

Analisis Keputusan Pembelian Perumahan Pada PT Ardan Greenland Propertindo Purworejo

Agus Fitri Yanto ¹, Dwi Irawati ²

Program Studi Administrasi Bisnis Politeknik Sawunggalih Aji
Jl. Wismoaji no. 38 Kutoarjo, Purworejo
Email : agusfitri2011@gmail.com, dwiirawatidc80@gmail.com

Abstract

Increasingly increasing population makes the need for housing to increase. Seeing the increasing need for housing makes business in the housing sector wide open and growing. One company engaged in housing or property is PT Ardan Greenland Propertindo Purworejo. This study aims to analyze location, service and product quality factors towards housing purchase decisions at PT Ardan Greenland Propertindo Purworejo. This study uses a method that is "descriptive" which is a research method by investigating the circumstances, conditions and situations in which the results are presented in the form of reports. The types of data used by the author are quantitative and qualitative data. Data analysis in this study uses Multiple Linear Regression with the SPSS program.

The results showed that the location, service, and product quality variables were 54.7% correctly based on the test of determination, based on the t test. It can be seen that the location variables influence the housing purchase decision at PT Ardan Greenland Propertindo Purworejo, while the service does not affect housing purchasing decisions at PT Ardan Greenland Propertindo Purworejo, and product quality variables influence housing purchase decisions at PT Ardan Greenland Propertindo Purworejo. F test analysis of the influence of location, service and product quality simultaneously influence the housing purchase decision at PT Ardan Greenland Propertindo Purworejo.

Keywords: Location, Service, Product Quality and Purchasing Decision

1. PENDAHULUAN

Perkembangan dunia usaha seiring sejalan dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih sehingga menambah kemudahan bagi para pelaku usaha. Hal ini juga berdampak baik bagi kelangsungan usaha, yang mana para pelaku usaha yang menggunakan teknologi dengan baik akan mendapat keuntungan dari pemanfaatan teknologi tersebut.

Salah satu bisnis yang mengalami perkembangan pesat adalah bisnis di bidang jasa, karena pada dasarnya banyak masyarakat yang menggunakan jasa dari berbagai perusahaan bidang jasa. Hal ini terlihat dari berkembangnya industri jasa seperti bisnis travel, rumah sakit, perbankan, asuransi dan perusahaan-perusahaan jasa profesional seperti konsultan, pengacara, bahkan jasa pengembang perumahan.

Adanya bisnis perumahan ini akan membantu mereka yang menginginkan rumah pribadi tanpa harus bersusah payah untuk mendirikan bangunan sendiri, yang artinya semua sudah ditanggung oleh pihak pengembang untuk

mengurus segala keperluan pembangunan rumah. Namun banyaknya para pengembang perumahan di Purworejo membuat masyarakat sulit untuk menentukan pilihan sehingga hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi para pengembang untuk lebih memperhatikan produk yang dipasarkan agar mampu menarik perhatian masyarakat. Perilaku masyarakat dalam menentukan pilihan dalam membeli rumah berbeda-beda sehingga pengembang harus memperhatikan kondisi pasar dan mampu memenuhi keinginan konsumen.

Banyaknya usaha *property* di Purworejo membuat persaingan semakin ketat dan mereka berlomba mempromosikan produknya. Salah satunya adalah PT Ardan Greenland Propertindo Purworejo yang beralamat di Ruko Plaza Jalan Veteran Blok A NO 10 Purworejo. Perusahaan *property* yang baru berdiri tahun 2015 ini didirikan oleh Ardani Yusuf. Selain bidang *property*, perusahaan ini juga menangani bidang jasa lainnya yaitu arsitektur dan kontraktor.

PT Ardan Greenland Propertindo sangat memperhatikan keinginan konsumen, bisa diambil contoh konsumen PT Ardan Greenland Propertindo Purworejo yang menginginkan desain yang berbeda ataupun menginginkan bahan bangunan yang memiliki kualitas bagus dan hal lain yang berkaitan dengan perumahan akan diberikan sesuai dengan keinginan sehingga konsumen akan merasa puas dan percaya terhadap pihak pengembang.

