

SKRIPSI

**PENGARUH LOKASI, TIPE PROPERTI DAN TIPE
MOTIVASI KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI
PROPERTI PADA PT. PUTRA DARMA CEMERLANG
DI BANYUASIN**



Diajukan Oleh :

PUTRI NUR AINI

NPM. 1801110290

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS TRIDINANTI
PALEMBANG**

2022

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS TRIDINANTI
PALEMBANG

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Putri Nur Aini
Nomor Pokok : 1801110290
Jurusan/ Prog. Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata 1 (S.1)
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : PENGARUH LOKASI, TIPE PROPERTI DAN
TIPE MOTIVASI KONSUMEN TERHADAP
MINAT BELI PROPERTI PADA PT. PUTRA
DARMA CEMERLANG DI BANYUASIN

Pembimbing :

Tanggal 08 April 2022 Pembimbing I : Lusia Nargis, S.E., M.Si
NIDN : 0222036101

Tanggal 08/04/2022 Pembimbing II : Dr. Sari Sakarina, SE., MM
NIDN : 0214038501

Mengetahui :

Dekan Fakultas Ekonomi,

Ketua Prodi Manajemen,



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

Mariyam Zanariah, SE, M.M
NIDN : 0222096301

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS TRIDINANTI
PALEMBANG

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Putri Nur Aini
Nomor Pokok : 1801110290
Jurusan : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata 1 (S.1)
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Lokasi, Tipe Properti Dan Tipe Motivasi
Konsumen Terhadap Minat Beli Properti Pada
PT. Putra Darma Cemerlang Di Banyuasin

Penguji Skripsi :

Tanggal 08 April 2022 Ketua Penguji : Lusia Nargis, SE., M.Si
NIDN : 0222036101

Tanggal 08/04/2022 Penguji I : Dr. Sari Sakarina, SE., MM
NIDN : 0214038501

Tanggal 08/04/2022 Penguji II : Diatmiko Noviantoro, SE., M.Si
NIDN : 0110117204

Mengetahui :

Dekan Fakultas Ekonomi,

Ketua Prodi Manajemen,

Dr. Msy. Mikial, SE, M.Si, AK. CA, CSRS Mariyam Zanariah, SE, M.M
NIDN : 0205026401 NIDN : 0222096301



Motto :

Keinginan yang melebihi kenyataan menghasilkan sebuah cita – cita

Keinginan yang melebihi kemampuan melahirkan sebuah pembelajaran

*Keinginan yang melebihi pengorbanan hanya menghasilkan kesia -
siaan*

Persembahan :

- ❖ Kedua orang tuaku Mama Dan Papa yang ku cinta*
- ❖ Saudara kakak dan adik – adikku yang telah memberiku semangat*
- ❖ Teman – teman seperjuangan*
- ❖ Almamaterku*

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Putri Nur Aini
Nomor pokok : 1801110290
Jurusan / Prog.Studi : Ekonomi Manajemen
Jenjang pendidikan : S1 (Strata 1)
Judul Skripsi : Pengaruh Lokasi, Tipe Properti Dan Tipe Motivasi
Konsumen Terhadap Minat Beli Properti Pada
PT. Putra Darma Cemerlang Di Banyuasin

Menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pembatalan skripsi dengan konsekuensinya.

Palembang, Maret 2022

Penulis



The image shows a handwritten signature in black ink over a yellow and red 2000 Rupiah stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text '2000 METERAI TEMPEL' and 'PPDA IX Z06307803'. The signature is written in a cursive style.

Putri Nur Aini

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT karena atas berkat dan karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini tepat pada waktunya.

Skripsi ini merupakan persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan pada Program Studi Ekonomi Manajemen Universitas Tridinanti Palembang.

Dalam menyelesaikan Skripsi ini, Penulis banyak menerima bimbingan dan bantuan dari semua pihak, dan pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Dr. Ir. Hj. Nyimas Manisah, MP. selaku Rektor Universitas Tridinanti Palembang.
2. Ibu Dr. Msy. Mikial, SE., M.Si., AK., CA., CSRS. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang.
3. Ibu Mariyam Zanariah, SE, M.M. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Manajemen Universitas Tridinanti Palembang.
4. Ibu Lusia Nargis, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak membantu dan memberi masukan serta saran dalam penulisan dan penyusunan Skripsi ini.
5. Ibu Dr. Sari Sakarina, SE., MM selaku Dosen Pembimbing II yang banyak mengoreksi dan memberi masukan serta saran yang membangun dalam penulisan dan penyusunan Skripsi ini.
6. Seluruh Staf Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Tridinanti Palembang.

