

**PENGARUH LOKASI, PROMOSI, DAN FASILITAS
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
PERUMAHAN GRIYA BUKIT BARU DI PALEMBANG**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat Guna Mencapai Gelar
Sarjana Ekonomi**



Diajukan Oleh :

Tiara Fransiska

2001110099

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TRIDINANTI

2024

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Tiara Fransiska
Nomor Pokok/NIRM : 2001110099
Jurusan/Prog.Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata 1
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Lokasi, Promosi, Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Pada Perumahan Griya Bukit B Di Palembang

Tanggal 27/03/2024 Pembimbing 1 : Kartawinata, SE., MP

NIDN : 0214125901

Tanggal 26/03/2024 Pembimbing 2 : Nur Effen, S.E., M.M

NIDN : 0202076102

28/PS/DFEB/24

Mengetahui :

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Tanggal : 27/03/2024



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

Ketua Prodi Manajemen

Tanggal : 27/03/2024


Mariyam Zanariah, SE., M.M
NIDN : 0222096301

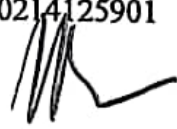
UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

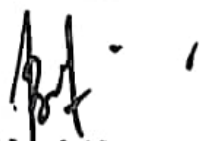
HALAMAN PRNGESAHAN SKRIPSI

Nama : Tiara Fransiska
Nomor pokok/NPM : 2001110099
Jurusan/Program Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata 1
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Lokasi, Promosi, Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Pada Perumahan Griya Bukit Baru Di Palembang

Pembimbing Skripsi

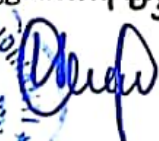
Tanggal 27/03/2024 Ketua Penguji 
Kartawinata, SE., MP.
NIDN: 0214125901

Tanggal 26/03/2024 Penguji I 
Nur Effen, SE., MM.
NIDN: 0202076102

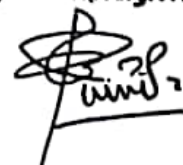
Tanggal 26/03/2024 Penguji II 
Baidowi Abdhie, SE., MP.
NIDN: 0210116101

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Tanggal 27/03/2024

Dr. Msy. Mikial, S.E., M.Si., AK, CA, CSRS.
NIDN: 0205026401

Ketua Program Studi

Tanggal 27/03/2024

Mariyam Zanariah, S.E., MM.
NIDN: 0222096301

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

“Pendidikan bukan mengenai mengisi wadah yang kosong, tapi pendidikan merupakan proses untuk menyalakan api pikiran”. (B. Yeats)

“Tidak mustahil bagi orang biasa untuk memutuskan menjadi luar biasa”. (Elon Musk)

Persembahan:

Skripsi ini kupersembahkan
untuk:

- ❖ Allah SWT
- ❖ Kedua Orang Tuaku
dan Keluarga Besarku
- ❖ Saudara-saudaraku
- ❖ Dosen Pembimbing
Skripsiku
- ❖ Teman Seperjuangan
- ❖ Almamaterku

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Tiara Fransiska
Nomor pokok/NPM : 2001110099
Jurusan/Program Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Starta 1
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis sendiri dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi dengan peraturan yang berlaku.

Palembang, Maret 2024


Tiara Fransiska

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur saya panjatkan kepada Allah SWT karena berkat rahmat, hidayah dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan penyusunan proposal dengan judul “Pengaruh Lokasi, Promosi, dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Pada Perumahan Griya Bukit Baru Di Palembang”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridianti.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, peneliti telah berusaha semaksimal mungkin untuk dapat memberikan yang terbaik, akan tetapi peneliti menyadari bahwa masih banyak terdapat kekurangan dan perlu banyak belajar lagi untuk mendapatkan dan memberikan yang terbaik kepada berbagai pihak.

