

SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH HARGA, LOKASI DAN LINGKUNGAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN RUMAH SUBSIDI DI MASA
PANDEMI COVID-19**

(Studi Kasus Di PT. Daya Cipta Perdana, Perumahan Taman Anggrek, Mataram)

Untuk memenuhi persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana (S1)



OLEH :

ELITA CALESSA
NIM: 217120086

KONSENTRASI ENTERPRENEUR

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM

2021

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH HARGA, LOKASI, DAN LINGKUNGAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN RUMAH SUBSIDI DI MASA PANDEMI COVID-19
(Studi kasus di PT.Daya Cipta Perdana Properti, Perumahan Tamana Anggrek, Mataram)**

Skripsi Ini Telah Memenuhi Syarat Dan Disetujui Oleh Pembimbing Untuk
Diajukan Ke Sidang Ujian Skripsi Pada :

Hari : Jum'at
Tanggal : 04 Februari 2021

Menyetujui:

Dosen Pembimbing Utama



Drs. H. Abdurrahman, MM
NIDN: 0804116101

Dosen Pembimbing Pendamping



Baiq Reinelda Tri Yunarni, S.E., M.Ak
NIDN: 0807058301

Mengetahui
Program Studi Administrasi Bisnis
Ketua



Ealu Hendra Maniza, S.Sos, MM
NIDN : 0828108404

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI
ANALISIS PENGARUH HARGA, LOKASI, DAN LINGKUNGAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN RUMAH SUBSIDI DI MASA
PANDEMI COVID-19
(Studi kasus di PT. Daya Cipta Perdana Properti, Perumahan Taman Anggrek,
Mataram)

Oleh :

Elita Calessa

Pada Tanggal : 04 Februari 2021
Telah Dipertahankan Di Depan Tim Penguji Dengan Baik

Tim penguji :

Drs. H. Abdurrahman, MM
NIDN. 0804116101

(PN)

(.....)

Baiq Reinelda Tri Yunarni, S.E., M.Ak
NIDN. 0807058301

(PP)

(.....)

Dedy Iswanto, ST., MM
NIDN. 0818087901

(PN)

(.....)

Mengetahui
Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Mataram
Dekan



Dr. H. Muhammad Ali, M.Si
NIDN. 0806066801

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : ELITA CALESSA

Nim : 217120086

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya, Skripsi ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (Sarjana, Magister dan atau Doktor baik di UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM maupun perguruan tinggi lainnya)
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan Tim Pembimbing.
3. Dalam karya tulisan ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau di publikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan di sebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apa bila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan tidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Mataram, 04 Februari 2020



ELITA CALESSA
217120086



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
UPT. PERPUSTAKAAN

Jl. K.H.A. Dahlan No. 1 Mataram Nusa Tenggara Barat
Kotak Pos 108 Telp. 0370 - 633723 Fax. 0370-641906
Website : <http://www.lib.ummat.ac.id> E-mail : upt.perpusummat@gmail.com

**SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Mataram, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : ELITA CALESSA
NIM : 217 120 086
Tempat/Tgl Lahir : EMPANG, 10 MARET 1999
Program Studi : ADMINISTRASI BISNIS
Fakultas : FISIPOL
No. Hp/Email : 087 863 185 005 / elitacalessa99@gmail.com
Jenis Penelitian : Skripsi KTI

Menyatakan bahwa demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Mataram hak menyimpan, mengalih-media/format, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Repository atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama *tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta* atas karya ilmiah saya berjudul:

ANALISIS PENGARUH HARGA, LOKASI, DAN LINGKUNGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN RUMAH SUBSIDI (DI PT. DATA CIPTA PERDANA, MATARAM, PERUMAHAN TAMAH ANGGREK)

Segala tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah ini menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada unsur paksaan dari pihak manapun.

Dibuat di : Mataram

Pada tanggal : 18/03/21

Penulis


ELITA CALESSA
NIM. 217 120 086

Mengetahui,
Kepala UPT. Perpustakaan UMMAT



Iskandar, S.Sos., M.A.
NIDN 0802048904

vi

RIWAYAT HIDUP



Penulis berasal dari Dusun Paria Jaya RT.004/RW.002 Desa Empang Bawa, Kecamatan Empang Kabupaten Sumbawa, Nusa Tenggara Barat. Dan lahir di Empang pada tanggal 10 Maret 1999, sebagai putri ke 3 dari Tiga bersaudara dari pasangan Bapak Sirajuddin MS dan Ibu Sri Suryaningsih.

Penulis menempuh pendidikan Sekolah Dasar di SDN 01 Empang pada Tahun 2005 dan lulus pada Tahun 2011. Penulis melanjutkan pendidikan Sekolah Menengah Pertama di SMP Negeri 1 Empang pada Tahun 2011 dan lulus pada Tahun 2014. Dan menempuh pendidikan Sekolah Menengah Atas di SMA Negeri 1 Empang pada Tahun 2014 dan lulus pada Tahun 2017. Dan pada Tahun 2017 penulis melanjutkan ke Perguruan Tinggi Swasta dan terdaftar sebagai Mahasiswa Strata 1 (S1) Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.