7. Rekan-rekan Mahasiswa Program Studi Ekonomi Manajemen Universitas Tridinanti Palembang, Angkatan 2018 yang telah membantu dalam menyelesaikan Skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini masih belum sempurna, oleh sebab itu penulis mengharapkan kritikan dan saran.

Akhir kata penulis berharap semoga Skripsi ini dapat berguna bagi Mahasiswa, khususnya Mahasiswa Ekonomi Manajemen Universitas Tridinanti Palembang.

Palembang, April 2022

Penulis



Putri Nur Aini

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
ABSTRAK	xiv
RIWAYAT HIDUP	xvi
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	7
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Kajian Teoritis	9
2.1.1 Minat Beli	9
2.1.1.1 Pengertian Minat Beli	9
2.1.1.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Beli	10
2.1.1.3 Dimensi dan Indikator Minat Beli.....	11
2.1.2 Lokasi.....	11
2.1.2.1 Pengertian Lokasi	11
2.1.2.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi lokasi.....	15
2.1.2.3 Dimensi dan Indikator Lokasi.....	18
2.1.3 Tipe Proferti.....	19

2.1.3.1 Pengertian Tipe Properti.....	19
2.1.3.2 Jenis Properti.....	23
2.1.3.3 Dimensi dan Indikator Tipe Properti.....	24
2.1.4 Tipe Motivasi Konsumen	25
2.1.4.1 Pengertian Tipe Motivasi Konsumen	25
2.1.4.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tipe Motivasi Konsumen	26
2.1.4.3 Dimensi Indikator Tipe Motivasi Konsumen	27
2.2. Hasil Penelitian Lain Yang Relevan	28
2.3. Kerangka Berpikir	31
2.4. Hipotesis Penelitian	32

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Tempat dan Waktu Penelitian	33
3.1.1 Tempat Penelitian.....	33
3.1.2 Waktu Penelitian	33
3.2. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling	33
3.2.1 Populasi	33
3.2.2 Sampel.....	34
3.2.3 Teknik Sampling	34
3.3. Rancangan Penelitian	35
3.4. Definisi Konseptual dan Operasional Variabel	35
3.5. Instrumen Penelitian	39
3.6. Uji Instrumen Penelitian	39
3.6.1 Uji Validitas	39
3.6.2 Uji Reliabilitas	40
3.7. Teknik Analisis data	41
3.8. Uji Hipotesis Statistik	46

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Perusahaan	48
4.1.1 Sejarah Singkat PT. Putra Darma Cemerlang	48

4.1.2 Visi dan Misi PT. Putra Darma Cemerlang	48
4.2 Struktur Organisasi Perusahaan.....	49
4.2.1 Tugas Dan Tanggung Jawab dalam Perusahaan.....	49
4.3 Hasil dan Pembahasan	51
4.3.1 Karakteristik Responden	51
4.3.2 Uji Asumsi	54
4.3.2.1 Uji Validitas	55
4.3.3 Analisis Deskripsi.....	61
4.3.4 Analisis Statistik Inferensial.....	71
4.3.5 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	72
4.3.6 Hasil Analisis Regresi Berganda.....	75
4.3.7 Hasil Analisis Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi	77
4.3.8 Hasil Uji Hipotesis Statistik	78
4.4 Pembahasan	81

BAB V KESIMPULAN ,IMPLIKASI DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	84
5.2 saran.....	85