Banyak kesulitan yang dialami oleh penulisan dalam menyelesaikan skripsi ini, namun berkat kesabaran dan bimbingan, arahan, saran dan dukungan oleh berbagai pihak, akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

Untuk itu, peneliti mengucapkan syukur kepada Allah SWT dan mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada yang terhormat :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Edizal AE, M.S. selaku Rektor Universitas Tridianti.
2. Ibu Dr. Msy.Mikial, SE, M.Si. Ak. CA, CSRS selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridianti.
3. Ibu Mariyam Zanariah, SE., M.M selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridianti.
4. Bapak Kartawinata, SE., MP selaku Pembimbing I yang telah mengajarkan, membimbing, mendidik, serta memberikan dorongan kepada peneliti sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik.
5. Ibu Nur Effen, S.E., M.M selaku Pembimbing II yang telah mengajarkan, membimbing, mendidik, serta memberikan dorongan kepada peneliti sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik.
6. Bapak/Ibu Dosen pengajar program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridianti.

7. Untuk orang yang tidak pernah Lelah dalam mendoakanku disetiap sujudnya yaitu kedua orang tuaku Ayah dan Ibuku, serta kakak dan keluarga yang tidak bisa disebutkan satu persatu.
8. Untuk teman-teman saya yang sudah bersama saya dari awal mulai kuliah di Universitas Tridinanti sampai akhir semester kuliah. Dan juga teman-teman satu Angkatan 2020 khususnya Regular A.

Akhirnya dengan segala kerendahan hati penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, penulis berharap semoga karya yang sederhana ini dapat bermanfaat dengan baik bagi semua pihak. Amiin ya robbal alamiin.

Palembang, Maret 2024

Tiara Fransiska

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
MOTO DAN PERSEMBAHAN	iv
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
ABSTRAK	xiv
RIWAYAT HIDUP.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1. Kajian Teoritis	9
2.1.1. Pengertian Pemasaran	9
2.1.2. Fungsi-Fungsi Pemasaran	10
2.1.3. Bauran Pemasaran.....	11
2.1.4. Lokasi.....	12
2.1.4.1. Pengertian Lokasi.....	12
2.1.4.2. Persyaratan Lokasi Perumahan	13
2.1.4.3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Lokasi	14
2.1.4.4. Dimensi Pertimbangan Pemilihan Lokasi	15

2.1.4.5. Indikator Lokasi	15
2.1.5. Promosi	16
2.1.5.1. Pengertian Promosi	16
2.1.5.2. Tujuan Promosi	16
2.1.5.3. Dimensi Promosi	17
2.1.5.4. Indikator Promosi	19
2.1.6. Fasilitas	19
2.1.6.1. Pengertian Fasilitas	19
2.1.6.2. Jenis-jenis Fasilitas Yang Baik	20
2.1.6.3. Dimensi Fasilitas	21
2.1.6.4. Indikator Promosi	21
2.1.7. Keputusan Pembelian.....	21
2.1.7.1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	21
2.1.7.2. Proses Keputusan Pembelian	23
2.1.7.3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	25
2.1.7.4. Dimensi Keputusan Pembelian	26
2.1.7.5. Indikator Keputusan Pembelian	28
2.2. Penelitian Yang Relevan.....	29
2.3. Kerangka Berpikir	32
2.4. Hipotesis.....	33
BAB III METODELOGI PENELITIAN.....	34
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian	34
3.1.1. Tempat Penelitian.....	34
3.1.2. Waktu Penelitian	34
3.2. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.3. Populasi dan Sampel	37
3.3.1. Populasi.....	37
3.3.2. Sampel dan Teknik Sampling.....	37