Motto

Ambillah Kebaikan Dari Apa Yang dikatakan, Jangan Melihat siapa yang mengatakan

(Nabi Muhammad SAW)

Pendidikan Marupakan senjata paling ampuh yang bisa kamu gunakan untuk mengubah dunia

(Nelson Mandela)

Raihlah Suksesmu, Sebab sukses mampu melahirkan cinta yang Berkualitas

(Elita Calessa)

Hanya pendidikan yang bisa menyelamatkan masa depan, tanpa pendidikan Indonesia tidak mungkin bertahan

(Najwa Shihab)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah Hirobbil Alamin

Teriring doa dan rasa syukur kehadiran ALLAH SWT

*Kupersembahkan karya Kecilku ini sebagai tanda Bakti dan Cinta
Kasihku yang tulus kepada:*

*Ayahku tercinta Sirajuddin MS dan Ibuku tercinta Sri Suryaningsih,
yang pernah berhenti mencurahkan rasa cinta kasihnya, dan
Kesabarannya dalam merawat, mendidik, melindungi, dan
memperjuangkanku serta doa-doa yang tak pernah putus untuk Putra-
Putrinya*

*Untuk Firda Aprilia, Sri Wahyuni, Susmayati, Nur'aini, Putri Andara
Debby Valenta, dan semua Saudara seperjuangan, yang penulis sayangi,
yang selalu memberikan semangat, keceriaan, dan saling mendoakan agar
penulis dapat menyelesaikan kuliah dan seluruh keluarga besarku yang
tidak dapatku sebutkan satu persatu.*

Para Pendidikku (Guru dan Dosenku)

*Atas bimbingan dan pengajarannya untuk menaklukkan dunia dengan
belajar.*

Sahabat- Sahabatku

Yang senantiasa menemani dikala suka dan duka

Almamater Tercinta Universitas Muhammadiyah Mataram

KATA PENGANTAR



Assalammu'alaikum warahmatulla hiwabarakaatuh.

Alhamdulillahirobbil'alamin puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan karunia dan hidayahNya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul **“Analisis Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Lingkungan Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Subsidi Di Masa Pandemi COVID-19 (Studi Kasus Di PT. Daya Cipta Perdana, Perumahan Taman Angrek, Mataram)”**.

Skripsi ini disusun guna memenuhi tugas akhir.

Penulis menyadari keberhasilan dalam menulis Skripsi ini tidak luput dari bantuan semua pihak, maka dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. H. Arsyad Abdul Gani, M.Pd selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Mataram dan jajarannya.
2. Bapak Dr. H. Muhammad Ali, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram
3. Bapak Lalu Hendra Maniza, S.Sos.,M.M selaku Ketua Prodi Administrasi Bisnis
4. Bapak Drs. H. Abdurrahman,M.M selaku Dosen Pembimbing I Dan Ibu Baiq Reinelda Tri Yunarni, S.E.,M.Ak. selaku Dosen Pembimbing II, terimakasih atas

segala keikhlasan dan kesabaran dalam memberi bimbingan dan arahan dalam menyusun Skripsi.

5. Bapak Dedy Iswanto, ST.,MM sebagai Dosen Pembimbing Netral saya yang telah memberikan saran, serta mengarahkan sehingga skripsi ini dapat terselsaikan.
6. Kedua orang tua saya yang sangat berjasa dan selalu mendoakan dan memberikan dukungan tanpa lelah sehingga Skripsi ini dapat di selsaikan sesuai dengan harapan
7. Rekan-rekan mahasiswa muhammadiyah mataram dan semua pihak yang telah banyak memberikan semangat.

Semoga amal baik yang telah diberikan kepada penulis akan mendapatkan balasan yang sesuai dari Allah SWT. Penulis menyadari tulisan ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi sempurnanya Skripsi ini. Semoga Skripsi ini dapat berguna bagi penulis khususnya dan pembaca pada umumnya.

Wassalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

Mataram, 4 Februari 2021

Penulis,

ELITA CALESSA
217120086

ABSTRAK

ANALISIS PENGARUH HARGA, LOKASI, DAN LINGKUNGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN RUMAH SUBSIDI DI MASA PANDEMI COVID-19

**(Studi kasus di PT.Daya Cipta Perdana Properti, Perumahan Tamana Anggrek,
Mataram)**

Oleh :

ELITA CALESSA

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat pengaruh variabel Harga, Lokasi, dan Lingkungan terhadap keputusan pembelian rumah subsidi dimasa pandemic Covid-19 di Perumahan Taman Anggrek, Mataram jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode sample. populasi dalam penelitian adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelian rumah subsidi di perumahan Taman Anggrek, Mataram. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Skala pengukuran data menggunakan skala likert. Analisa data yang digunakan adalah regresi linier berganda yang di analisis dengan *SPSS 20 for Windows*. Hasil penelitian ini menunjukan bahwa Harga, Lokasi, dan Lingkungan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian rumah subsidi di masa pandemi Covid-19.

Kata kunci : Harga, Lokasi, Lingkungan, dan Keputusan pembelian

ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF PRICES, LOCATIONS, AND THE ENVIRONMENT FOR BUYING DECISIONS ON SUBSIDY HOUSES IN THE PANDEMIC TIME COVID-19

(Case study at PT. Daya Cipta Perdana Properti, Taman Anggrek Housing, Mataram)

**By:
ELITA CALESSA**

ABSTRACT

This study aimed to determine the level of influence of variables, price, location, and environment on the decision to buy a subsidized house during the Covid-19 pandemic at Taman Anggrek Housing Mataram. This research used quantitative research. The data collection method was a sample. The population in this study was all consumers who purchase subsidized housing in Taman Anggrek housing, Mataram. The type of data used was quantitative. The data measurement scale used the Likert scale. The method of data analysis used multiple linear regression with SPSS 20 for Windows. The results of this study indicated that price, location, and environment have a positive and significant effect on the decision to purchase subsidized housing during the Covid-19 pandemic.