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 2.2 Penelitian Yang Relevan	26
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian	33
Tabel 3.2 Operasional Variabel	36
Tabel 3.6 Skala Penafsiran Nilai Indikator	44
Tabel 3.7 Penafsiran Koefisien Korelasi	45
Tabel 4.1 Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..	51
Tabel 4.2 Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	52
Tabel 4.3 Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	53
Tabel 4.4 Hasil SPSS Korelasi Variabel Minat Beli Properti (Y)	55
Tabel 4.5 Hasil SPSS Korelasi Variabel Lokasi (X1).....	56
Tabel 4.6 Hasil SPSS Korelasi Variabel Tipe Proferti (X2)	57
Tabel 4.7 Hasil SPSS Korelasi Variabel Tipe Motivasi Konsumen	58
Tabel 4.8 Uji Reabilitas Untuk Variabel Minat Beli Properti	59
Tabel 4.9 Uji Reabilitas Untuk Variabel Lokasi	59
Tabel 4.10 Uji Reabilitas Untuk Variabel Tipe Proferti	60
Tabel 4.11 Uji Reabilitas Untuk Variabel Motivasi Konsumen	60
Tabel 4.12 Data Deskripsi Variabel Penelitian	61
Tabel 4.13 Hasil Rata-Rata Skor Jawaban Variabel Minat Beli Proferti (X) .	66
Tabel 4.14 Hasil Rata-Rata Skor Jawaban Variabel Lokasi (X1).....	67
Tabel 4.15 Hasil Rata-Rata Skor Jawaban Variabel Tipe Proferti.....	68
Tabel 4.16 Hasil Rata-Rata Skor Jawaban Variabel Motivasi Konsumen	70

Tabel 4.17	Data Hasil Uji Normalitas	72
Tabel 4.18	Data Uji Multikolinearitas Variabel-variabel Bebas.....	73
Tabel 4.19	Hasil Uji Linear Variabel Lokasi (X1)	75
Tabel 4.20	Hasil Regresi Lokasi Tipe Properti (X2) dan Motivasi	76
Tabel 4.21	Tipe Motivasi Konsumen (X3) Terhadap Minat Beli (X)	77
Tabel 4.22	Hasil Uji F.....	78
Tabel 4.23	Hasil Uji T.....	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	31
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Perusahaan.....	49
Gambar 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
Gambar 4.3 Responden Berdasarkan Usia	53
Gambar 4.4 Responden Berdasarkan Pendidikan.....	54
Gambar 4.5 Grafik Histogram Variabel Minat Beli Properti	62
Gambar 4.6 Grafik Histogram Variabel Lokasi (X1)	63
Gambar 4.7 Grafik Histogram Variabel Tipe Properti (X2)	64
Gambar 4.8 Grafik Histogram Variabel Motivasi Konsumen (X3)	65
Gambar 4.9 Scatterplot Uji Heteroskedastisitas.....	75

ABSTRAK

Putri Nur Aini, Pengaruh Lokasi, Tipe Properti dan Tipe Motivasi Konsumen Terhadap Minat Beli Properti Pada PT. Putra Darma Cemerlang di Banyuasin, dibawah bimbingan Ibu Lusia Nargis, S.E., M.Si dan Ibu Dr. Sari Sakarina, SE., MM

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan Pengaruh Lokasi, Tipe Properti dan Tipe Motivasi Konsumen Terhadap Minat Beli Properti baik secara parsial Maupun secara simultan. Penelitian ini dilaksanakan Pada PT. Putra Darma Cemerlang di Banyuasin. Populasi dari penelitian ini adalah konsumen perumahan Pada PT. Putra Darma Cemerlang Di Banyuasin yang berjumlah 174 orang sedangkan penentuan sampel menggunakan rumus Slovin dengan perhitungan ukuran sampel yang didasarkan atas kesalahan 10%. Jadi sampel yang dipilih mempunyai kepercayaan 95%. Maka didapat jumlah sampel sebanyak 64 orang sebagai sampel penelitian Analisis data dilakukan dengan bantuan *Program Statistical Package for the Social Science* (SPSS) versi 25.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, Terdapat pengaruh yang signifikan Lokasi, Tipe Properti, Dan Tipe Motivasi Konsumen Terhadap Minat Beli Properti Pada PT. Putra Darma Cemerlang di Banyuasin yang ditunjukkan nilai sig f sebesar $0,000 < \alpha (0,05)$. Terdapat pengaruh yang signifikan Lokasi secara parsial terhadap Minat Beli Properti Pada PT. Putra Darma Cemerlang di Banyuasin yang ditunjukkan nilai sig t sebesar $0,000 < \alpha (0,05)$. Terdapat pengaruh yang signifikan Tipe Properti secara parsial terhadap Minat Beli Properti Pada PT. Putra Darma Cemerlang di Banyuasin yang ditunjukkan nilai sig t sebesar $0,000 < \alpha (0,05)$. Terdapat pengaruh yang signifikan Tipe Motivasi Konsumen secara parsial terhadap Minat Beli Properti Pada PT. Putra Darma Cemerlang di Banyuasin yang ditunjukkan nilai sig t sebesar $0,046 < \alpha (0,05)$. Koefisien Korelasi (R) variabel Lokasi, Tipe Properti, Dan Tipe Motivasi Konsumen terhadap Minat Beli Properti sebesar 0,665 sedangkan Nilai koefisien determinasinya R² sebesar 0,442 atau 44,2%, nilai tersebut dapat ditafsirkan bahwa besarnya persentase pengaruh antara variabel peningkatan Lokasi (X₁) Tipe Properti(X₂) Tipe Motivasi Konsumen (X₃) mempunyai pengaruh terhadap variabel Minat Beli Properti (Y) adalah sebesar 44,2%, sedangkan 55,8% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Dari model yang dibangun pada penelitian ini, maka dapat disarankan bagi PT. Putra Darma Cemerlang di Banyuasin, disarankan untuk lebih meningkatkan lagi Minat Beli Properti yang sudah berjalan baik sekarang ini, terutama indikator yang masih rendah perlu lebih tingkatkan. bagi peneliti lain, untuk menindaklanjuti lebih jauh hasil penelitian ini dengan mengembangkan variabel-variabel bebas yang lain sehingga dapat meningkatkan Minat Beli Properti Pada PT. Putra Darma Cemerlang di Banyuasin