3.4. Rancangan Penelitian	38
3.5. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	38
3.5.1. Variabel Penelitian	39
3.5.2. Definisi Operasional Variabel	40
3.5.3. Identifikasi Variabel	41
3.6. Instrumen Penelitian.....	41
3.6.1. Uji Instrumen Data.....	44
3.7. Uji Validitas dan Reliabilitas	45
3.7.1. Uji Validitas.....	45
3.7.2. Uji Reliabilitas	46
3.8. Teknik Analisis Data.....	46
3.9. Uji Asumsi Klasik	47
3.9.1. Uji Normalitas	47
3.9.2. Uji Multikolinieritas	47
3.9.3. Uji Heteroskedastisitas	48
3.10. Teknik Analisis Data Regresi Linier.....	48
3.10.1. Regresi Linier Berganda	48
3.10.2. Koefisien Korelasi (r)	49
3.10.3. Koefisien Determinasi (R^2).....	50
3.11. Uji Hipotesis.....	51
3.11.1. Uji F (Simultan)	51
3.11.2. Uji t (Uji Parsial).....	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	54
4.1. Hasil Penelitian.....	54
4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan.....	54
4.1.2. Struktur Organisasi	55
4.1.3. Pembagian Tugas Griya Bukit Baru	56
4.2. Karakteristik Responden	58

4.2.1. Jenis Kelamin.....	58
4.2.2. Usia Responden	59
4.3. Hasil Instrumen Penelitian	60
4.3.1. Uji Validitas.....	60
4.3.2. Uji Realibilitas	68
4.4. Uji Asumsi Klasik	69
4.4.1. Uji Normalitas	69
4.4.2. Multikolinieritas.....	70
4.4.3. Heteroskedastisitas.....	71
4.5. Teknik Analisis Data.....	71
4.5.1. Analisis Regresi Linier Berganda	71
4.5.2. Analisis Koefisien Korelasi.....	73
4.5.3. Analisis Koefisien Determinasi (R ²)	75
4.6. Uji Hipotesis.....	76
4.6.1. Uji Signifikan Simultan	76
4.6.2. Uji Signifikan Parsial (Uji t).....	77
4.7. Pembahasan	80
4.7.1. Pembahasan Secara Simultan	80
4.7.2. Pembahasan Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan.....	80
4.7.3. Pembahasan Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan	81
4.7.4. Pembahasan Pengaruh Fasilitas Terhadap Keputusan	82
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	84
5.1. Kesimpulan.....	84
5.2. Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA.....	87
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1. Jumlah Rumah Yang Dibangun.....	3
1.2. Daftar Keluhan Konsumen Perumahan Griya Bukit Baru	5
2.1. Penelitian Terdahulu.....	29
3.1. Jadwal Penelitian.....	34
3.2. Operasional Tabel.....	43
3.3. Skala Likert	47
3.4. Penafsiran Uji Korelasi	50
4.1. Jenis Kelamin Responden	59
4.2. Usia Pembeli rumah pada Perumahan Griya Bukit Baru	59
4.3. Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi (X_1)	61
4.4. Hasil Uji Validitas Variabel Promosi (X_2).....	62
4.5. Hasil Uji Validitas Variabel Fasilitas (X_3).....	64
4.6. Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	66
4.7. Hasil Uji Reliabilitas	68
4.8. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov	69
4.9. Hasil Uji Multikolinieritas	70
4.10. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	72
4.11. Hasil Analisis Koefisien Korelasi.....	74
4.12. Hasil Koefisien Determinasi (R^2).....	75
4.13. Hasil Uji Signifikan Simultan (Uji F).....	76
4.14. Hasil Uji Signifikan Parsial (Uji t).....	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1. Kerangka Berpikir.....	32
4.1. Struktur Organisasi Griya Bukit Baru.....	56
4.2. Hasil Uji Heteroskedastisitas	71

ABSTRAK

Tiara Fransiska, “Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Pada Perumahan Griya Bukit Baru Di Palembang” (di bawah bimbingan Bapak Kartawinata, SE., MP. Dan Ibu Nur Effen, SE., MM.)