PT Ardan Greenland Propertindo juga memberikan pelayanan terbaik bagi konsumen, salah satunya adalah apabila ada konsumen yang ingin mengunjungi lokasi perumahan yang akan dibeli, dengan senang hati pihak pengembang akan mengantarkan konsumen ke lokasi yang diinginkan. Hal ini dilakukan agar konsumen puas dan yakin dengan lokasi tersebut sehingga akan membuat keputusan untuk membeli perumahan di PT Ardan Greenland Propertindo.

Pada dasarnya produk perumahan merupakan produk yang banyak dicari oleh masyarakat, selain sebagai suatu investasi untuk sebagian orang, perumahan juga sebagai ladang untuk mendapatkan keuntungan bagi pemiliknya, misal dijadikan sebagai kontrakan. Perumahan yang dekat dengan pusat kota ataupun fasilitas umum akan banyak dicari orang yang mencari tempat tinggal yang mana akan memberikan keuntungan pula bagi mereka yang mengontrak dengan adanya fasilitas umum tersebut.

Seorang konsumen yang akan membeli perumahan sebagian besar akan memperhatikan faktor lokasi, karena pada dasarnya lokasi menjadi unsur penting bagi konsumen dalam membeli perumahan. Sebagian perumahan yang di bangun oleh PT Ardan Greenland Propertindo Purworejo memiliki lokasi yang strategis, dimana lokasi tersebut dekat dengan berbagai fasilitas umum yang akan memberikan keuntungan bagi pemilik perumahan. Hal ini akan menjadi pertimbangan konsumen, karena dalam penentuan lokasi, konsumen mampu mengetahui apakah lokasi tersebut mudah dijangkau atau tidak, dekat dengan fasilitas umum dan lain sebagainya. Selain itu, lokasi yang strategis dan aman akan memberikan kenyamanan bagi konsumen dalam membeli sebuah perumahan. Perumahan yang dibangun oleh PT Ardan Greenland Propertindo Purworejo bisa dibilang terletak ditempat yang aman. Faktor lokasi juga menjadi pertimbangan konsumen dalam melihat peluang di masa depan, karena perkembangan zaman akan semakin berkembang dan konsumen pun dapat mengambil peluang dengan adanya lokasi yang strategis, sehingga PT

Ardan Greenland Propertindo Purworejo sangat memperhatikan dalam menentukan faktor lokasi.

Faktor lain yang terkadang diperhatikan oleh konsumen adalah faktor pelayanan. Faktor pelayanan memberikan efek bagi konsumen, karena pada dasarnya pelayanan yang ramah akan memberikan kepuasan tersendiri bagi konsumen. Karyawan PT Ardan Greenland Propertindo Purworejo yang ramah dan sopan dengan konsumen membuat konsumen menjadi senang. Selain ramah dan sopan, penjelasan mengenai perumahan yang dijelaskan oleh karyawan membuat konsumen merasa puas, sehingga konsumen memiliki minat lebih untuk mengetahui produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan. Banyak konsumen yang memperhatikan faktor layanan, karena dengan melihat pelayanan yang baik, hal ini berpengaruh terhadap sikap dan perilaku yang nampak dari perusahaan tersebut.

Selain faktor lokasi dan pelayanan, kualitas produk juga menjadi pertimbangan konsumen yang penting untuk diperhatikan. PT Ardan Greenland Propertindo memberikan kualitas produk yang terbaik, dengan bahan bangunan yang digunakan serta pengerjaan yang teliti dan cepat. Hal ini bisa dilihat dari deskripsi perumahan yang ditulis secara rinci oleh pihak pengembang guna memberikan pengetahuan kepada konsumen perihal bentuk rumah serta bahan yang digunakan.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka rumusan masalah yang diangkat yaitu sejauh mana faktor lokasi, pelayanan, dan atau kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian perumahan pada PT Ardan Greenland Propertindo Purworejo.