Kata kunci : Lokasi, Tipe Properti, Tipe Motivasi Konsumen, Minat Beli Properti

ABSTRACT

Putri Nur Aini, The Influence of Location, Property Type and Consumer Motivation Type on Property Purchase Interest at PT. Putra Darma Cemerlang in Banyuasin, under the guidance of Mrs. Lusia Nargis, S.E., M.Si and Mrs. Dr. Sari Sakarina, SE., MM

This study aims to determine the effect of location, type of property and type of consumer motivation on property purchase intention either partially or simultaneously. This research was conducted at PT. Son of Darma Brilliant in Banyuasin. The population of this research is housing consumers at PT. Putra Darma Cemerlang Di Banyuasin totaling 174 people while the determination of the sample using the Slovin formula with a sample size calculation based on an error of 10%. So the selected sample has 95% confidence. Thus, the number of samples was 64 people as the research sample. Data analysis was carried out with the help of the Statistical Package for the Social Science (SPSS) version 25 program.

The results of this study indicate that, there is a significant influence of location, type of property, and type of consumer motivation on interest in buying property at PT. Putra Darma Cemerlang in Banyuasin which is indicated by a sig f value of $0.000 < (0.05)$. There is a significant effect of location partially on Property Purchase Interest at PT. Putra Darma Cemerlang in Banyuasin which is indicated by a sig t value of $0.000 < (0.05)$. There is a significant effect of Property Type partially on Property Purchase Interest at PT. Putra Darma Cemerlang in Banyuasin which is indicated by a sig t value of $0.000 < (0.05)$. There is a significant effect of the type of consumer motivation partially on the interest in buying property at PT. Putra Darma Cemerlang in Banyuasin which is indicated by a sig t value of $0.046 < (0.05)$. The Correlation Coefficient (R) of Location, Property Type, and Type of Consumer Motivation on Property Purchase Interest is 0.665 while the coefficient of determination R^2 is 0.442 or 44.2%, this value can be interpreted that the magnitude of the percentage of influence between the variable location increase (X1) Type Property (X2) Type of Consumer Motivation (X3) has an influence on the variable of Property Purchase Interest (Y) is 44.2%, while 55.8% is influenced by other factors not included in this study.