Penelitian ini dilaksanakan di Perumahan Griya Bukit Baru yang bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh lokasi, promosi, dan fasilitas terhadap keputusan pembelian. Sampel penelitian ini adalah pembeli perumahan griya bukit baru yang berjumlah 80 orang. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode purposive sampling yang diolah dengan menggunakan program *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) versi 25.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh lokasi, promosi dan fasilitas terhadap keputusan pembelian pada perumahan griya bukit baru di Palembang dengan nilai signifikan $F_{0,000} < 0,05$. Persamaan regresi linier berganda $Y = 15.008 + 0,021X_1 + 0,340X_2 + 0,310X_3 + e$. Variabel lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada perumahan griya bukit baru dengan nilai sig t $0,009 < 0,05$, variabel promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada perumahan griya bukit baru dengan nilai sig t $0,000 < 0,05$, dan variabel fasilitas berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada perumahan griya bukit baru dengan nilai sig t $0,000 < 0,50$ yang berarti 3 variabel tersebut menyatakan H_0 ditolak. Hasil menunjukkan bahwa koefisien determinasi (R Square) variabel bebas terhadap variabel terikat adalah sebesar $R^2 = 0,443$ atau 44,3%. Maka hasil ini disimpulkan bahwa terdapat hubungan lokasi, promosi dan fasilitas terhadap keputusan pembelian pada perumahan griya bukit baru.

Kata kunci : Lokasi, Promosi, dan Fasilitas

RIWAYAT HIDUP

Tiara Fransiska dilahirkan di Kota Palembang pada tanggal 29 Maret 2002 merupakan anak kedua dari empat bersaudara.

Duduk di bangku Sekolah Dasar di SD Negeri 31 Palembang, dan lulus pada tahun 2014, melanjutkan jenjang Sekolah Menengah Pertama (SMP) di SMP Negeri 13 Palembang dan lulus pada tahun 2017. Kemudian melanjutkan ke jenjang Pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA) di SMA Srijaya Negara Palembang dan lulus pada tahun 2020. Pada tahun 2020 saya melanjutkan Pendidikan saya pada program Strata 1 di Universitas Tridinanti Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen.

Palembang, Maret 2024

Tiara Fransiska

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tingkat kebutuhan untuk memiliki tempat tinggal (rumah) pada saat ini semakin meningkat. Di kota-kota besar, dimana pertumbuhan penduduk terus meningkat ditambah adanya arus urbanisasi yang tidak pernah surut menyebabkan kebutuhan akan rumah menjadi salah satu kebutuhan pokok manusia yang dirasakan sangat mendesak. Rumah selain fungsi utamanya sebagai tempat tinggal bagi penghuninya, juga menjadi tolak ukur keberadaan status sosial pemiliknya, bahkan seringkali orang membeli rumah karena tujuan ekonomis, yaitu selain tempat tinggal, juga sebagai tempat melakukan kegiatan usaha (Supriyono, 2014:29).

Menurut UU No. 1 Tahun 2011 tentang Perumahan dan Kawasan Permukiman, bahwa setiap orang berhak hidup sejahtera lahir dan batin, bertempat tinggal, dan mendapatkan lingkungan hidup yang baik dan sehat, yang merupakan kebutuhan dasar manusia. Masyarakat saat ini memiliki beberapa pilihan saat memiliki rumah. Pilihan tersebut adalah dengan cara membangun sendiri atau melakukan sewa, membeli secara tunai atau angsuran atau dengan cara peraturan lainnya yang berlaku sesuai dengan perundang-undangan. Tidak semua masyarakat bisa dengan mudah untuk mempunyai rumah. Maka tidak heran bisnis di bidang perumahan semakin

marak, banyak perusahaan muncul dengan memberikan berbagai fasilitas yang lengkap dan harga yang terjangkau.