2. KAJIAN TEORI

Pemasaran

Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan, dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain (Daryanto, 2011:01). Pemasaran memiliki konsep inti: keinginan, kebutuhan, permintaan; produk, nilai, biaya dan kepuasan; penukaran transaksi, relasi, dan pemasaran serta pemasar.

Memasarkan sebuah produk bukan hal yang mudah bagi sebuah perusahaan, karena pada dasarnya pemasaran dilakukan untuk memberikan pengaruh kepada konsumen untuk membeli ataupun mengkonsumsi produk tersebut (Kotler dalam Ginting, 2011:15).

Konsumen

Konsumen berasal dari Bahasa asing (Belanda/Inggris), *consumenten* dan *consumer* yang arti harafiahnya adalah pembeli. Pengertian lain dari konsumen sangat luas, beragam dan sangat terkait erat dengan tujuan seseorang membeli suatu produk misalnya sebagai pengguna atau *users*. Konsumen juga dimaknai sebagai pemakai, penikmat, pemanfaat, pemakan, peminum, penerima, pendengar, pemirsa, dan masih banyak lagi (Mulyadi Nitisusastro, 2013:24).

Lokasi

Menurut Budi Santoso dan Achmad Adhithio (2013:33-34) Lokasi sangat berperan penting dalam keberhasilan investasi properti merupakan anggapan yang dapat diterima banyak kalangan. Dengan pemilihan lokasi yang jitu, resiko kerugian bisa diminimalkan, terlebih lagi jika lokasi tersebut bernilai tinggi. Para pakar ataupun praktisi properti mungkin tidak ada yang membantah bahwa lokasi merupakan satu kunci pokok dalam investasi properti.

Pelayanan

Menurut Otto R Payangan (2013:143) Kualitas diartikan sebagai segala sesuatu yang menentukan kepuasan pelanggan dan upaya perubahan ke arah perbaikan terus menerus, sehingga di kenal istilah "*Q-MATCH*" (*Quality = Meets Agreed Terms and Changes*). Kualitas pelayanan merupakan kualitas interaksi, lingkungan fisik, dan hasil yang diterima oleh pelanggan dalam memenuhi tingkat kepuasannya.

Kualitas Produk

Product adalah merupakan titik sentral dari kegiatan *marketing*. Produk ini dapat berupa barang dan dapat pula berupa jasa. Jika tidak ada produk, tidak ada pemindahan hak milik maka tidak ada *marketing*. Semua kegiatan *marketing* lainnya, dipakai untuk menunjang gerakan produk. Satu hal perlu diingat ialah, bagaimana hebatnya usaha promosi, distribusi, dan *price*, jika tidak diikuti dengan produk yang bermutu, disenangi oleh konsumen, maka usaha *marketing mix* ini tidak akan berhasil (Buchari Alma, 2011:205).

Keputusan Pembelian

Pengambilan keputusan seseorang dalam melakukan pembelian bukan hal yang mudah bagi seseorang, banyak pertimbangan yang akan mereka lakukan. Keputusan yang akan diambil menjadi faktor penting bagi kegunaan produk yang dibeli.

Banyaknya faktor pertimbangan yang dilakukan oleh konsumen, hal ini akan memudahkan mereka dalam memutuskan untuk membeli, sehingga mereka lebih yakin dengan apa yang mereka beli.

Menurut Nugroho J.Setiadi (2013:343) dalam pengambilan sebuah keputusan seorang konsumen menjadikan sebuah keputusan membeli menjadi suatu masalah yang harus diselesaikan, karena ada hal yang ingin dicapai atau dipuaskan oleh konsumen tersebut. Konsumen membuat keputusan perilaku mana yang ingin dilakukan untuk dapat mencapai sasaran mereka, dan dengan demikian "memecahkan masalahnya".

