

**PENGARUH HARGA, LOKASI, DAN KUALITAS BANGUNAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PERUMAHAN PADA
PT. FLAMBOYAN JAYA UTAMA DI PALI**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat
guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



Diajukan Oleh :

TANIA MAHARANI

NPM. 2001110118

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TRIDINANTI
2025**

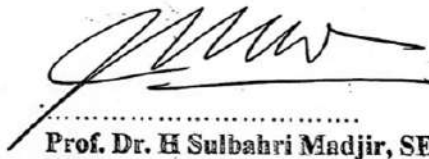
**UNIVERSITAS TRIDINANTI FAKULTAS
EKONOMI DAN BISNIS**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

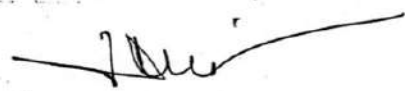
Nama : Tania Maharani
Nomor Pokok/NPM : 2001110118
Jurusan/Program Studi : Manajemen
Pendidikan : Strata 1
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Harga, Lokasi, dan Kualitas Bangunan Terhadap
Keputusan Pembelian Perumahan PT. Flamboyan Jaya Utama
di Pali

Pembimbing Skripsi

Tanggal 14-08-2025 Pembimbing I


Prof. Dr. H Sulbahri Madjir, SE,MM
NIDN : 0230066302

Tanggal 09-08-2025 Pembimbing II


Hj. Liliana SE., M.Si
NIDN : 0214066501

Mengetahui,

Dekan



Dr. H. Misy. Mikial, SE, M.Si, Ak.CA, CSRS
NIDN : 0205026401

Ketua Progam Studi



Dr. Yolanda Veybitha, S.E, M.Si
NIDN: 0226028303

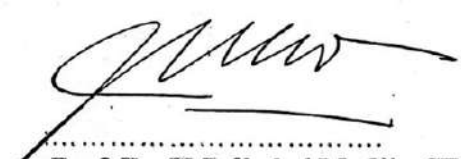
**UNIVERSITAS TRIDINANTI FAKULTAS
EKONOMI DAN BISNIS**

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

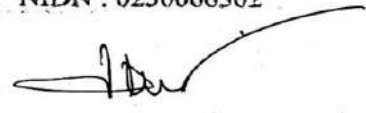
Nama : Tania Maharani
Nomor Pokok/NPM : 2001110118
Jurusan/Program Studi : Manajemen
Pendidikan : Strata 1
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Harga, Lokasi, dan Kualitas Bangunan Terhadap
Keputusan Pembelian Perumahan PT. Flamboyan Jaya Utama
di Pali

Pembimbing Skripsi

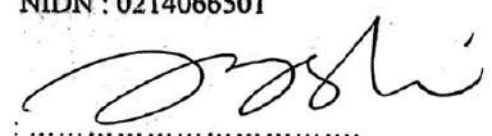
Tanggal 14-08-2025 Ketua Penguji


Prof. Dr. H Sulbahri Madjir, SE,MM
NIDN : 0230066302

Tanggal 4-08-2025 Penguji I


Hj. Lilliana SE., M.Si
NIDN : 0214066501

Tanggal 4-08-2025 Penguji II


Hj. Agustina Marzuki, SE., M.Si
NIDN : 0008086502

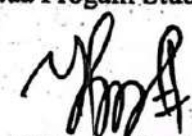
Mengetahui,

Dekan



Dr. H. Msy. Mikial, SE, M.Si, Ak.CA, CSRS
NIDN: 0205026401

Ketua Progam Studi


Dr. Yolanda Veybitha, S.E, M.Si
NIDN: 0226028303

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“ Sesungguhnya Besama Kesulitan Ada Kemudahan “

(Q.S Al – Insyirah : 5)

“Terlambat Bukan Berarti Gagal, Cepat bukan berarti Hebat. Terlambat bukan menjadi Alasan untuk menyerah, Setiap orang memiliki proses yang berbeda
PERCAYA PROSES itu yang paling penting karena ALLAH telah mempersiapkan hal baik dibalik kata proses yang kamu anggap rumit “

Ku persembahkan untuk :

- **Orang tuaku tercinta**
- **Keluargaku tersayang**
- **Dosen Pembimbingku**
- **Saudaraku**
- **Sahabatku**
- **Almamater**
- **Dan Masa Depan**

Kata Pengantar

Puji syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat yang dilimpahkan-Nya Sehingga pada akhirnya peneliti dapat menyelesaikan proposal skripsi ini dengan judul : **“Pengaruh Harga, Lokasi, dan Kualitas Bangunan Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan PT. Flamboyan Jaya Utama di Pali”**.