Perumahan merupakan sebuah kelompok rumah yang berfungsi sebagai lingkungan tempat tinggal atau hunian yang dilengkapi sarana dan prasarana lingkungan yang lengkap. Perumahan terdiri dua macam yaitu perumahan subsidi dan non subsidi. Perumahan subsidi dibangun pemerintah sebagai visi untuk meningkatkan kemakmuran warga negaranya. Di perumahan subsidi spesifikasi perumahan harus mengikuti spesifikasi dari pemerintah untuk dapat masuk dalam kategori rumah layak, sedangkan untuk perumahan non subsidi spesifikasinya jauh dari standar perumahan subsidi.

Kota Palembang sebagai Ibukota di Provinsi Sumatera Selatan memiliki luas 400,2 km² dengan jumlah kependudukan yang cukup tinggi. Banyak sekali perusahaan-perusahaan yang bergerak dibidang properti perumahan mulai dari tipe yang sederhana hingga tipe yang paling mewah tergantung kebutuhan dan kemampuan yang ada. Namun sebagian besar developer membangun rumah yang mampu dijangkau oleh sebagian masyarakat kecil yaitu rumah subsidi tipe 36, dengan harga yang murah dan mudah didapat. Rumah tipe 36 merupakan jenis perumahan untuk kalangan menengah kebawah sehingga memberikan kesempatan kepada konsumen untuk dapat membeli baik secara tunai maupun secara kredit. Jangka kredit yang diberikan juga sangat lama yaitu 10 hingga 20 tahun.

Perumahan Griya Bukit Baru merupakan rumah subsidi dengan Tipe 36 dengan luas tanah 96 M². Produk yang ditawarkan oleh perusahaan ini, yaitu perumahan subsidi. Perumahan subsidi merupakan program sejuta rumah dari pemerintah untuk masyarakat menengah ke bawah dengan harga yang relatif murah. Perumahan ini berlokasi di Jl. Sukasari Baru, Kel. Bukit Baru, Kec. Ilir Barat I, Kota Palembang, Sumatera Selatan. Keunggulan Perumahan Griya Bukit Baru ini adalah kualitas produk, dapat dilihat rumah yang ditawarkan ini memiliki desain yang kekinian dan sudah dilengkapi dengan rangka atap baja ringan, dinding batako dan plaster luar dalam, listrik 1300 watt, air sumur bor, memiliki 2 kamar tidur dan 1 kamar mandi, perumahan Griya Bukit Baru ini juga mempunyai fasilitas umum seperti mushola, taman bermain anak, dan penerangan. Kekurangan dari perumahan Griya Bukit Baru ini adalah akses jalan perumahan yang masih tanah dan letak perumahan berada di pinggiran kota Palembang.

Perumahan Griya Bukit Baru membangun rumah selama tiga tahap pembangunan dengan jumlah rumah yang dibangun selama tahapannya sebagai berikut:

Tabel 1.1
Jumlah Rumah Yang Dibangun
Selama 3 Tahap Pembangunan

Nama Perumahan	Tipe Rumah	Tahap Pertama (2018)	Tahap Kedua (2019-2020)	Tahap Ketiga (2021-2022)
Griya Bukit Baru	36	128 unit	130 unit	142 unit

Menurut Tjiptono (2015:345) lokasi adalah mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen. Dalam pembangunan perumahan perlu mempertimbangkan lokasi, karena dengan lokasi yang strategis maka akan semakin menarik masyarakat untuk membeli rumah.

Menurut Kotler (2012:76) Promosi adalah aktivitas yang mengkomunikasikan manfaat produk dan membujuk pelanggan sasaran untuk membelinya. Tujuan dari semua kegiatan promosi adalah untuk mempengaruhi keputusan pembelian, tetapi tujuan dari semua kegiatan promosi adalah untuk menginformasikan dan membujuk. Dari bentuk-bentuk promosi yang ada, sarana periklanan memegang peranan penting dimana hampir semua jenis periklanan digunakan oleh pihak perusahaan seperti membagikan brosur-brosur, stiker dan mengiklankan di sosial media.