From the model built in this research, it can be suggested for PT. Putra Darma Cemerlang in Banyuasin, it is recommended to further increase the Interest in Buying Property which is already running well now, especially the indicators that are still low need to be further improved. for other researchers, to further follow up the results of this study by developing other independent variables so that they can increase Property Purchase Interest at PT. Son of Darma Brilliant in Banyuasin

Keywords: Location, Property Type, Consumer Motivation Type, Purchase Interest Property

RIWAYAT HIDUP



PUTRI NUR AINI, Lahir pada tanggal 05 Desember 1998, di Palembang Penulis merupakan Anak ke 3 dari 3 bersaudara, dari pasangan Abdul Karim dan Warsini. Penulis pertama kali masuk pendidikan formal di SDN 73 Palembang pada tahun 2005 dan tamat pada tahun 2011, pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan ke SMP Gajah Mada 3 Palembang dan tamat pada tahun 2014 Setelah tamat SMP, penulis melanjutkan ke SMA Azharya Palembang dan tamat pada tahun 2017 dan pada tahun 2018 penulis terdaftar sebagai Mahasiswa di Universitas Tridianti Palembang dengan jurusan Ekonomi Manajemen

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring perkembangan zaman, rumah tidak hanya diartikan sebagai tempat tinggal semata, akan tetapi kepemilikan rumah atau tanah dianggap sebagai barang investasi dalam jangka panjang khususnya bagi kalangan masyarakat menengah keatas yang sering dijadikan sebagai tolak ukur kesejahteraan manusia. Kebutuhan rumah di Indonesia setiap tahunnya terus bertambah,

Kebutuhan manusia yang mendasar adalah tempat tinggal (rumah) dan pemukiman merupakan aspek penting dalam analisis ekonomi wilayah dan perkotaan. Hal ini beralasan karena kegiatan perumahan dan pemukiman merupakan salah satu kebutuhan pokok dalam kehidupan masyarakat yang sangat menentukan tingkat kemakmuran dan kesejahteraan sosial, bahkan perkembangan dalam pembangunan tersebut juga sekaligus mencerminkan kemajuan tingkat peradaban suatu masyarakat atau bangsa (Sjafrizal, 2017:239).

Bisnis perumahan terus berkembang pesat sejalan dengan pertumbuhan penduduk. Bisnis perumahan atau biasa disebut property, saat ini menjadi lahan bisnis yang cukup diminati oleh para pengembang (Marisa, 2019:8). Hal ini ditandai dengan semakin banyaknya perusahaan yang menyediakan perumahan sebagai hunian penduduk. Semakin banyak bisnis perumahan maka semakin tinggi pula tingkat persaingan para developer dalam memasarkan produknya kepada konsumen. Para pelaku bisnis harus saling berlomba-lomba menyediakan dan memasarkan produknya dalam rangka memenuhi keinginan dan kebutuhan

konsumen. Selain itu, perusahaan juga dituntut untuk berfikir cerdas dalam mengambil keputusan termasuk dalam hal perumusan strategi pemasaran yang tepat agar mampu menarik konsumen sehingga dapat terus bertahan (Ali, 2017:4).

Strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan dari keadaan persaingan perusahaan yang selalu berubah (Assauri, 2018:15). Strategi pemasaran sangat penting bagi perusahaan agar dapat terus bertahan ditengah persaingan, dengan strategi pemasaran yang baik perusahaan akan mampu menarik minat konsumen menggunakan dan memutuskan untuk membeli produk yang ditawarkan.

Menurut Durianto dan Liana, (2016:44) minat beli merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu serta berapa banyak unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu. Menurut Agustina (2017:39) Minat beli perumahan di pengaruhi oleh beberapa faktor yaitu kualitas bangunan, harga, lokasi, tipe properti dan tipe motivasi konsumen dan Promosi.

Menurut Tjiptono (2018:345) lokasi mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen.

Menurut Kevin, (2017 :7) Tipe properti adalah jenis dari properti, misalnya: rumah, apartemen, gudang, ruko, kavling, kios, kontak, tanah dan lain-lain. Salah satu strategi yang digunakan untuk meningkatkan penjualan

rumah adalah dengan menambah fasilitas-fasilitas yang sudah tersedia, semakin lengkap dan bagus fasilitas yang ditawarkan maka akan mendorong adanya pembelian perumahan

Tipe Motivasi Konsumen adalah dorongan yang muncul dari dalam diri atau dari luar diri (lingkungan) yang menjadi faktor penggerak ke arah tujuan yang ingin dicapai. (Sangaji dan Sopiah, 2018:8). Dharmesta dan Handoko (2016:77) menjelaskan motivasi konsumen adalah keadaan alam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu guna mencapai sesuatu tujuan. Tiap kegiatan yang dilakukan oleh seseorang itu didorong oleh sesuatu kekuatan dari dalam diri orang tersebut, kekuatan pendorong inilah yang disebut motivasi.