Peneliti menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak mungkin akan terwujud apabila tidak ada bantuan dari berbagai pihak, melalui kesempatan ini izinkan peneliti menyampaikan ucapan rasa terima kasih yang sebesar – besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Edizal, AE., MS. Selaku Rektor Universitas Tridianti
2. Ibu Dr. Msy. Mikial, S.E.,M.Si,Ak.CA,CSRS Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridianti.
3. Ibu Yolanda Veybitha, SE.,M,Si. Selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Tridianti.
4. Bapak Prof. Dr. H. Sulbahri Madjir, SE, MM sebagai pembimbing I yang telah memberikan bimbingan selama masa penyelesaian proposal berlangsung
5. Ibu Liliana SE, M.Si sebagai pembimbing II yang telah memberikan bimbingan selama masa penyelesaian proposal berlangsung.
6. Kepada seluruh Staff tata usaha Fakultas Ekonomi Universitas Tridianti yang sudah memberikan bantuan.
7. Kepada orang tua tercinta saya bapak Muhammad Irian Toni S.H.,M.H dan ibu saya Rossa yang selalu senantiasa memberikan do'a dan semangat dan dukungan yang tak henti-hentinya, sehingga saya dapat menyelesaikan kuliah dan skripsi ini dengan baik sesuai dengan apa yang orang tua harapkan.
8. Kepada partner terbaik saya Verdo Hardian Maha Putra yang selalu memberikan dukungan, memotivasi dan penyemangat terbaik yang tiada henti sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
9. Kepada teman-teman dan sahabat seperjuangan dalam penyusunan skripsi yang dukungan selalu memberi dukungan telah memberikan sedikit atau

banyak andil dan doa kepada saya dalam penyelesaian penelitian skripsi ini. Saya ucapkan banyak terima kasih.

Peneliti menyadari bahwa dalam skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan, untuk itu peneliti memohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kekurangan. Semoga Allah SWT memberikan balasan yang baik dan setimpal kepada semua pihak yang dengan susah payah membantu penulis dalam menyelesaikan proposal ini. Akhir kata peneliti berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi perkembangan dan kemajuan pendidikan kita semua.

Palembang, April 2025

Peneliti

Tania Maharani

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Tania Maharani

NPM : 2001110118

Program Studi : Manajemen

Program Pendidikan : Strata Satu (S1)

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis sendiridengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain. Kecuali, yang secara tertulis diacu dalam makalah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi dengan peraturan yang berlaku.

Palembang, 17 Juli 2025

Peneliti,



Tania Maharani

Daftar Isi

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
SURAT BEBAS PLAGIAT.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
RIWAYAT HIDUP.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Kajian Teoris.....	9
2.1.1 Keputusan Pembelian.....	9
2.1.1.1 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	11
2.1.1.2 Langkah – Langkah Keputusan Pembelian.....	13
2.1.1.3 Dimensi Keputusan Pembelian.....	15
2.1.1.4 Indikator Keputusan Pembelian.....	15
2.1.2 Harga.....	15
2.1.2.1 Dimensi Harga.....	17
2.1.2.1 Indikator Harga.....	17