Pengaruh lain yang dapat menunjang keputusan konsumen untuk membeli rumah adalah fasilitas. Fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen (Tjiptono, 2019:23). Fasilitas dapat mempermudah konsumen untuk melakukan suatu aktivitas. Semakin lengkap fasilitas yang dimiliki oleh perumahan, konsumen semakin tertarik untuk membeli rumah yang ditawarkan oleh suatu perusahaan.

Untuk mengetahui apakah produk perusahaan telah memenuhi harapan konsumen, maka pengembang perlu mengetahui bagaimana sikap konsumen terhadap atribut perumahan yang disediakan. Kepemilikan rumah semakin kompleks apabila didukung dengan sarana prasarana yang lengkap oleh pengembang. Fasilitas yang disediakan pada perumahan Griya Bukit Baru kurang memuaskan bagi konsumen perumahan. Hal ini dibuktikan dengan berbagai macam keluhan-keluhan yang datang dari para konsumen perumahan.

Tabel 1.2
Daftar Keluhan Konsumen Perumahan
Griya Bukit Baru Di Palembang

No	Keluhan-Keluhan Konsumen
1	Lokasi rumah yang berada dipinggiran kota.
2	Akses jalan yang masih tanah.
3	Kurang tersedianya fasilitas umum seperti, pasar.
4	Fasilitas perumahan yang kurang memuaskan.
5	Penerangan jalan masih belum diperbaiki.
6	Belum tersedianya air bersih.

Dapat dijelaskan dari Tabel 1.2 diatas bahwa masih banyak keluhan-keluhan dari konsumen atas fasilitas yang disediakan pengembang, sehingga diharapkan adanya tanggapan dari pengembang untuk memperbaiki kekurangan yang ada terutama dalam penyediaan fasilitas perumahan.

Keputusan pembelian merupakan suatu keputusan final yang dimiliki seorang konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa dengan berbagai pertimbangan-pertimbangan tertentu. Keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen menggambarkan seberapa jauh pemasara dalam usaha memasarkan suatu produk ke konsumen. Proses pengambilan keputusan pembelian pada setiap orang pada dasarnya adalah sama, namun proses pengambilan keputusan tersebut akan dikeputusan tersebut akan diwarnai oleh ciri gaya hidupnya.

Berdasarkan dari latar belakang diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Lokasi, Promosi, Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Pada Perumahan Griya Bukit Baru Di Palembang”**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka perlu ditetapkan beberapa masalah yang akan dibahas pada penelitian ini.

Beberapa masalah tersebut adalah sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh lokasi, promosi, dan fasilitas berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Perumahan Griya Bukit Baru Di Palembang?
2. Apakah terdapat pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian pada Perumahan Griya Bukit Baru Di Palembang?

3. Apakah terdapat pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian pada Perumahan Griya Bukit Baru Di Palembang?
4. Apakah terdapat pengaruh fasilitas terhadap keputusan pembelian pada Perumahan Griya Bukit Baru Di Palembang?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui lokasi, promosi, dan fasilitas terhadap keputusan pembelian pada Perumahan Griya Bukit Baru Di Palembang.
2. Untuk mengetahui lokasi terhadap keputusan pembelian pada Perumahan Griya Bukit Baru Di Palembang.
3. Untuk mengetahui promosi terhadap keputusan pembelian pada Perumahan Griya Bukit Baru Di Palembang.
4. Untuk mengetahui fasilitas terhadap keputusan pembelian pada Perumahan Griya Bukit Baru Di Palembang.

1.4. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini, diharapkan mampu memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat menjadi sarana untuk mengaplikasikan apa yang dipelajari di dalam kelas dan dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya untuk memperbaiki dan menyempurnakan kekurangan yang ada dalam penelitian ini.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi perusahaan sebagai bahan pertimbangan dalam menetapkan dan memutuskan lokasi, promosi, dan fasilitas terhadap keputusan pembelian agar dapat digunakan sebagai titik tolak ukur dalam perusahaan.