PT. Putra Darma Cemerlang merupakan salah satu perusahaan pengembang di Banyuwasin yang membangun perumahan dengan berbagai macam model dan tipe rumah yang beragam serta menjamin kualitas, bentuk bangunan, kenyamanan, dengan tidak meninggalkan unsur pelayanan yang memuaskan dan sesuai kebutuhan oleh masyarakat pada saat ini. Terdapat dua produk yang ditawarkan oleh perusahaan ini, yaitu perumahan subsidi dan perumahan komersil. Perumahan subsidi merupakan program sejuta rumah dari pemerintah untuk masyarakat menengah ke bawah dengan harga yang relatif murah. Sedangkan perumahan komersil merupakan perumahan yang diperuntukan untuk orang atau masyarakat menengah keatas, artinya mampu dalam mengangsur rumah sesuai dengan penghasilannya.

Sejak awal mulai berdiri PT. Putra Darma Cemerlang Di Banyuasin telah berkomitmen untuk senantiasa menghasilkan karya terbaik dengan mengedepankan inovasi, kualitas unggulan dan hasil yang memuaskan. mengingat Semakin banyaknya pengembang yang bergerak di bidang perumahan, maka pihak PT. Putra Darma Cemerlang Di Banyuasin harus berhati-hati memahami sikap konsumen, jangan sampai terdengar berbagai macam keluhan yang dapat merugikan perusahaan. Dengan demikian PT. Putra Darma Cemerlang di Banyuasin dan meningkatkan pasarnya salah satunya dengan cara memperhatikan aspek-aspek apa saja yang mempengaruhi minat beli konsumen, Minat beli merupakan rancangan seseorang dalam waktu mendatang untuk benar-benar melakukan pembelian secara aktual. Minat beli rumah tidak hanya diperhatikan oleh faktor harga saja tetapi termasuk juga faktor Lokasi, Tipe Properti Dan Tipe Motivasi Konsumen. Mereka yang memperhatikan faktor tersebut karena berkaitan dengan kebutuhan mereka,

Menurut Harjanto (2017:8) ada beberapa faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan membeli rumah diantaranya yaitu Lokasi, Tipe Properti Dan Tipe Motivasi Konsumen. Dalam hal ini konsumen juga akan mempertimbangkan lokasi perumahan. Karena lokasi perumahan juga sangat berpengaruh dengan permintaan konsumen. Jika lokasi perumahan dekat dengan jalan raya, akses untuk ke kota dekat, dan terlebih lagi jika harga dari perumahan itu tinggi apabila dijual maka konsumen akan lebih memprioritaskan perumahan tersebut

PT. Putra Darma Cemerlang Di Banyuasin sebagai developer dalam memasarkan perumahan dibantu oleh team marketing. Marketing harus memperhatikan faktor faktor apa saja yang lebih ditawarkan kepada konsumen. Marketing harus bisa mengerti tipe motivasi konsumen, paham kebutuhan dan keinginan konsumen. Marketing harus tau kelebihan dan kekurangan suatu produk perumahan yang dipasarkannya. Jika perumahannya jauh dari lokasi pekerjaan ,mungkin yang ditawarkan adalah Tipe Properti dan sebaliknya jika perumahan mahal mungkin yang ditawarkannya adalah jarak dan lokasi bangunan. Masih banyak marketing perumahan yang belum tau faktor faktor konsumen memutuskan membeli rumah sehingga masih sulit dalam pemasaran rumah.

Kegagalan developer dalam mengerti faktor faktor tersebut akan mengakibatkan kurangnya kepuasan masyarakat sebagai konsumen dan bahkan mengakibatkan kurangnya minat untuk membeli perumahan. Kurangnya minat diakibatkan lokasi yang terlalu jauh, tipe properti tidak sesuai dan kurangnya memahami tipe motivasi konsumen. Ini harus benar diperhatikan developer ,sebab semua itu menyangkut hubungan berkesinambungan dengan konsumen secara tidak langsung karena menyangkut kelangsungan hidup perusahaan tersebut. Selain ketiga variabel diatas masih ada beberapa variable yang mempengaruhi minat beli diantaranya kualitas bangunan, harga dan Promosi