Keywords: Price, Location, Environment, and Purchase Decision



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	iv
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
RIWAYAT HIDUP	vii
MOTTO	viii
PERSEMBAHAN.....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
ABSTRAK	xii
ABSTRACK	xiii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1.Latar Belakang	1
1.2.Rumusan Masalah	9
1.3.Tujuan Penelitian	9
1.4.Manfaat Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
2.1.Tinjauan Teori	11
2.2.Penelitian Terdahulu	32
2.3.Kerangka Berfikir.....	34
2.4.Hipotesis.....	35
BAB II METODE PENELITIAN.....	36
3.1 Jenis Penelitian.....	36
3.2 Lokasi Penelitian.....	36
3.3 Populasi dan Sampel	36

3.3.1	Populasi.....	36
3.3.2	Sampel.....	37
3.4	Jenis dan Sumber Data.....	37
3.4.1	Jenis Data.....	37
3.4.2	Sumber Data.....	37
3.5	Teknik dan Alat Pengumpulan Data.....	38
3.5.1	Angket/Kuesioner.....	38
3.5.2	Studi Pustaka.....	38
3.5.3	Dokumentasi.....	39
3.6	Identifikasi dan Definisi Oprasional Variabel.....	39
3.6.1	Variabel Bebas.....	39
3.6.2	Variabel Terikat.....	40
3.6.3	Definisi Operasional Variabel.....	40
3.7	Prosedur Analisis data.....	41
3.7.1	Skala Likert.....	42
3.7.2	Uji Validitas.....	42
3.7.3	Uji Reliabilitas.....	43
3.8	Teknik Analisis data.....	43
3.8.1	Analisis Regresi Linier Berganda.....	43
3.8.2	Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t).....	44
3.8.3	Koefisien Determinasi R^2	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		47
4.1	Gambaran Umum.....	47
4.1.1	Gambaran Umum PT Daya Cipta Perdana.....	47
4.1.2	Struktur Organisasi PT Daya Cipta Perdana.....	48
4.2	Karakteristik Responden.....	51
4.3	Analisis Data.....	53
4.3.1	Hasil Uji Validitas instrument penelitian.....	53
4.3.2	Uji Reliabilitas.....	55
4.4	Analisis Distribusi Frekuensi Masing-masing Variabel.....	55
4.5	Teknik Analisis Data.....	58
4.5.1	Analisis Regresi Linier Berganda.....	58
4.5.2	Pengujian Hipotesis.....	60
4.5.3	Koefisien Determinasi R^2	61
4.6	Pembahasan.....	61
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		65
5.1	Kesimpulan.....	65

5.2 Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA.....	66
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

1.1 Data Perumahan Taman Anngrek	7
3.1 Definisi operasional	41
3.2 Skala Likert	42
4.1 Klasifikasi responden berdasarkan jenis Kelamin	51
4.2 Klasifikasi Responden berdasarkan Umur	51
4.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan	52
4.4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan	53
4.5 Hasil Uji Validitas	54
4.6 Hasil Uji Reabilitas	55
4.7 Distribusi Frekuensi Variabel Harga (X1)	56
4.8 Distribusi Frekuensi Variabel Lokasi (X2)	56
4.9 Distribusi Frekuensi Variabel Lingkungan (X3)	57
4.10 Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	57
4.11 Hasil Linier Berganda	58
4.12 Hasil Uji T	60
4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi	61

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar belakang

Rumah adalah bangunan gedung yang berfungsi sebagai tempat tinggal yang layak huni, sarana pembinaan keluarga, cerminan harkat dan martabat penghuninya, serta asset bagi pemiliknya (Undang-Undang RI No. 1 2011). Sedangkan menurut WHO Rumah adalah struktur fisik atau bangunan untuk tempat berlindung, dimana lingkungan berguna untuk kesehatan jasmani dan rohani serta keadaan sosialnya baik demi kesehatan keluarga dan individu (WHO, 2001).

Subsidi adalah cadangan keuangan dan sumber-sumber daya lainnya untuk mendukung suatu kegiatan suatu usaha atau perorangan oleh pemerintah (Habib Nazir, 2004).

Saat membeli rumah komunitas, tidak hanya faktor harga saja yang harus diperhatikan, namun faktor lain seperti lokasi dan lingkungan juga harus diperhatikan. Orang mengira bahwa faktor harga terkait dengan pendapatan mereka. Bagi mereka yang sedang. Penghasilan tinggi mungkin tidak menjadi masalah, tetapi mereka mempertimbangkan untuk menempatkan faktor-faktor

ini pada posisi yang strategis. Faktor lingkungan merupakan faktor lain yang tidak dapat diabaikan, karena merupakan faktor penting

Tentukan kesesuaian rumah dengan memperhatikan faktor-faktor seperti keamanan dan kebersihan.

Sejalan dengan hal tersebut, kami akan terus memperhatikan kebutuhan rumah berdasarkan lokasi dan standar harga untuk meningkatkan intensitas penjualan rumah bersubsidi. Untuk menunjang bisnis perusahaan, kita harus memperhatikan arti pemasaran. Yang dimaksud dengan pemasaran itu sendiri adalah: pemasaran adalah proses sosial dan manajemen, melalui individu dan tanaman untuk memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan. membuat. Serta bertukar produk dan nilai dengan orang lain (pemasaran adalah proses dan manajemen, individu atau kelompok dapat memperoleh apa yang mereka butuhkan melalui proses dan manajemen ini, dan memperoleh apa yang mereka inginkan melalui peenciptaan dan pertukaran produk dan nilai dengan orang lain atau kelompok. Anda inginkan) (Philip Kotler 6:14).

Dalam hal ini, PT Daya Cipta Perdana merupakan salah satu perusahaan yang memberikan subsidi perumahan dalam berbagai ukuran. Pemasaran di perumahan bersubsidi. Biasanya memiliki atribut yang hampir sama. PT Daya Cipta Perdana Properti mencoba memberi. Perumahan yang diberikan dalam bentuk perumahan bersubsidi salah satunya di Desa Labuapi, Kecamatan Labuapi, Kabupaten Lombok Barat. Ukurannya dibuat sedemikian rupa

sehingga berbeentuk seperti housing BTN dan memiliki kelebihan. Misalnya, harganya masuk akal dan lokasinya lebih unggul..