2.1.4.1	Lokasi.....	17
2.1.4.2	Dimensi Lokasi.....	20
2.1.4.3	Indikator Lokasi.....	20
2.1.5	Kualitas Bangunan.....	21
2.1.5.1	Dimensi Kualitas Bangunan.....	23
2.1.5.2	Indikator Kualitas Bangunan.....	23
2.2	Penelitian Lain Yang Relevan.....	26
2.3	Kerangka Berpikir.....	27
2.4	Hipotesis.....	26
BAB III METODE PENELITIAN.....		28
3.1	Tempat dan Waktu Penelitian.....	28
3.1.1	Tempat Penelitian.....	28
3.1.2	Waktu Penelitian.....	28
3.2	Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.2.1	Sumber Data.....	29
3.2.2	Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.3	Populasi, Sampel dan Sampling.....	31
3.3.1	Populasi.....	31
3.3.2	Sampel.....	31
3.3.3	Teknik Sampling.....	32
3.4	Rancangan Penelitian.....	32
3.5	Variabel dan Definisi Operasional Variabel.....	33
3.5.1	Variabel Penelitian.....	33
3.5.1.1	Variabel Bebas (Independent Variable).....	33
3.5.1.2	Variabel Terikat (Dependent Variable).....	33
3.5.2	Definisi Operasional Variabel.....	34
3.6	Instrumen Penelitian.....	35

3.6.1	Uji Validitas.....	36
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	36
3.7	Teknik Analisa Data.....	37
3.7.1	Ujian Asumsi Klasik.....	37
3.7.2	Uji Normalitas.....	37
3.7.3	Uji Multikolinearitas.....	38
3.7.4	Uji Heteroskedastisitas.....	38
3.7.5	Uji Autokorasi.....	39
3.7.6	Analisis Regresi Linear Berganda.....	39
3.7.7	Analisis Koefisien Korerasi (r).....	40
3.7.8	Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	41
3.8	Uji Hipotesis.....	42
3.8.1	Uji F.....	42
3.8.2	Uji t.....	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		44
4.1	Hasil Penelitian.....	44
4.1.1	Sejarah Singkat PT. Flamboyan Jaya Utama.....	44
4.1.2	Visi dan Misi PT. Flamboyan Jaya Utama.....	44
4.1.3	Bagian dan Struktur PT. Flamboyan Jaya Utama.....	45
4.1.4	Tugas dan Wewenang PT. Flamboyan Jaya Utama.....	45
4.2	Karakteristik Responden.....	47
4.2.1	Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	48
4.2.2	Karakteristik Berdasarkan Usia.....	48
4.2.3	Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan.....	49
4.2.4	Karakteristik Berdasarkan Pendapatan.....	49
4.3	Analisa Data.....	50
4.3.1	Uji Validitas.....	50

4.3.2	Uji Reabilitas.....	55
4.4	Uji Asumsi Klasik.....	55
4.4.1	Uji Normalitas.....	55
4.4.2	Uji Heteroskedastisitas.....	56
4.4.3	Uji Multikoleniaritas.....	57
4.4.4	Uji Regresi Linier Berganda.....	58
4.4.5	Uji Koefisien Kolerasi.....	59
4.4.6	Uji Koefisien Determinasi.....	60
4.5	Uji Hipotesis Penelitian.....	61
4.5.1	Uji Simultan (F).....	61
4.5.2	Uji Parsial (t).....	62
4.6	Pembahasan.....	63
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	66
5.1	Kesimpulan.....	66
5.2	Saran.....	66
	Daftar Pustaka.....	69
	Lampiran.....	69

DAFTAR TABEL

Tabel :	Halaman
1.1 Data Penjualan Rumah	5
2.1 Penelitian Lain Yang relevan	24
3.1 Kegiatan Penelitian.....	28
3.2 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian.....	34
3.3 Penelitian Skala Likert.....	36
3.4 Penafsiran Uji kolerasi.....	42
4.1 Karakteristik Berdasarkan Kelamin.....	48
4.2 Karakteristik Berdasarkan Usia.....	49
4.3 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan.....	49
4.4 Karakteristik Berdasarkan Pendapatan.....	50
4.5 Hasil Uji Validitas Pengaruh Harga.....	51
4.6 Hasil Uji Validitas Lokasi.....	52
4.7 Uji Validitas Kualitas Bangunan.....	53
4.8 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	55
4.9 Hasil Uji Normalitas.....	56
4.10 Uji Reliabilitas.....	57
4.11 Uji Heteroskedastisitas.....	58
4.12 Uji Multikoleniaritas.....	59
4.13 Uji Regresi Linier Berganda.....	60
4.14 Uji Koefisien Kolerasi.....	61
4.15 Uji Determinasi.....	62
4.16 Uji Simultan (F).....	63
4.17 Uji Parsial (t).....	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar :	Tabel
2.1 Proses Keputusan Pembelian.....	13
2.2 Kerangka Berpikir.....	26
4.1 Struktur Organisasi.....	45