Dari permasalahan-permasalahan diatas betapa pentingnya bagi perusahaan untuk selalu memperhatikan Lokasi, Tipe Properti serta Tipe Motivasi Konsumen sehingga memberikan kualitas jasa yang terbaik. Melalui hal tersebut, perusahaan dapat menarik minat/keinginan pelanggan untuk menggunakan

produk perusahaan yaitu menyewa alat berat, sehingga tercipta suatu transaksi yang akhirnya akan menimbulkan pertumbuhan pendapatan dan keuntungan bagi perusahaan. Dari penjelasan diatas, maka untuk mengetahui pengaruh Lokasi, Tipe Properti dan Tipe Motivasi Konsumen terhadap Minat Beli dapat dilakukan melalui penelitian dengan judul **“Pengaruh Lokasi, Tipe Properti dan Tipe Motivasi Konsumen Terhadap Minat Beli Properti Pada PT. Putra Darma Cemerlang di Banyuasin”**.

1.2 Perumusan Masalah

Adapun masalah yang akan diselesaikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah Lokasi, Tipe Properti dan Tipe Motivasi Konsumen berpengaruh secara bersama-sama terhadap Minat Beli Properti Pada PT. Putra Darma Cemerlang Di Banyuasin?
2. Apakah Lokasi berpengaruh secara parsial terhadap Minat Beli Properti Pada PT. Putra Darma Cemerlang Di Banyuasin?
3. Apakah Tipe Properti berpengaruh secara parsial terhadap Minat Beli Properti Pada PT. Putra Darma Cemerlang Di Banyuasin?
4. Apakah Tipe Motivasi Konsumen berpengaruh secara parsial terhadap Minat Beli Properti Pada PT. Putra Darma Cemerlang Di Banyuasin?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang diinginkan pada penelitian ini adalah untuk menganalisis, mengetahui :

1. Lokasi, Tipe Properti dan Tipe Motivasi Konsumen secara bersama-sama terhadap Minat Beli Properti Pada PT. Putra Darma Cemerlang Di Banyuasin.
2. Pengaruh Lokasi secara parsial terhadap Minat Beli Properti Pada PT. Putra Darma Cemerlang di Banyuasin.
3. Pengaruh Tipe Properti secara parsial terhadap Minat Beli Properti Pada PT. Putra Darma Cemerlang di Banyuasin.
4. Pengaruh Tipe Motivasi Konsumen secara parsial terhadap Minat Beli Properti Pada PT. Putra Darma Cemerlang Di Banyuasin.

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan penelitian ini diharapkan hasil-hasil yang didapat akan ada manfaatnya yaitu:

1. Secara Teoritis :
 - a. Diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi ilmu pengetahuan bidang Manajemen Pemasaran yang terkait dengan masalah Lokasi, Tipe Properti dan Tipe Motivasi Konsumen terhadap Minat Beli.
 - b. Dapat dijadikan sebagai salah satu bahan referensi bagi pihak yang ingin melakukan kajian lebih lanjut.
 - c. Sebagai salah satu input atau masukan bagi PT. Putra Darma Cemerlang di Banyuasin
2. Secara Praktis :
 - a. Hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran mengenai Pengaruh Lokasi, Tipe Properti dan Tipe Motivasi Konsumen terhadap Minat Beli Properti Pada PT. Putra Darma Cemerlang Di Banyuasin.