3. PEMBAHASAN

Dalam penelitian analisis keputusan pembelian perumahan ini, diperoleh data dari responden sebanyak 40 konsumen. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dibedakan menjadi dua macam, yaitu laki-laki dan perempuan.

Tabel 4.1

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

No.	Jenis	Jumlah	Presentase
1	Laki-laki	26	65%
2	Perempuan	14	35%

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin didominasi oleh laki-laki, yang mana jumlah dari laki-laki sebanyak 26 responden dan perempuan hanya 14 responden, 65% pembeli perumahan laki-laki dan 35% adalah perempuan.

Karakteristik responden berdasarkan umur dibedakan menjadi enam, yakni mulai dari usia 25-30 tahun, 30-35 tahun, 35-40 tahun, 40-45 tahun, 45-50 tahun dan 50 tahun ke atas.

Tabel 4.2

Karakteristik responden berdasarkan umur

No.	Umur	Jumlah	Presentase
1	25-30 tahun	4	10%
2	30-35 tahun	7	17.5%
3	35-40 tahun	8	20%
4	40-45 tahun	10	25%
5	45-50 tahun	5	12.5%
6	50 tahun ke atas	6	15%

Umur 40-45 tahun mendominasi responden yang mana jumlah responden tersebut sebanyak sepuluh responden. Selanjutnya diikuti usia 35-40 tahun sebanyak 8 orang, usia 30-35 tahun sebanyak 7, usia 50 tahun ke atas sebanyak 6 orang, usia 45-50 tahun sebanyak 5 orang dan usia 25-30 tahun sebanyak 4 orang.

Dalam penelitian mengenai keputusan pembelian perumahan pada PT Ardan Greenland Propertindo Purworejo, karakteristik pekerjaan responden dibagi dalam sebelas macam jenis pekerjaan. Pekerjaan tersebut diantaranya pegawai swasta, pegawai negeri, wiraswasta, TNI/Polri, guru/dosen, tidak bekerja (IRT), buruh harian lepas, dokter, penata rias, pedagang, dan pensiunan.

Tabel 4.3
Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

No.	Pekerjaan	Jumlah	Presentase
1	Pegawai Swasta	7	17.9%
2	Pegawai Negeri	3	7.7%
3	Wiraswasta	15	38.5%
4	TNI/Polri	2	5.1%
5	Guru/Dosen	2	5.1%
6	Tidak Bekerja (IRT)	3	7.7%
7	Buruh Harian Lepas	2	5.1%
8	Dokter	2	5.1%
9	Penata Rias	1	2.6%
10	Pedagang	1	2.6%
11	Pensiunan	1	2.6%

Sumber: Data primer diolah

Berdasarkan data dari tabel 4.3 ada sebelas jenis pekerjaan responden. Dalam sebelas jenis pekerjaan, wiraswasta mendominasi jenis pekerjaan responden, yang selanjutnya ada pegawai swasta, pegawai negeri, tidak bekerja (IRT), TNI/Polri, Guru/Dosen, buruh harian lepas, dokter, penata rias, pedagang dan pensiunan.

Karakteristik responden berdasarkan penghasilan per bulan dibagi menjadi lima macam. Karakteristik penghasilan tersebut diantaranya kurang dari 2.000.000, selanjutnya 2.000-3.000.000, 3.000-4.000.000, 4.000.000-5.000.000, dan 5.000.000 ke atas.