ABSTRAK

TANIA MAHARANI Pengaruh Harga, Lokasi, dan Kualitas Bangunan Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan PT. Flamboyan Jaya Utama,
dibawah Bimbingan Bapak Prof. Dr. H. Sulbahri Madjir, SE,MM dan Ibu Liliana SE, M. Si

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, lokasi, dan kualitas bangunan terhadap keputusan pembelian perumahan di PT. Flamboyan Jaya Utama, Kabupaten Penukal Abab Lematang Ilir (PALI).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah 70 orang konsumen Perumahan Grand Flamboyan, dengan teknik pengambilan sampel jenuh. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda, uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, serta uji t dan uji F.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan, ketiga variabel independen berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ($\text{sig. } 0,000 < 0,05$). Secara parsial, variabel Harga ($\text{sig. } 0,010$) dan Kualitas Bangunan ($\text{sig. } 0,000$) memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan variabel Lokasi ($\text{sig. } 0,004 > 0,05$) tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan secara parsial. Nilai Adjusted R^2 sebesar 0,712 menunjukkan bahwa 71,2% variasi keputusan pembelian dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut.

Kata Kunci: Harga, Lokasi, Kualitas Bangunan, Keputusan Pembelian, Perumahan

ABSTRACT

TANIA MAHARANI The Influence of Price, Location, and Building Quality on Housing Purchase Decisions at PT. Flamboyan Jaya Utama, Under the Guidance of Prof. Dr. H. Sulbahri Madjir, SE, MM and Liliana, SE, M.Si

This study aims to analyze the influence of price, location, and building quality on housing purchase decisions at PT. Flamboyan Jaya Utama in Penukal Abab Lematang Ilir (PALI) Regency.

The research uses a quantitative approach with a survey method through questionnaires. The population consists of 70 consumers of the Grand Flamboyan Housing, using a saturated sampling technique. The data analysis techniques used include multiple linear regression, validity testing, reliability testing, classical assumption testing, as well as t-tests and F-tests.

The results show that simultaneously, the three independent variables have a significant effect on purchase decisions (sig. 0.000 < 0.05). Partially, the variables Price (sig. 0.010) and Building Quality (sig. 0.000) have a significant influence on purchase decisions, while the Location variable (sig. 0.004 > 0.05) does not show a significant partial influence. The Adjusted R² value of 0.712 indicates that 71.2% of the variation in purchase decisions is explained by the three variables.

Keywords: Price, Location, Building Quality, Purchase Decision, Housing

RIWAYAT HIDUP

Tania Maharani, dilahirkan di Jakarta pada tanggal 23 juli 2001. Peneliti merupakan anak pertama dari Bapak Muhammad Irian Toni, SH.,MH. Dan Ibu Rossa. Peneliti menyelesaikan Pendidikan Sekolah Dasar pada Tahun 2013 di SD Negeri 6 Muara Enim, dan Menyelesaikan Sekolah Menengah Pertama pada Tahun 2016 di SMP Negeri 4 Muara Enim, selanjutnya meneruskan Pendidikan Sekolah Menengah Kejuruan di SMK Negeri 2 Muara Enim dengan Jurusan Tata Boga. Pada tahun 2020 Peneliti melanjutkan pendidikannya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Tridinanti Palembang.

Pada Tahun 2021, peneliti memulai bekerja di PT. Aryaduta Internasional Management di Hotel Aryaduta Palembang sebuah perusahaan yang bergerak di Bidang Hospitality. Pada tahun 2023 peneliti bekerja sebagai freelance muse makeup. Pada tahun 2024 peneliti bekerja di PT.Flamboyan Jaya Utama sebagai admin hingga saat ini

Palembang, Juli 2025

Tania Maharani

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di zaman yang semakin pesat secara signifikan dunia bisnis terutama dalam bidang properti di Indonesia, khususnya perumahan komersil. Hal ini terbukti dengan banyak nya para developer membangun bisnis properti baru dengan harga yang kompetitif. Selain itu persyaratan penunjang kepemilikan rumah di zaman terbilang relatif mudah dijangkau beragam lapisan masyarakat.

