengembangkan strategi pemasarannya dalam menghadapi persaingan. Khususnya informasi untuk mengetahui pengaruh konsep perumahan, lokasi, dan penyesuaian harga terhadap keputusan pembelian penghuni perumahan Pesona Prima Griya Makassar. Pengkajian faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian perlu dilakukan, karena dengan mengetahui banyak faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, pengembang akan lebih mampu melakukan pengembangan perumahan yang sesuai dengan permintaan pasar.

2. Bagi investor

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi para investor, khususnya di bidang properti bahwa variabel penyesuaian harga dominan terhadap penciptaan keputusan pembelian. Sehingga pemberian harga harus diperhatikan oleh investor pengembang apabila ingin keputusan pembelian tercipta dan dapat menghasilkan keuntungan baik bagi perusahaan maupun bagi konsumen perumahan.

3. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan acuan bagi penelitian lain bahwa variabel lokasi mempunyai pengaruh cukup besar dalam mempengaruhi keputusan pembelian penghuni perumahan dan diharapkan dapat dijadikan dasar pembelajaran bagi peneliti lain untuk melakukan penelitian yang sama sebagai bahan perbandingan.

DAFTAR PUSTAKA

- AIREA, (*American Institute of Real Estate Appraisers*). 2001. *The Appraisal of Real Estate*, 12th Edition. Chicago
- Akdon dan Ridwan. 2010. *Rumus dan Data dalam Analisis Statistika*, Cetakan Kedua. Bandung: Alfabeta
- Buchari, Alma. 2003. *Manajemen Penjualan dan Pemasaran Jasa*. Jakarta: Alfabeta
- Darmalianti, Andi Rezky. 2017. *Analisis Penyediaan Peruntukan Lahan RTH dalam Pembangunan Perumahan Di Kota Sinjai (Studi kasus: BTN Gojeng Permai)*, Tugas Akhir S1, Jurusan Perencanaan Wilayah dan Kota. UIN Alauddin Makassar
- Dinawan. 2020. *Kualitas Produk : Alat Strategi Yang Penting*, Free Press. Jakarta. PT Raja Grafindo Persada
- Firdian Rieza dan Rafsandjani. 2017. *Pengantar Bisnis Bagi Pemula*. Malang: Kautsar Abadi
- Ghozali, Imam. 2001. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP
- _____. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP
- _____. 2013. *Aplikasi analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Edisi Ketujuh. Semarang: Badan Penerbit UNDIP

Guilford, Joy Paul. 1956. *Fundamental Statistic In Psychology and Education*. 3rd Edition. New York : McGraw-Hill Book Company Inc

Hendrawaty Rina dan Nukhan Pribadi. 2017. *Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen dalam Pembelian Rumah Di Perumahan Green Hills Regency Trenggalek (Studi Kasus PT. Rimbun Perusahaan Developer Cabang Trenggalek)*

Haeruddin, M. Ilham Wardhana dan M. Ikhwan Maulana Haeruddin. 2016. *Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Penjualan Mobil Merek Toyota Yaris (Studi Kasus : P.T. Hadji Kalla Makassar)*. Economix. Universitas Negeri Makassar

<https://tumoutounews.com/2018/04/11/jumlah-penduduk-sulawesi-selatan-terbaru-tahun-2018/> diakses pada tanggal 18 Maret 2019

https://www.kjpptrisanti.com/index.php?option=com_content&view=article&id=50%3Apenilaian-aset&catid=31%3Aumum-jasa-dan-pelayanan&itemid=57&limitstart=1 diakses pada tanggal 21 Maret 2019

Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*, Jilid I & II. Jakarta: Indeks

Kotler Philip dan Kevin Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*, Edisi keduabelas, Jilid kedua. Jakarta: Indeks.

Mahardini, Ismi. 2012. *Analisi Pengaruh Harga, Pendapatan, Lokasi, dan Fasilitas Terhadap Permintaan Rumah Sederhana (Studi Kasus Perumahan Puri Dinar Mas Semarang)*, Tugas Akhir S1 Jurusan Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan. Universitas Diponegoro Semarang

Majalah Properti Indonesia. 2015. *Konsep Perumahan*. Jakarta: Totalmegah Medianusa

_____. 2016. *Konsep Perumahan*. Jakarta: Totalmegah Medianusa

_____. 2018. *Konsep Perumahan*. Jakarta: Totalmegah Medianusa

_____. 2019. *Konsep Perumahan*. Jakarta: Totalmegah Medianusa

Marpaung , Grace. 2011. *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumen Terhadap Permintaan Perumahan*

Murtadlo, Ali. 2010. *Analisis Pengaruh Konsep Perumahan, Lokasi dan Penyesuaian Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Perusahaan Properti Perumahan (Studi kasus pada masyarakat penghuni perumahan*

The Green BSD City), Tugas Akhir S1, Jurusan Manajemen. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta

Niracani, Galuh Aji. 2005. *Studi Perubahan Penggunaan Ruang Pemukiman Kampung Kauman Semarang*, Tugas Akhir S1, Jurusan Perencanaan Wilayah dan Kota. Universitas diponegoro

Rares Angelina dan Rotinsulu Jorie. 2015. *Pengaruh Harga, Promosi, Lokasi, Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Bengkel Gaoel Manado Town Square*.

Rifai, Bachtiar. 2008. *Analisis Konsep Perumahan dan Komitmen Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Perusahaan Pengembang Properti Perumahan di Lokasi Ciputat Timur)*, Tugas Akhir S1 Jurusan Manajemen. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta

Santoso, Budi. 2013. *Profit Berlipat dengan Investasi Tanah dan Rumah*. Jakarta: Elex Media Komputindo

Singgih Santoso dan Tjiptono. 2001. *Riset Pemasaran Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*. Jakarta: Elex Media Komputindo

Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran, Teori dan Implementasi*.

Yogyakarta: Andi Publisher

Sugiyono. 2001. *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta

_____. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

_____. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

_____. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta

_____. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Sukirno, Sadono. 2005. *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*, Edisi Ketiga. Jakarta: Raja Grafindo Persada

Surat Keputusan Menteri Negara Perumahan Rakyat No.05/KPTS/BK4PN/1995 Tanggal 23 Juni 1995

Swastha Basu dan Irawan. 2003. *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi Kedua, Cetakan Kesebelas. Yogyakarta: Liberty Offset

Swastha Basu dan Ibnu Sukotjo. 2002. *Pengantar Bisnis Modern*, Edisi keenam. Yogyakarta: Liberty

Undang-undang 1 tahun 2011 Tentang Perumahan dan Pemukiman

Undang-undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2002 Pasal 12 Ayat 1 Tentang Bangunan Gedung

Undang-undang Nomor 4 Tahun 1992 Pasal 1 Ayat 2

Wicaksono, dkk. 2007. *Bisnis Properti Indonesia*, No.1157. Jakarta: Totalmegah Medianusa

Yosita Lucy, dkk. 2015. *Strategi Perencanaan dan Perancangan Perumahan Pada Era Kontemporer*. Bandung: Deepublish