Pesatnya perkembangan kota sebenarnya yang dibutuhkan masyarakat. Jumlah masyarakat yang memiliki rumah semakin banyak, setidaknya dengan hadirnya PT Daya Cipta Perdana Properti. Hal tersebut dapat menjawab tantangan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan konsumen akan rumah bersubsidi. Perkembangan digital. Tingkat penduduk dan ekonomi. Perkembangan yang ada semakin mendorong developer untuk berkembang bersama. Properti ini terutama dijual untuk rumah bersubsidi.

Dengan menjual rumah bersubsidi, hal itu membuat orang lebih mudah dijangkau. Perumahan. Namun masyarakat telah menjadi konsumen potensial, bahkan konsumen potensial. Konsumen harus lihai saat memilih pengembang. Kredibilitas developer sangat tinggi. Catatan penting, karena ini akan mempengaruhi produk yang mereka tawarkan. Fasilitas yang sama. Diberikan. Dan layanan purna jual. Dalam hal ini PT. Daya Cipta Perdana Properti, pengembang perumahan bersubsidi, tidak hanya dibatasi. Ciptakan saja, tetapi cobalah untuk menjadi menyenangkan. konsumen. Dan mempengaruhi perilaku konsumen. Beli produk yang ditawarkan.

Pengertian perilaku dan sikap konsumen sangat berpengaruh. Penjualan produk saat ini dan penjualan yang diharapkan di masa depan. Perusahaan harus

bertahan selamanya. Aggar daapat teerus beersaing ddengan peerusahaan. Satu jenis. saama. Terlibat daalam bisniss. Subsidi penjuaaalan rumah

Daalam haal iini, settiap oraang meemiliki siikap yyang beerbeda teerhadap oobjek. Perusahaan yang sama berusaha memuaskan. Konsumen memuaskan selera dengan berbagai cara. Realitasnya seperti yang diharapkan. Aula ini seharusnya. Dinilai oleh perusahaan. Karena semua ini melibatkan hubungan yang berkelanjutan. Deengan koonsumen. seecara tiidak laangsung. Kareena berkaitan dengan kelangsungan hiidup jangka panjang perusahaan itu seendiri. Adapun datanya. Volume penjualan. Tabel di bawah ini menunjukkan perumahan PT Daya Cipta Perdana Properti

TABEL 1.1
DATA PERUMAHAN TAMAN ANGGREK

TAHUN	TARGET PENJUALAN (Unit)	REALISASI (Unit)
2017	129	129
2018	178	178
2019	59	59
JUMLAH	366	366

PT Daya Cipta Perdana adalah perusahaan yang bergerak dibidang real estate dan properti berkedudukan di jalan Ra Kartini no.16 A Selong Lombok Timur. Didirikan berdasarkan akte pendirian no.15 tanggal 30 September 2005 dengan bentuk badan hukum perseroan terbatas yang dibuat dihadapan Munawair Asari

SH notaris di Selong dan telah mendapatkan pengesahan dari menteri hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia tertanggal 25 Oktober 2005 Nomor C-29371HT.01.01.TH.2005 selanjutnya akte tersebut telah dilakukan beberapa kali perubahan, terakhir dengan akte notaris nomor 77 tanggal 9 Juli 2018 yang dibuat dihadapan notaris Lalu Mulyadi SH.M.Kn. PT Daya Cipta Perdana didirikan untuk jangka waktu yang tidak ditentukan berapa tahun lamanya (sebagaimana yang tertuang dalam akte pendirian). Perusahaan ini juga memiliki kantor cabang pemasaran yang beralamat di Jl. TGH. Ali Batu No.6a Lingkar Selatan Pagutan.

Dari ketiga penelitian diatas memiliki perbedaan terhadap indikator, yang menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara variabel yang satu dengan yang lainnya, maka berdasarkan research gap maupun asumsi sementara membuat saya tertarik mengangkat judul Analisis Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Lingkungan Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Subsidi Dii Masa Pandemi COVID-19.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Teori

2.1.1 Pengertian Pemasaran dan konsep pemasaran

Pemasaran adalah proses dan proses manajemen di mana seseorang atau kelompok dapat menciptakan dan bertukar produk dan nilai untuk mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan. Seseorang atau kelompok lain. . (Philip Kotler 6:14).

Pemasaran yaitu suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditunjukkan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potentials. (William J.Stanton).

Definisi pemasaran tersebut didasarkan pada konsep-konsep inti sebagai berikut (Philip Kotler, 1993:4) :

1. Permintaan, permintaan dan permintaan Titik awal dari disiplin pemasaran adalah permintaan dan permintaan. Ada manusia selain manusia. Kebutuhan yang kuat akan sesuatu.
2. Kebutuhan adalah kondisi dimana dia merasa kurang dari beberapa kepuasan dasar. Suatu kebutuhan diciptakan untuk masyarakat atau produsen, tetapi itu ada di dalam tubuh manusia. .

3. Keinginan adalah rasa kepuasan yang kuat. Menanggapi kebutuhan tersebut. Lebih dalam. Permintaan, yaitu permintaan akan suatu produk tertentu didukung oleh daya beli dan kemauan untuk membeli, jika permintaan didukung oleh daya beli maka permintaan itu diubah menjadi permintaan.
4. Produk bisa dijelaskan. Sebagai sesuatu yang dapat diberikan kepada seseorang untuk memenuhi kebutuhannya. keinginan.
5. Pasar diartikan sebagai tempat dimana pembeli dan penjual bertemu untuk bertukar barang. Tapi kemudian para ekonom menggunakan istilah ini. Pasar untuk sekelompok pembeli. Dan penjual yang berdagang untuk produk atau kategori produk tertentu. Pasar terdiri dari semua pelanggan. Ada kebutuhan khusus atau kurangnya potensi. Orang yang mungkin ada dan bisa berkomunikasi. Penuhi kebutuhan dan keinginan tersebut.
6. Pemasaran adalah segala aktivitas manusia yang berhubungan dengan pasar. Pada saat yang sama, ada pemasar. Seseorang sedang mencari sumber daya. Dan bersedia memberi. Hal-hal yang berharga sebagai balasannya. .