Tabel 4.4
Karakteristik responden berdasarkan penghasilan per bulan

No.	Penghasilan	Jumlah	Presentase
1	<2.000.000	21	56.8%
2	2.000.000-3.000.000	11	29.7%
3	3.000.000-4.000.000	4	10.8%
4	4.000.000-5.000.000	0	0%
5	5.000.000 ke atas	1	2.7%

Sumber: Data Primer yang diolah

Karakteristik responden berdasarkan penghasilan per bulan, didominasi oleh penghasilan kurang dari 2.000.000, yang mana dari hasil diatas

terdapat 21 responden yang memiliki gaji kurang dari 2.000.000 dan dapat dipresentasikan 56.8%, selanjutnya penghasilan 2.000.000-3.000.000 sebanyak sebelas responden yang dipresentasikan sebanyak 29.7%, penghasilan 3.000.000-4.000.000 terdapat empat responden, yang mana jika dipresentasikan menjadi 10.8%,

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji sejauh mana ketepatan alat pengukur dapat mengungkapkan konsep gejala atau kejadian yang diukur. Uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya kuesioner. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan r tabel.

Tabel 4.5

Hasil Uji Validitas pernyataan variabel lokasi (X1)

Variabel	No Pernyataan	r hitung	r tabel	Kriteria
Lokasi	X1 1	0,767	0,312	Valid
	X1 2	0,606	0,312	Valid
	X1 3	0,826	0,312	Valid
	X1 4	0,822	0,312	Valid

Sumber: Data Primer diolah

Varibel lokasi (X1) yang terdiri dari empat pernyataan, menunjukkan bahwa tidak ada butiran pernyataan yang gugur, karena syarat terpenuhi yaitu nilai koefisien item total (*Corrected Item Total Correlation*) lebih dari 0,312 atau r hitung > r tabel. sehingga keempat butir pernyataan variabel lokasi (X1) tersebut dinyatakan valid dalam menjelaskan variabelnya. Jadi lokasi pada hasil uji validitas diatas dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan dapat digunakan untuk mengetahui faktor-faktor keputusan pembelian perumahan pada PT Ardan Greenland Propertindo Purworejo adalah valid. Hal ini dikarenakan r hitung dari keempat pernyataan tersebut lebih besar daripada r tabel.

Hasil uji validitas butir pernyataan untuk variabel pelayanan (X2) menunjukkan bahwa tidak ada butiran pernyataan yang gugur, karena syarat terpenuhi yaitu nilai koefisien item total (*Corrected Item Total Correlation*) lebih dari 0,312, sehingga keempat butir pernyataan variabel pelayanan (X2) tersebut dinyatakan valid dalam menjelaskan variabelnya. Jadi variabel pelayanan pada hasil uji validitas diatas disimpulkan bahwa semua item pernyataan dapat digunakan untuk mengetahui faktor-faktor keputusan pembelian perumahan pada PT Ardan Greenland Propertindo Purworejo adalah valid. Hal ini dikarenakan r hitung dari keempat pernyataan tersebut lebih besar daripada r tabel.

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas pernyataan variabel pelayanan (X₂)

Variabel	No Pernyataan	r hitung	r tabel	Kriteria
Pelayanan	X2_5	0,688	0,312	Valid
	X2_6	0,822	0,312	Valid
	X2_7	0,481	0,312	Valid
	X2_8	0,814	0,312	Valid

Sumber: Data Primer diolah

Hasil uji validitas butir pernyataan variabel pelayanan (X₂) menunjukkan bahwa tidak ada butiran pernyataan yang gugur, karena syarat terpenuhi yaitu nilai koefisien item total (*Corrected Item Total Correlation*) lebih dari 0,312, sehingga keempat butir pernyataan variabel kualitas produk tersebut dinyatakan valid dalam menjelaskan variabelnya. Jadi kualitas produk pada hasil uji validitas diatas, semua item pernyataannya dapat digunakan untuk mengetahui faktor-faktor keputusan pembelian perumahan adalah valid. Hal ini dikarenakan r hitung dari keempat pernyataan tersebut lebih besar daripada r tabel.