Bisnis perumahan terus berkembang pesat seiring pertumbuhan penduduk. Bisnis properti saat ini menjadi peluang bisnis yang sangat diminati para developer, dikarenakan semakin pesat peningkatan populasi penduduk maka dari itu semakin tinggi pula kebutuhan akan tempat tinggal. Hal ini lah yang mulai dipelajari secara mendalam oleh para developer untuk dijadikan peluang mengembangkan bisnis pada penyediaan perumahan untuk masyarakat penduduk. (Marisa, 2013).

Para pelaku bisnis berkompetisi dalam memasarkan produknya dengan menyediakan fasilitas yang memenuhi keinginan konsumen terutama perumahan komersil. Selain itu, para pelaku bisnis juga dituntut untuk berfikir secara cermat dalam menentukan keputusan termasuk dalam perencanaan strategi pemasaran yang tepat target sasaran agar mampu menarik hati konsumen sehingga terus bertahan. (Ali, 2017).

Upaya dalam pemasaran perusahaan secara berkala diarahkan oleh strategi pemasarannya, yang merupakan seperangkat tujuan, sasaran, kebijakan, dan

peraturan di berbagai tingkatan, referensi, dan alokasi. Hal ini terutama berlaku dalam menanggapi lanskap persaingan bisnis yang terus berubah (Assauri, 2008:15). Agar bisnis berkembang dalam menghadapi persaingan, strategi pemasaran sangat penting. Rencana pemasaran yang kuat dapat menarik pelanggan ke produk bisnis dan mendorong mereka untuk membelinya.

Salah satu fase proses pengambilan keputusan yang mendahului perilaku pasca-pembelian adalah keputusan pembelian. Pelanggan disajikan dengan sejumlah opsi ketika mereka memasuki tahap pengambilan keputusan sebelumnya mengenai pembelian. Pada titik ini, mereka akan bertindak untuk memutuskan apakah akan membeli barang tergantung pada opsi yang disediakan (Arafah, 2022). Harga, lokasi, iklan, dan produk itu sendiri semuanya berdampak pada keputusan konsumen untuk membeli properti. Salah satu komponen penting dari penawaran pasar adalah produk. Oleh karena itu, membuat penawaran yang memenuhi tuntutan dan preferensi target pelanggan harus menjadi langkah awal dalam perencanaan bauran pemasaran. Pelanggan akan mengevaluasi penawaran berdasarkan berbagai kriteria, termasuk harga, distribusi, dan iklan, selain kualitas dan kekhasan produk.

Harga merupakan sejumlah uang atau nilai yang ditukar konsumen untuk mendapatkan atau menggunakan sebuah produk (Kotler & Armstrong, 2006: 439). Dalam proses pengolahan suatu produk, harga ditentukan oleh besaran biaya produksi dan sebagai faktor tambahan untuk memastikan bahwa perusahaan dapat menghasilkan keuntungan. Penetapan harga harus disesuaikan dengan kebutuhan,

keinginan, dan kemampuan perusahaan agar mampu menarik konsumen supaya membeli produknya.

Lokasi adalah tempat tinggal yang mudah diakses, aman, dan memiliki tempat parkir yang luas (Tjiptono, 2001). Lokasi juga sering menjadi faktor penentu keberhasilan suatu bisnis, karena lokasi berkaitan erat dengan potensi pasar yang dapat dijangkau perusahaan. Fleksibilitas lokasi mengacu pada sejauh mana suatu bisnis dapat beradaptasi terhadap perubahan kondisi ekonomi. Keputusan untuk memilih lokasi merupakan indikasi komitmen jangka panjang terhadap masalah padat modal. Oleh karena itu, perusahaan harus secara hati-hati mengevaluasi dan memilih lokasi yang dapat mengatasi perubahan masa depan dalam ekonomi, demografi, budaya, dan persaingan (Tjiptono, 2011:41).