2.1.2 Pengertian Prilaku Konsumen

Menurut Mangkunegoro dalam Akhmad (1994), prilaku konsumen adalah kegiatan-kegiatan dapat di definisikan sebagai proses pengambilan keputusan aktivitas individu secara fisik yang di lihat dalam mengevaluasi, memperoleh, menggunakan atau dapat mempergunakan barang-barang dan jasa.

2.1.3 Harga

Agar berhasil memasarkan barang atau jasa, setiap perusahaan harus menetapkan harga dengan tepat. Harga merupakan satu-satunya elemen dalam bauran pemasaran yang memberikan pendapatan atau pendapatan bagi perusahaan, sedangkan tiga elemen lainnya adalah harga. (Produk, distribusi dan promosi) menimbulkan biaya (pengeluaran). Selain itu, harga merupakan salah satu elemen bauran pemasaran. Fleksibel artinya bisa diubah. Cepat (Tjiptono, .2008).

Dari perspektif pemasaran. Harga adalah satuan uang atau satuan ukuran lain (termasuk barang dan jasa lainnya) yang dipertukarkan dengan kepemilikan atau penggunaan barang atau jasa (Tjiptono, 2008).

Harga dibayar sebagai imbalan atas barang atau jasa. Secara khusus, harga adalah tentang menukar mata uang dan mengorbankan barang atau jasa. Waktu tunggu barang atau jasa (Lupiyoadi, 2001).

Menurut Kotler & Ammstrong (2008), harga adalah jumlah yang dibayarkan untuk suatu produk atau jasa. Secara lebih luas, harga adalah jumlah dari semua nilai yang dialokasikan. Pelanggan mendapatkan keuntungan dari kepemilikan atau penggunaan. Produk atau layanan.

2.1.4. Lokasi

a. Pengertian lokasi

Menurut Tjiptono, lokasi merupakan tempat dimana perumahan dapat menjangkau dengan mudah, aman dan memiliki tempat parkir yang luas.

Komponen yang menyangkut lokasi meliputi: pemilihan lokasi yang strategis, di daerah sekitar pusat perbelanjaan, dekat permukiman penduduk, aman, dan nyaman bagi pelanggan, adanya fasilitas yang mendukung seperti adanya lahan parkir, serta faktor-faktor yang lainnya.

b. Indikator lokasi

Indikator untuk variabel lokasi dalam penelitian ini adalah:

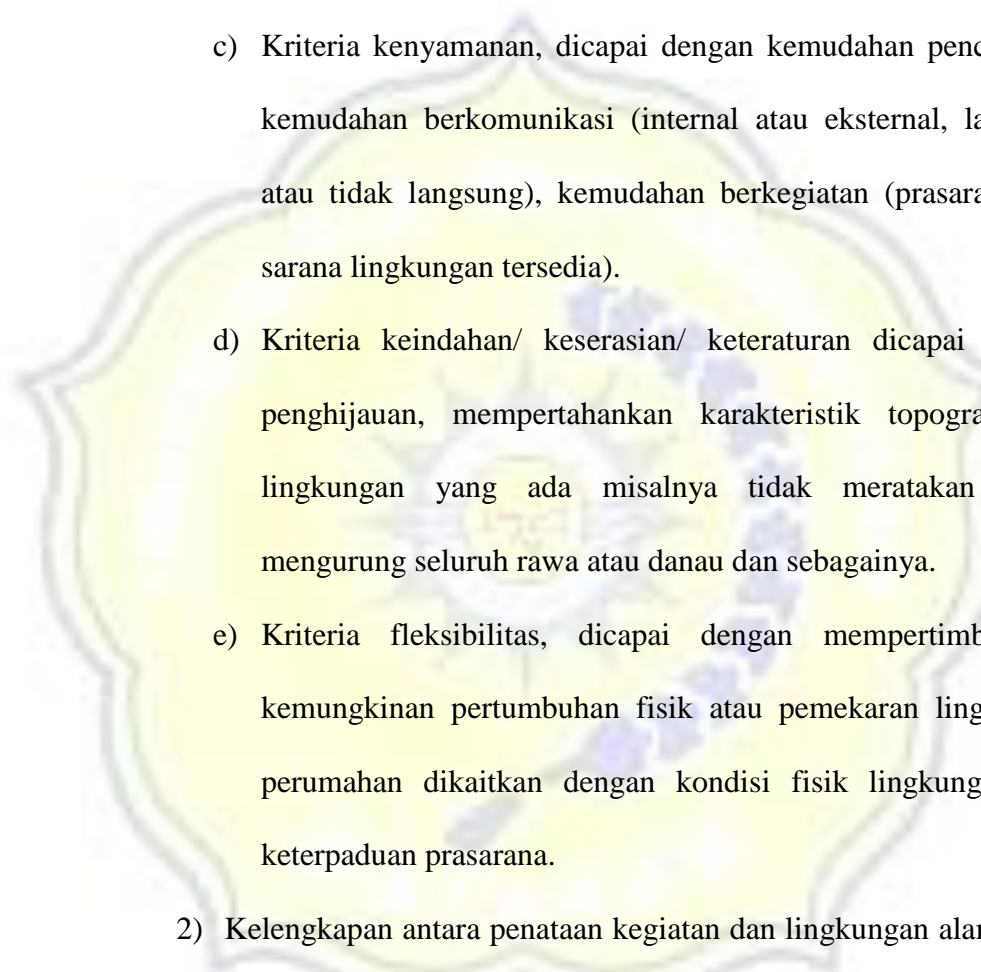
- 1) Letak perumahan
- 2) Mempunyai akses terhadap pusat-pusat pelayanan.
- 3) Kriteria perumahan

c. Tatacara perencanaan lingkungan perumahan

Menurut SNI 03-17333-2004 tentang tatacara perencanaan lingkungan perumahan di perkotaan, lokasi lingkungan perumahan harus memenuhi ketentuan yaitu:

- 1) Lokasi perumahan harus sesuai dengan rencanaperuntukan lahan yang diatur dalam rencana tata ruang wilayah (RT/RW) setempat atau dokumen perencanaan lainnya yang ditetapkan dengan peraturan daerah setempat, dengan kriteria sebagai berikut:

- a) Kriteria keamanan, dicapai dengan mempertimbangkan bahwa lokasi tersebut bukan merupakan kawasan lindung, olahan pertanian, hutan produksi, daerah bebas bangunan pada area bandara, daerah dibawah jaringan listrik tegangan tinggi.

- 
- b) Kriteria kesehatan, dicapai dengan mempertimbangkan bahwa lokasi tersebut bukan daerah yang mempunyai pencemaran udara di atas ambang batas, pencemaran air permukaan dan air tanah dalam.
- c) Kriteria kenyamanan, dicapai dengan kemudahan pencapaian, kemudahan berkomunikasi (internal atau eksternal, langsung atau tidak langsung), kemudahan berkegiatan (prasarana dan sarana lingkungan tersedia).
- d) Kriteria keindahan/ keserasian/ keteraturan dicapai dengan penghijauan, mempertahankan karakteristik topografi dan lingkungan yang ada misalnya tidak meratakan bukit, mengurung seluruh rawa atau danau dan sebagainya.
- e) Kriteria fleksibilitas, dicapai dengan mempertimbangkan kemungkinan pertumbuhan fisik atau pemekaran lingkungan perumahan dikaitkan dengan kondisi fisik lingkungan dan keterpaduan prasarana.
- 2) Kelengkapan antara penataan kegiatan dan lingkungan alam harus memperhatikan jenis tumbuhan yang ada dan jenis tumbuhan yang dapat tumbuh di wilayah bersangkutan, masa pertumbuhan dan umurnya, serta pengaruhnya terhadap lingkungan Di perkotaan, yang ideal Bentuk permukiman merupakan kebutuhan Jawaban yang lengkap atas pertanyaan tersebut, karena perumahan dan

permukiman melibatkan kehidupan manusia, termasuk semua aspek kebutuhan. Lokasi geografis memegang peranan penting dalam menjalankan bisnis. Karena terkait dengan kedekatan lokasi bisnis dengan pusat keramaian, lokasi yang mudah dijangkau (aksesibilitas), keamanan, dan ketersediaan lahan parkir yang luas, biasanya lebih menjadi perhatian konsumen.

Posisi geografis lebih unggul, mudah dijangkau konsumen, dan terjamin keamanannya. Oleh karena itu, terdapat hubungan antara lokasi yang strategis dengan daya tarik konsumen untuk membeli produk.

Dalam penelitian Erlangga Gibran (2014), lokasi rumah memiliki peran utama dalam keputusan pembelian rumah. Faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen adalah lokasi atau lokasi rumah. Aktivitas masyarakat merupakan faktor lokasi yang harus dipertimbangkan pelanggan saat melakukan PPR. Akses jalan cepat dan nyaman, dekat dengan pusat kota, transportasi nyaman, tidak ada banjir.

Menurut lembaga penelitian Habibi Tri Rahmat, letak rumah atau jarak dari pusat kota tempat rumah itu berada, membuat konsumen tertarik untuk membeli. Lokasi rumah secara langsung mempengaruhi peluang yang didapat pelanggan saat membeli kepemilikan rumah. Pertimbangan lain yang harus dipertimbangkan pelanggan antara lain lokasi yang dekat dengan kota, lokasi kerja, fasilitas umum (rumah sakit, pasar), dll.

1.1.4. Lingkungan

Tren perkembangan yang mendalam. Sekarang ada orang yang mensubsidi penjualan rumah. Desain dalam pengelolaan lingkungan juga merupakan bagian yang sangat berguna dalam menangani iklim tropis. Misalnya dengan memperhatikan. Di orbit matahari, cangkang kemudian disusun utara-selatan. Dengan cara ini, itu bisa dikurangi. Beban rumah akan digunakan untuk mengatasi kelebihan energi matahari di masa depan.

1. Lebar jalur berada dalam lingkungan yang dapat memberikan siklus berkendara yang nyaman, sehingga tidak perlu khawatir. Roda dua atau sedang digunakan. Empat roda.
2. Kepadatan lalu lintas di lingkungan akan mempengaruhi tingkat kebisingan. Dan keamanan.
3. Infrastruktur yang disarankan dan didukung, seperti pusat perbelanjaan, pusat kebugaran, pusat perbelanjaan terjangkau, tempat rekreasi, dll. Karena jika ada kebutuhan penunjang yang dapat lebih memenuhi kebutuhannya di lingkungan sekitar, maka konsumen akan mentolerir hal semacam ini.

Hall et.al (2000) Ukuran yang sering digunakan adalah indikator lingkungan yang baik, yang berkaitan dengan kondisi jalan yang berhubungan dengan ketentraman hidup, penempatan gedung, kepadatan lingkungan,

aktivitas pemukiman, tempat kerja, belanja, integritas umum, spiritual dan hiburan. Indikator-indikator ini berdampak.