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas pernyataan untuk variabel kualitas produk (X₃)

Variabel	No Pernyataan	r hitung	r tabel	Kriteria
Kualitas Produk	X3_9	0,875	0,312	Valid
	X3_10	0,868	0,312	Valid
	X3_11	0,87	0,312	Valid
	X3_12	0,436	0,312	Valid

Sumber: Data Primer diolah

Hasil uji validitas butir pernyataan untuk variabel keputusan pembelian (Y) yang terdiri dari empat pernyataan, menunjukkan tidak ada butir pernyataan yang gugur, karena syarat terpenuhi yaitu nilai koefisien item total (*Corrected Item Total Correlation*) lebih dari 0,312. Keempat butir pernyataan variabel kualitas produk tersebut dinyatakan valid dalam menjelaskan variabelnya. Jadi keputusan pembelian pada hasil uji validitas diatas disimpulkan bahwa semua item pernyataan dapat digunakan untuk mengetahui faktor-faktor keputusan pembelian perumahan adalah valid. Hal ini dikarenakan r hitung dari keempat pernyataan tersebut lebih besar daripada r tabel.

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas pernyataan untuk variabel keputusan pembelian (Y)

Variabel	No Pernyataan	r hitung	r tabel	Kriteria
Keputusan Pembelian	X4_13	0,66	0,312	Valid
	X4_14	0,653	0,312	Valid
	X4_15	0,772	0,312	Valid
	X4_16	0,838	0,312	Valid

Sumber: Data Primer diolah

Uji Reliabilitas

Reliabilitas terkait dengan keandalan alat ukur, seberapa jauh alat ukur menghasilkan hasil yang kurang lebih sama ketika diterapkan pada sampel yang sama (Sufren & Natael, 2014:53). Pengukuran menggunakan rumus *alpha*, karena nilai butir mempunyai rentangan antara 1 dan 5. Rumus dapat digunakan untuk reliabilitas butir yang nilainya bukan 1 dan 0 (Suharsimi Arikunto, 2010:239).

Hasil olah data akan diinterpretasikan dengan tingkat keandalan koefisien korelasi (Suharsimi Arikunto, 2010:319), yaitu:

1. 0,800 sampai 1,000 adalah sangat tinggi.
2. 0,600 sampai 0,799 adalah tinggi.
3. 0,400 sampai 0,599 adalah cukup.
4. 0,200 sampai 0,399 adalah rendah.
5. 0,000 sampai 0,199 - sangat rendah (tak berkorelasi)

Penelitian ini menggunakan batasan tingkat keandalan koefisien korelasi minimal sebesar 0,600 (kategori tinggi).

Tabel 4.9
Hasil Uji Reliabilitas

No.	Variabel	Cronbrach's Alpha	Keterangan	Tingkat Reliabilitas
1	Lokasi	0,753	Reliabel	Tinggi
2	Pelayanan	0,666	Reliabel	Tinggi
3	Kualitas Produk	0,777	Reliabel	Tinggi
4	Keputusan Pembelian	0,708	Reliabel	Tinggi

Sumber: Data Primer Diolah

Berdasarkan tabel 4.13 variabel lokasi (X₁) memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,753. Variabel Pelayanan (X₂) memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,666. Variabel kualitas produk (X₃) memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,777. Variabel keputusan pembelian (Y) memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,708. Dapat disimpulkan bahwa hasil pengujian reliabilitas kuesioner yang diuji cobakan menunjukkan nilai koefisien reliabilitas yang masuk pada kategori tinggi (0,600 sampai 0,799).

Uji Regresi Berganda

Regresi berganda digunakan untuk menganalisis hubungan antara variabel dependen (tergantung) dan variabel independen (prediktor). Tujuan dari analisis regresi berganda adalah untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel prediktor terhadap variabel dependen, sehingga dapat memuat prediksi yang tepat. Persamaan regresi yang diperoleh adalah sebagai berikut:

1. Koefisien regresi variabel lokasi (X₁) yaitu 0,741. Maka adanya peningkatan lokasi akan mempengaruhi keputusan pembelian perumahan pada PT Ardan Greenland Propertindo sebesar 0,741.
2. Pada koefisien regresi variabel pelayanan (X₂) yaitu -,160 memiliki arah yang berlawanan. Dalam variabel pelayanan tidak ada pengaruh dalam keputusan pembelian perumahan pada PT Ardan Greenland Propertindo.
3. Koefisien regresi variabel kualitas produk (X₃) yaitu 0,271. Maka peningkatan kualitas produk, akan mempengaruhi keputusan pembelian perumahan pada PT Ardan Greenland Propertindo sebesar 0,271.