- b. Sebagai sumbangan bagi PT. Putra Darma Cemerlang Di Banyuasin untuk lebih memperhatikan Lokasi, Tipe Properti dan Tipe Motivasi Konsumen dalam pengembangan pemasaran sehingga Minat Beli Properti Kontraktor benar-benar ditingkatkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurachman, 2017, "Analisis Faktor-faktor yang Menimbulkan Kecenderungan Minat Beli Konsumen Sarung (Studi Perilaku Konsumen sarung di Jawa Timur) ", Jurnal Universitas Kristen Petra Surabaya
- Alfian, Nugroho, 2018, Peningkatan keputusan pembelian dalam menarik minat beli ulang konsumen berbasis kualitas pelayanan, citra toko dan social influence. Jurnal Manajemen Bisnis. Vol XII
- Assael, Henry. 2018. Perilaku Konsumen. Jakarta: Binapura Aksara
- Dharmmesta, Basu Swastha dan Handoko, T. Hani. 2016. Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen. Yogyakarta: BPFE
- Durianto dan Liana S, 2016, Strategi Menaklukkan Pasar; Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Faurantia Forlana Sigit, 2018. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Properti Pada Perumahan Berkonsep Cluster (Studi Kasus Perumahan J City). Universitas Sumatera Utara. Medan
- Handoko, T. Hani. 2018. Manajemen. Yogyakarta : BPFE
- Harjanto, Danny. 2017. Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Pada CV. Interhouse Design, Jurnal Manajemen dan StartUp Bisnis Vol. 1 no. 3 : 376-381
- Haryono, Siswoyo. 2017. Metode SEM Untuk Penelitian Manajemen Dengan AMOS LISREL PLS. Luxima Metro Media
- Intan, Sari Zaitun Rahma. 2016. Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Perumahan Tipe Cluster. skripsi Fakultas Ekonomi, Semarang.
- J. Supranto M. A. 2017. Statistik Teori dan Aplikasi Jilid 1, Edisi Keenam. Erlangga, Jakarta
- Juanda. 2016. Metodologi Penelitian. Gunung Agung, Jakarta.
- Kevin, Zunita. 2017. Pengaruh Faktor Harga, Lokasi, Fasilitas, Dan Tipe Rumah Terhadap Keputusan Dalam Investasi Properti Di Perumahan PT. Pilar Jaya Bersama Lamongan. Jurnal Emba. Vol.3 No.4
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2016. Manajemen Pemasaran. Edisi 1. Alih bahasa: Bob sabran, MM. Jakarta :Erlangga
- Kustamar, Tiong Iskandar dan Iwan Wijaya (2013) Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Permintaan Perumahan Tipe Cluster Pada Perumahan Palem Asri di Kota Jombang, Jurnal Info Manpro Vol. 4 : 49-59
- Lupiyoadi dan Hamdani, 2016. Manajemen Pemasaran jasa Edisi kedua. Penerbit Salemba Empat: Jakarta.

- Monica, Elina. 2018. Pengaruh Harga, Lokasi, Kualitas Bangunan Dan Promosi Terhadap Minat Beli Perumahan Taman Safari Bondowoso. *Jurnal: Internal Journal of Social Science and Bussiness*, Vol.2, No.3, Jember.
- Musaddad, Mohammad Akmal. 2018. Pengaruh Minat Beli Ulang Terhadap Loyalitas Konsumen Cimory Yoghurt Drink (Studi Kasus CMP Botani Square Bogor). [Skripsi]. Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor.
- prih Santoso dan Sri Widowati, 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian, *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, No. 2, FE-USM, Halaman 179 – 190
- Riduwan. 2016. *Dasar-Dasar Statistika*. Bandung: Alfabeta
- Rietveld dan Sunaryanto. 2017. *87 Masalah Pokok dalam Regresi Berganda*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Raihanah Dauly, Rizki Eka Putri. 2018. Analisis Faktor-Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Di Kota Medan. *Prosiding Konferensi Nasional Ke- 8*
- Sangadji, E.M., dan Sopiah. 2018. *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Santoso, Singgih. 2016. *SPSS Mengolah Data Statistik Secara Profesional*, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo. Kelompok Gramedia.
- Sarjono, B. 2017. 'Analisis pengaruh bauran pemasaran produk, harga, lokasi terhadap minat beli ulang'. vol.9 no.3 hlm. 228-235.
- Sastra M, Suparno dan Endy Marlina. 2016. *Perencanaan & Pengembangan Perumahan*. Yogyakarta: ANDI
- Schiffman, Leon, & Kanuk, Leslie Lazar. 2018. *Consumer Behaviour 7 th. Edition. (Perilaku Konsumen)*. Jakarta: PT. Indeks
- Sjafrizal. 2017. *Ekonomi Wilayah dan Perkotaan*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV
- Sumodiningrat, 2016. "Ekonometrika Pengantar". Yogyakarta: BPFE.
- Sunyoto, Danang. 2016. *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Cetakan ke-2. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Tjiptono, Fandy. 2018, *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Utami, C.W. 2017. *Manajemen Ritel*. Jakarta: Salemba Empat
- Young, 2017. *Metodologi Penelitian*. PT.Rajagrafindo Persada, Jakarta