Selain dari faktor harga, lokasi serta salah satu faktor yang turut dipertimbangkan konsumen. Bangunan artinya wujud atau bentuk fisik hasil dari sebuah pekerjaan konstruksi yang menyatu pada daerah kedudukan baik yang terdapat pada bawah maupun pada atas tanah atau air (Sobirin dalam Prihandoyo dkk, 2015).

Kualitas bangunan ialah ciri karakteristik pada suatu bangunan atau akibat konstruksi yang mempengaruhi kemampuannya memenuhi ekspektasi dan kebutuhan konsumen. Kualitas bangunan akan dinilai dari tingkat keandalannya, keawetan struktur bangunan, perawatan yang mudah dan ketenangan lingkungan sekitar (Sutianingsih, 2010). Bangunan akan mendapatkan nilai tambahan di mata konsumen jika bangunan tersebut memiliki kualitas yang baik, hal ini sangat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap rumah tersebut. Suatu

lingkungan tercipta pemukiman yang di pengaruhi faktor sosial ekonomi penduduk yang tinggal didaerah tersebut. Faktor-faktor yang mempengaruhi pada kualitas permukiman diantaranya : pekerjaan, pendapatan, jenjang pendidikan, anggota keluarga, luas lahan bangunan dan sebagainya (Mbina Pinem, 2010)

Perkembangan yang pesat pada jumlah penduduk yang semakin meningkat akan berdampak pada semakin tinggi jumlah kebutuhan penduduk, salah satunya merupakan kebutuhan akan produk papan atau tempat tinggal. Memenuhi kebutuhan rakyat ini akan produk papan ini adalah sangat krusial dikarenakan fungsi tempat tinggal yang sangat penting sebagai rumah sementara itu jumlah lahan / tanah yang tersedia cukup sangat terbatas dan harga yang sangat tinggi.

Pali sebagai salah satu kabupaten di Sumatera Selatan, daerah ini merupakan kabupaten yang banyak dikunjungi oleh masyarakat dari berbagai daerah yang memiliki kepentingan yang berbeda-beda. Hal ini pasti mempengaruhi semakin bertambahnya kebutuhan akan produk papan atau perumahan sebagai tempat tinggal. Pemerintah dalam hal ini berupaya untuk menambah atau membangun perumahan sebanyak mungkin serta membuka kesempatan bagi setiap warga negara dan perusahaan-perusahaan swasta untuk ikut membantu dalam penyediaan produk perumahan dan pemukiman.

PT. Flamboyan Jaya Utama adalah sebuah perusahaan pengembang (*developer*) dari Perumahan Grand Flamboyan, Pali. Karena melihat adanya peluang bisnis ini, maka perusahaan ikut berperan untuk menarik minat konsumen dalam pembelian produk perumahan yang selama ini sudah berdiri di kota Pali. Hal ini dilakukan perusahaan dengan teliti memperhatikan berbagai faktor yang

mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap pembelian rumah, diantaranya dengan cara menawarkan produk perumahan di lokasi-lokasi yang strategis, desain yang menarik dan harga yang kompetitif.

Perumahan komersial adalah jenis perumahan yang dilaksanakan dengan tujuan mendapatkan keuntungan secara finansial, sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Undang-Undang No. 1 Tahun 2011 tentang Perumahan dan Kawasan Permukiman mengategorikan perumahan komersial sebagai rumah yang diselenggarakan untuk mendapatkan keuntungan.

Grand Flamboyant Pali merupakan konsep perumahan komersial yang dibangun oleh PT. Flamboyant Jaya Utama yang bergerak di bidang pembangunan atau property, telah meraih kesuksesannya dalam pengembangan bidang perumahan. Grand Flamboyant Pali membidik konsumen kelas menengah keatas dan kelas menengah kebawah. Oleh karena itu perumahan ini dikenal dengan konsep minimalis dan lokasi yang strategis berada di tengah kota. Adapun data penjualannya sebagai berikut :

Tabel 1.1
PT. Flamboyant Jaya Utama Pali
Data Penjualan Rumah
Periode 2021 – 2024