Koefisien Determinasi (*Adjusted R Square*)

Hasil output model menjelaskan bahwa R adalah korelasi berganda, yaitu korelasi antara dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai R berkisar antara 0 sampai 1. Jika mendekati 1 maka hubungan semakin erat, tetapi jika mendekati 0 maka hubungan semakin lemah. Nilai R 0,740 maka korelasi antara variabel lokasi, pelayanan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sebesar 0,740. Hal ini berarti terjadi hubungan yang erat karena nilai mendekati 1.

R Square (R²) atau kuadrat dari R, menunjukkan koefisien determinasi. Nilai R Square sebesar 0,547, artinya presentase pengaruh variabel lokasi, pelayanan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sebesar 54,7%, sedangkan sisanya sebesar 45,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Uji t

Analisis uji t digunakan untuk menguji apakah variabel bebas secara parsial atau individu berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Dengan dilakukan uji t dapat diketahui apakah variabel lokasi, pelayanan, dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian perumahan pada PT Ardan Greenland Propertindo Purworejo.

Tabel 4.10
Hasil dari uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,127	2,704		,787	,437
	Lokasi	,741	,123	,704	6,021	,000
	Pelayanan	-,160	,126	-,174	-1,270	,212
	Kualitas Produk	,271	,132	,275	2,060	,047

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data primer yang diolah

Hasil perhitungan koefisien regresi dengan uji T adalah sebagai berikut:

1. Nilai signifikansi variabel X₁ terhadap Y sebesar 0,000 < 0,05 dan nilai t hitung 6,021 > t tabel = 2,028. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima (terdapat pengaruh terhadap keputusan pembelian).
2. Nilai signifikansi variabel X₂ terhadap Y sebesar 0,212 > 0,05 dan nilai t hitung 1,270 < t tabel = 2,028. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H₁ ditolak (pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian).
3. Nilai signifikansi variabel X₃ terhadap Y sebesar 0,047 < 0,05 dan nilai t hitung 2,060 > t tabel = 2,028 sehingga disimpulkan bahwa hipotesis diterima (terdapat pengaruh terhadap keputusan pembelian).

Uji F

Uji F dilakukan untuk menguji signifikansi pengaruh beberapa variabel independen terhadap variabel dependen (Duwi Priyatno, 2014:158).

Tabel 4.11
Hasil dari uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	67,848	3	22,616	14,506	,000 ^b
	Residual	56,127	36	1,559		
	Total	123,975	39			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Lokasi, Pelayanan

Nilai signifikansi untuk pengaruh X₁, X₂, dan X₃ secara simultan terhadap Y adalah sebesar 0,000 < 0,05 dan nilai f hitung 14,506 > f tabel 2,86, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima, yang berarti terdapat pengaruh X₁, X₂, X₃ secara simultan terhadap Y.

Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil dari uji t dinyatakan bahwa lokasi dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian, sedangkan pelayanan tidak terdapat pengaruh dalam keputusan pembelian. Hasil penelitian menunjukkan hubungan antara

lokasi dengan keputusan pembelian yaitu letak perumahan atau lokasi menjadi pertimbangan dalam membeli rumah.

Dengan adanya lokasi, variabel yang sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian perumahan pada PT Ardan Greenland Propertindo Purworejo, maka dapat dikatakan bahwa keputusan pembelian perumahan dipengaruhi oleh lokasi. Hal ini mengindikasikan bahwa elemen-elemen *marketing mix* diantaranya lokasi dan produk perlu mendapatkan perhatian yang serius bagi pemasar, karena variabel tersebut akan mempengaruhi pertimbangan keputusan konsumen.