3. Bagi Akademis

Hasil dari penelitian ini diharapkan untuk menamahi ilmu pengetahuan serta menjadi bahan referensi atau masukan dalam penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh peneliti lainnya yang terkhusus dibidang manajemen pemasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Aprisal, D. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Perumahan Annisa Asri 3)*. E-Journal Manajemen Bisnis.
- Andriyani, M. Ima. (2023). *Pedoman Penulisan Skripsi Dan Laporan Akhir*. Palembang: FEB Universitas Tridianti.
- Angela Mari Ci. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Di Golden City Residence Kota Batam*. Jurnal Manajemen Univ Putera Batam.
- Basu, Swastha (2016). *Manajemen Pemasaran*. BPFE: Yogyakarta.
- Danang, Sunyoto. (2015). *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. CAPS: Yogyakarta.
- Ghozali, Imam. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi, Sudharto. (2013). *Manusia dan Lingkungan*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hurriyati , Ratih. (2015). *Definisi Lokasi dan Pemilihan Lokasi* . Bandung: CV. Alfabeta.
- Hasan, (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Kotler, Armstrong. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler dan Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1 Cetakan Keempat. Terjemahan Benyamin Molan. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, Keller. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 1. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip dan Armstrong. (2014). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Kedua Belas*. Jakarta: PT. Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin L, Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran, Edisi 12 jilid 1 dan 2*. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.

- Luluk, Nur Azizah. (2018). *Pengaruh Harga, Lokasi Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Di Perumahan Made Great Residence Kota Lamongan*. Jurnal Manajemen Unisla, 3 (1).
- Nurlia, Lia. (2020). *Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pengunjung Di Minimarket Menggunakan Metode Regresi Linier*. Sukabumi: JURSISTEKNI (Jurnal Sistem Informasi dan Teknologi Informasi).
- Peraturan Menteri Negara Perumahan Rakyat No. 22/PERMEN/M/2008. *Standar Pelayanan Minimal Bidang Perumahan Rakyat Daerah Provinsi dan Daerah Kabupaten/Kota*.
- Priyanto, Duwi. (2010). *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian Dengan SPSS*. Yogyakarta: Gava Media.
- Rany Sugianto dan Ovinus Ginting. (2020). *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Lokasi, Fasilitas, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Pada Perumahan Medan Resort City*. Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil, Universitas Mikroskil.
- Santoso, Aprih dan Sri Widowati. (2015). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian*. Jurnal Dinamika Sosial Budaya Nomor 2: FE-USM.
- Setiadi, (2012). *Perilaku Konsumen. Edisi Revisi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Schiffman, (2015). *Perilaku Konsumen*. Edisi kedua. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Subroto, (2010). *Definisi Fasilitas dan Jenis-Jenis Fasilitas Yang Baik*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono, (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono, (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. CV. Alfabeta.
- Supriyono. (2014). *Pengaruh Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Membeli Rumah Pada Perumahan Bukit Semarang Baru*. Universitas Pandanaran Semarang.

- Swastha. (2016). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberti.
- Tabroni, Komarudin. (2021). *Pengaruh Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Kredit Rumah di PT. Hari Pelangi Propertindo*. *Bussman Journal: Indonesian Journal Of Business And Management*, 1(2), 151-164.
- Thamrin Abdullah dan Francis Tantri. (2016). *Manajemen Pemasaran Edisi 1 Cetakan 4*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Tjiptono, Fandy. (2011). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia.
- Tjiptono, Fandy. (2012). *Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan dan penelitian*.
- Tjiptono, Fandy. (2015). *Strategi Pemasaran Edisi 4*. Malang: Bayumedia.
- Tjiptono, Fandy. (2019). *Pemasaran Jasa Edisi Pertama*. Malang: Bayumedia.
- Undang-Undang No.1 Tahun (2011). *Perumahan dan Kawasan Permukiman*.