Tahun	Target Penjualan		Sisa unit	Total
	Komersial	Subsidi		
2021	21	0	0	21
2022	2	11	0	13
2023	16	0	2	18
2024	17	0	0	17

Sumber : Arsip Penjualan Perumahan Grand Flamboyant

Dari tabel 1.1 diatas dapat diketahui bahwa dari tahun 2021-2024 penjualan rumah komersil pada PT. Flamboyant Jaya Utama tidak dapat mencapai target

penjualannya, diketahui sisa unit rumah sebesar 2 unit yang belum terjual. Tidak tercapainya target penjualan Grand Flamboyan disebabkan pada periode tersebut konsumen lebih tertarik dengan type rumah subsidi dibandingkan dengan type rumah komersial, maka pihak pengembang lebih memfokuskan pada penyelesaian pembangunan rumah subsidi.

Hal ini menunjukkan bahwa tidak adanya pencapaian target penjualan ini terjadi karena banyak faktor yang mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan akhir yaitu membeli suatu produk, antara lain kualitas bangunan, lokasi, maupun harga. Konsumen lebih tertarik perumahan subsidi dikarenakan perbandingan harga yang jauh lebih murah dari perumahan komersil. Faktor lain yang mengakibatkan 2 unit ini belum terjual dikarenakan akses jalan menuju blok unit tersebut belum di cor/aspal sehingga ini menjadi pertimbangan konsumen dalam keputusan pembelian. Mengingat kualitas bangunan perumahan komersil lebih berkualitas pihak properti memiliki keyakinan kedepannya perumahan tersebut akan habis terjual yang di sertai dengan strategi pemasaran yang selalu siap bersaing dengan para pesaing.

Dengan demikian mengacu pada fenomena bisnis yang terjadi, peneliti tertarik akan melakukan penelitian yang judul **“PENGARUH HARGA, LOKASI, DAN KUALITAS BANGUNAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PERUMAHAN PADA PT. FLAMBOYAN JAYA UTAMA DI PALI”**

1.2 Rumusan Masalah

Sejalan dengan latar belakang yang telah di uraikan, maka masalah dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian perumahan pada PT. Flamboyen Jaya Utama Pali yang tidak sesuai target penjualan tahun 2023 – 2024 terindikasi dari penjualan rumah PT. Flamboyen Jaya Utama 2023 – 2024.

Untuk itu, perumusan masalah adalah bagaimana cara meningkatkan keputusan pembelian perumahan PT. Flamboyen Jaya Utama. Berikut pertanyaan dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Perumahan di PT. Flamboyen Jaya Utama?
2. Apakah pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Perumahan di PT. Flamboyen Jaya Utama?
3. Apakah pengaruh Kualitas Bangunan terhadap Keputusan Pembelian Perumahan di PT. Flamboyen Jaya Utama?
4. Apakah pengaruh Harga, Lokasi dan Kualitas Bangunan secara simultan terhadap Keputusan Pembelian Perumahan di PT. Flamboyen Jaya Utama?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sebagai berikut :

1. Pengaruh Harga, Lokasi dan Kualitas Bangunan terhadap Keputusan Pembelian Perumahan di PT. Flamboyen Jaya Utama.
2. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Perumahan di PT. Flamboyen Jaya Utama.

3. Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Perumahan di PT. Flamboyan Jaya Utama.
4. Pengaruh Kualitas Bangunan terhadap Keputusan Pembelian Perumahan di PT. Flamboyan Jaya Utama.

1.4 Manfaat Penelitian

Setelah tercapainya tujuan – tujuan peneliti dalam studi ini, penelitian ini diharapkan dapat menyampaikan manfaat sebagai berikut

1. Secara Teoritis

Hasil studi dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi para pembisnis ilmu pengetahuan dalam bidang manajemen pemasaran. Studi ini pula sebagai media untuk menguji keterampilan menulis dalam merealisasikan ilmu yang diperoleh. dan juga studi ini bisa dipergunakan sebagai bahan referensi pengujian bagi penelitian berikutnya.