PT Ardan Greenland Propertindo selaku *developer* perlu mengkaji dan mengembangkan kebijakan bauran pemasaran, khususnya pada variabel lokasi karena memiliki pengaruh besar dalam pengambilan keputusan pembelian rumah. Hal ini dapat dilakukan dengan mencari lokasi strategis dan menambah daya tarik para konsumen. Lokasi yang strategis yaitu sesuai dengan pasar sasaran atau sesuai keinginan calon konsumen. Sebagai contoh yaitu di bagian timur dan selatan kota Purworejo dan disekitar bandara Yogyakarta Internasional *Airport* dengan membangun ruko dan perumahan untuk menambah daya tarik konsumen. Variabel bauran pemasaran yang lain juga perlu mendapatkan perhatian, misalnya dengan meningkatkan kualitas bangunan, menawarkan desain rumah yang menarik dan inovatif, harga yang terjangkau dan didukung dengan sarana dan prasarana yang memadai.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa secara parsial vaktor lokasi dan kualitas produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian perumahan pada PT Ardan Greenland Propertindo Purworejo, sedangkan pelayanan tidak memiliki pengaruh. Sedangkan secara bersama-sama, variabel lokasi, pelayanan, dan kualitas produk terdapat pengaruh terhadap keputusan pembelian perumahan pada PT Ardan Greenland Propertindo Purworejo.

Sebagaimana hasil analisis menunjukkan bahwa variabel lokasi memiliki koefisien regresi sebesar 6,021 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian hipotesis lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian perumahan. Hal ini berarti, semakin baik persepsi mengenai lokasi, maka semakin besar keputusan pembelian yang dilakukan konsumen.

Sedangkan variabel pelayanan memiliki koefisien regresi sebesar -1,270 dengan nilai

signifikansi sebesar $0,212 > 0,05$. Hal ini bernilai negatif. Dengan demikian hipotesis pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian perumahan pada PT Ardan Greenland Propertindo Purworejo. Variabel kualitas produk memiliki koefisien regresi sebesar 2,060 dengan nilai signifikansi sebesar $0,047 < 0,05$. Hal ini bernilai positif. Dengan demikian hipotesis kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian perumahan pada PT Ardan Greenland Propertindo.

Beberapa saran yang dapat diberikan antara lain sebagai berikut:

1. PT Ardan Greenland Propertindo perlu memperhatikan lokasi-lokasi yang akan dibangun untuk perumahan, yang mana dalam mencari lokasi tersebut harus strategis agar memiliki nilai jual yang tinggi dan sesuai dengan pasar sasaran. Lokasi yang strategis misal dengan adanya Bandara Yogyakarta Internasional *Airport*, PT Ardan Greenland Propertindo mampu memanfaatkan lingkungan sekitar bandara untuk membangun gedung, ataupun perumahan yang mana nantinya dapat disewakan ataupun diperjualbelikan.
2. PT Ardan Greenland Propertindo perlu memperhatikan kualitas produk dengan meningkatkan kualitas bangunan, menawarkan desain rumah yang menarik dan inovatif.

Daftar Pustaka

- Alma, Bukhari (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. CV Alfabeta: Bandung.
- Arikunto, Suharsimi (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktis*. Rineka Cipta: Jakarta.
- Bungin, Burhan. (2015). *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*. Prenada Media Group: Jakarta.
- Daryanto. (2011). *Sari Kuliah manajemen Pemasaran*. PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera: Bandung.
- Ginting, Nembah F Hartimbul. (2011). *Manajemen Pemasaran*. CV Yrama: Bandung.
- Mulyadi, Nitisusastro. (2013). *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*. CV Alfabeta: Bandung.
- Setiadi J Nugroho. (2013). *Perilaku Konsumen: Perspektif kontemporer pada Motif, Tujuan, Dan Keinginan Konsumen*. Kencana: Jakarta.