Penelitian Terdahulu

1. Nian Wafirotul Fitria (2018), menyatakan “Pengaruh, lokasi dan promosi terhadap keputusan pembelian di BMT Surya Abadi Jenangan Ponorogo” bahwa hasil penelitian ini menunjukkan variabel lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan variabel promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Perbedaan dari penelitian Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah obyek yang digunakan oleh penulis yaitu PT. Daya Cipta. Variabel penelitian penulis yaitu harga, lokasi dan lingkungan rumah subsidi. Perbedaan juga terletak pada waktu, jumlah sampel. Dari hasil penelitian mengenai Pengaruh, lokasi dan promosi terhadap keputusan pembelian di BMT Surya Abadi Jenangan Ponorogo. Dapat disimpulkan bahwa variabel lokasi lebih berpengaruh terhadap keputusan pembelian di BMT Surya Abadi Jenangan Ponorogo.
2. Winda Annisa Cahya Kurniawati (2017), menyatakan “Pengaruh lokasi perumahan, harga perumahan dan citra merk terhadap keputusan nasabah mengambil kredit kepemilikan rumah (KPR) syariah Surakarta” bahwa hasil penelitian menunjukkan lokasi perumahan, harga perumahan, citra merk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah

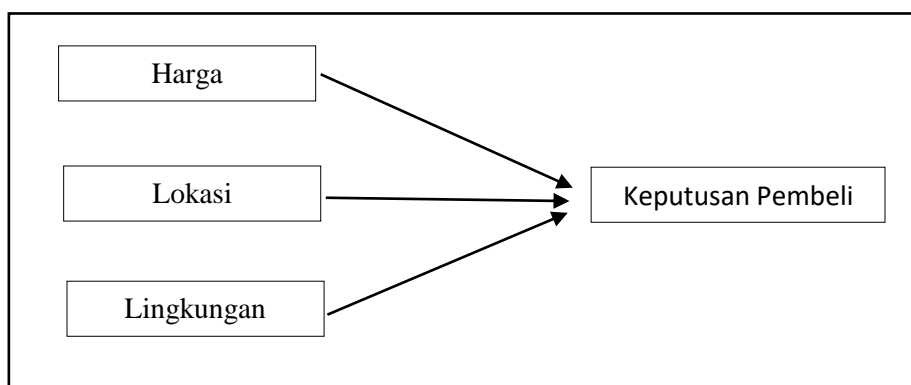
mengambil KPR syariah. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah obyek yang digunakan oleh penulis yaitu PT. Daya Cipta. Variabel penelitian penulis yaitu harga, lokasi dan lingkungan rumah subsidi. Perbedaan juga terletak pada waktu, jumlah sampel. Dari hasil penelitian mengenai Pangaruh lokasi perumahan, harga perumahan dan citra merk terhadap keputusan nasabah mengambil kredit kepemilikan rumah (KPR) syariah Surakarta. Dapat disimpulkan bahwa lokasi perumahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah mengambil KPR syaria'ah.

1.2. Kerangka Berfikir

Dalam penelitian kerangka berfikir untuk menjelaskan arah dari peneliitian tersebut. Dalam kerangka berfikir dapat menunjukan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Untuk variabel independennya adalah harga perumahan, lokasi perumahan dan lingkungan perumahan serta variabel dependennya adalah keputusan pembelian rumah subsidi dimasa pandemi.

Sehingga dapat dikembangkan kerangka berfikir seperti tampa pada gambar berikut ini :

**GAMBAR 2.1
KERANGKA BERFIKIR**



Berdasarkan kerangka berfikir diatas dapat disimpulkan bahwa diduga keputusan pembelian rumah subsidi dipengaruhi oleh beberapa faktor berupa harga, lokasi dan lingkungan.

2.4 Hipotesis

1. H₁ (Harga)

H₀₁ : harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian rumah subsidi dimasa pandemi covid-19.

H_{a2} : harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian rumah subsidi dimasa pandemi covid-19.

2. H₂ (Lokasi)

H₀₁ : lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian rumah subsidi dimasa pandemi covid-19.

H_{a2} : lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian rumah subsidi dimasa pandemi covid-19.

3. H₃ (Lingkungan)

H₀₁ : lingkungan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian rumah subsidi dimasa pandemi covid-19.

H_{a2} : lingkungan berpengaruh terhadap keputusan pembelian rumah subsidi dimasa pandemi covid-19.

4. H₄ (Harga, Lokasi dan Lingkungan)

H0₁ : harga, lokasi dan lingkungan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian rumah subsidi dimasa pandemi covid-19.

Ha₂ : harga, lokasi dan lingkungan berpengaruh terhadap keputusan pembelian rumah subsidi dimasa pandemi covid-19.



BAB III

METODE PENELITIAN

1.1 Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini penelitian yang menggunakan penelitian kuantitatif yaitu metode penelitian yang menggunakan statistic, digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistic dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2014)

1.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan subjek penelitian (lokasi penelitian). Dalam hal ini berlokasi di PT. Daya Cipta Properti di Kota Pagutan, Mataram. Ini memang untuk penelitian ilmiah. Berbagai pertimbangan ilmiah dan pertimbangan praktis diperlukan. Pertimbangkan secara ilmiah apakah ada masalah lokasi yang telah banyak dipelajari. Secara ilmiah, obyeknya adalah. Mudah dijangkau, efektif dan efisien. Dari segi waktu dan biaya.

1.3 Populasi dan Sampel

1.3.1 Populasi

Populasi merupakan sekumpulan anggota obyek yang di teliti, yang menjadi populasi dari penelitian ini adalah konsumen yang membeli rumah di PT. Daya Cipta Properti yang jumlahnya sesuai dengan jumlah unit yang tersedia.

1.3.2 Sampel

Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *accidental sampling*, dimana hanya individu-individu atau kelompok yang dijumpai atau yang bersedia menjadi responden. Sehingga yang menjadi sampel dari penelitian

ini adalah konsumen yang datang dan membeli rumah di PT. Daya Cipta Properti, Jempong Kota Mataram.