2. Secara Praktis

Hasil dari studi ini diharapkan dapat memberikan masukan saran dan bahan pengembangan bagi perusahaan agar menganalisis situasi pasar dari properti di pali sebagai ladang informasi dan merencanakan strategi yang tepat, khususnya pada strategi pemasaran dalam menghadapi fenomena bisnis pada masyarakat maupun lingkungan sekitar.

3. Secara Akademik

Peneliti berharap agar penelitian ini mampu menjadi bahan ide dan sumbangan pemikiran dalam mengembangkan dunia bisnis terutama berhubungan pada pengaruh harga, lokasi, dan kualitas bangunan.

Daftar Pustaka

- Ali, Muhammad Fakhi. 2017. *Analisis SWOT dengan Konsep Strategi Sun Tzu dalam Penentuan Strategi Pemasaran UKM IFFA Batik*. Pekalongan : Universitas Brawijaya, 2017.
- Amstrong, Kotler &. 2006. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga, 2006. Vol. 439.
- Marisa, Nisa. 2013. *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Terhadap Kawasan Perumahan Mustika Plamongan Elok Semarang*. 3, Semarang : Jurnal Sains Pemasaran Indonesia, 2013, Vol. XII.
- Arafah, . 2022. *Keputusan Pembelian Produk*. Tebing Tinggi : PT Inovasi Pratama Internasional, 2022.
- Assauri, . 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Raja Gravindo, 2008. Vol. VIII.
- Ghozali, . 2018. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018. Vol. Edisi 8.
- Keputusan Konsumen Dalam Membeli Perumahan*. Sutianingsih. 2010. STIE Atma Bhakti: Surakarta : Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi, 2010, Vol. 2.
- Kuat Supriyono, . 2014. *Pengaruh Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Rumah pada Perumahan Bukit Semarang Baru (BSB) City di Semarang*. Universitas pandanaran Semarang : Jurnal Skripsi Ekonomi Manajemen, 2014.
- Pengaruh Sosial Ekonomi Terhadap Kualitas Permukiman Di Kelurahan Sidorejo Kecamatan Medan Tembung Kota Medan*. Pinem, . 2010. Dosen Jurusan Pendidikan Geografi Universitas Negeri Medan : Jurnal Geografi , 2010, Vol. II.
- Prihandoyo, Sobirin dalam. 2015. *Analisis Pengaruh Harga, Lokasi, Bangunan Dan Lingkungan Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Rumah*. Universitas Balikpapan: Balikpapan : Jurnal., 2015.
- Rahmadani. 2021. *Pengaruh Harga, Lokasi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Rumah*. medan : UMSU Repository, 2021.

- . 2021. *Pengaruh Harga, Lokasi, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Konsumen dalam Pembelian Rumah*. Medan : UMSU Repository, 2021.
- Sanusi, . 2011. *Metodelogi Penelitian Bisnis*. Jakarta : Selemba Empat, 2011. Vol. Cetakan Ketiga.
- Schieffman, L., & L, K, L. 2008. *Perilaku Konsumen (Ke-7)*. Jakarta : Indeks, 2008.
- Simamora, . 2022. *Pengaruh Harga, Promosi, dan Lokasi dalam Menentukan Keputusan Pembelian Rumah pada Batang Kuis*. Medan : UMA Repository, 2022.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung : Alfabeta, 2015.
- . 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta, 2014.
- Sukarno, . 2013. *Ekonomi Mikro Islam*. Bandung : Pustaka Setia, 2013.
- Tjiptono, . 2001. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi Offset, 2001.
- Vania Senggetang, Silvya L. Mandey, dan Silcyljeova Moniharapon. 2019. Pengaruh Lokasi, Promosi, dan Persepsi Harga Terhadap keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado. Universitas Sam Ratulangi Manado : Jurnal EMBA Vol.7 No.1, 2019, pp. Hal. 881-890.
- Wijayanti, . 2015. *Pengaruh Lokasi, Harga, Kualitas produk, dan Promosi Terhadap Pembelian Rumah Surodinatawan Grandsite Pada PT. Dwi Mulya Jaya Mojokerto*. Vol XX No. 1. FE UNIPA Surabaya : Majalah Ekonomi ISSN 1411-9501, 2015.