1.4 Jenis dan sumber data

1.4.1 Jenis data

berdasarkan. Tujuan yang ingin dicapai. Selain jenis data yang dibutuhkan, penelitian ini mengadopsi metode penelitian kuantitatif, yaitu data yang direpresentasikan oleh angka-angka yang dapat langsung menyesuaikan harga (seperti harga, lokasi geografis, dan lingkungan) dari segi kuantitas pembelian, tergantung dari pembelian keputusan. Subsidi perumahan PT. Daya Cipta Properti Mataram, melalui SPSS untuk Windows.

Sumber data

- 1) Data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian yang berupa tanggapan, saran, kritik, pertanyaan, dan penilaian dari konsumen sebagai responden. Contohnya adalah data yang diperoleh dari responden berdasarkan kuesioner.
- 2) Data skunder, yaitu data yang diperoleh berdasarkan informasi yang ada kaitannya dengan masalah yang diteliti dalam hal ini mengenai literature dan buku-buku tentang masalah yang dimaksud dalam penelitian.

1.5 Teknik dan Alat Pengumpulan Data

1.5.1 Angket/kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya Sugiyono (2010:199). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kuesioner sebagai

alat untuk mengumpulkan data primer dari responden. Kuesioner dalam penelitian ini menggunakan pertanyaan tertutup dengan skala likert dan langsung diberikan kepada sumber data. Responden disilahkan untuk memilih respon SS (Sangat setuju) dengan skor 5, S (setuju) dengan skor 4, KS (kurang setuju) dengan skor 3, TS (Tidak setuju) dengan skor 2, STS (Sangat tidak setuju) dengan skor 1.

1.5.2 Studi kepustakaan

Studi kepustakaan adalah data yang diperoleh secara tidak langsung atau melalui pihak lain, atau laporan historis yang telah disusun dalam arsip yang dipublikasikan atau tidak dalam bentuk yang sudah jadi, sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain (Sekaran, 2006). Data skunder yang digunakan dalam dalam penelitian ini berupa jurnal, buku-buku ilmiah, thesis, majalah-majalah perekonomian, dan informasi dokumentasi lain yang dapat diambil melalui sistem online (internet).

1.5.3 Dokumentasi

Dokumentasi, dari asal katanya dokumentasi, yang artinya barang-barang tertulis. Metode dokumentasi digunakan peneliti untuk mengumpulkan data-data tertulis, gambaran umum lokasi penelitian dan catatan lain yang berhubungan dengan penelitian ini (Sugiyono, 2014)

1.6 Identifikasi dan Definisi Operasional Variabel

1.6.1 Variabel Bebas

Dalam penelitian ini variabel yang digunakan variabel bebas (variabel Dependen) memengaruhi variabel terikat (variabel Independen).

1. Harga (X_1)

Harga merupakan bagian yang melekat pada produk yang mencerminkan seberapa besar kualitas produk tersebut. Harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk dan jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para konsumen untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.

2. Lokasi (X_2)

Lokasi memegang peranan yang penting dalam melakukan usaha. Karena berkaitan dengan dekatnya lokasi usaha dengan pusat keramaian, mudah dijangkau (aksesibilitas), aman, dan tersedia tempat parkir yang luas, pada umumnya lebih disukai konsumen.

3. Lingkungan (X_3)

Ukuran umum. Indikator lingkungan yang baik berkaitan dengan kondisi jalan raya. Dalam lingkungan kehidupan yang tenang, penataan lokasi gedung, kepadatan lingkungan, dan keutuhan kegiatan. Tempat tinggal, tempat kerja, belanja, publik, kehidupan spiritual. Dan hiburan.

3.6.2 Variabel Terikat

Keputusan pembelian (Y)

Keputusan pembelian adalah keputusan pembeli tentang merek apa yang mau dibeli. Tahapan keputusan pembelian konsumen dilakukan ketika konsumen mengevaluasi alternatif-alternatif yang memyangg membantu preferensi atas merek-merek yang ada di dalam kumpulan pilihan.

3.6.3 Definisi Operasional Variabel

Berdasarkan judul yang diteliti yaitu : Analisis Pengaruh Harga, Lokasi dan Lingkungan terhadap Keputusan Pembelian rumah subsidi dimasa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus di PT Daya Cipta Properti (Perumahan Taman Angrek) Mataram).

Tabel 3.1
Definisi Operasional

Variabel	Definisi operasional	Indikator
Harga (X₁)	Alma (2011:169) mendefinisikan bahwa harga: “Harga sebagai nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang”. Harga memiliki dua peranan utama dalam proses pengambilan keputusan para pembeli, yaitu peranan alokasi dan peranan informasi.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterjangkauan harga. 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. Kesesuaian harga dengan manfaat.
Lokasi (X₂)	Lokasi usaha merupakan suatu tempat dimana perusahaan itu melakukan kegiatan dan sangat menentukan dalam keberhasilan suatu usaha.	<ol style="list-style-type: none"> 1. kemudahan akses transportasi umum 2. kelancaran akses menuju lokasi.
Lingkungan (X₃)	Menurut Hall et.al (2000) Ukuran umum. Indikator lingkungan yang baik berkaitan dengan kondisi jalan di lingkungan yang tenang. Kehidupan, tata letak lokasi konstruksi, kepadatan lingkungan, integritas. Rumah susun, tempat kerja, belanja, kehidupan umum dan spiritual Dan hiburan	<ol style="list-style-type: none"> 1. keamanan lingkungan 2. kebersihan lingkungan sekitar
Keputusan pembelian (Y)	“Beberapa tahap yang dilakukan oleh konsumen. tahap tersebut yang akan menghasilkan suatu keputusan untuk membeli atau tidak dan setelah membeli konsumen akan puas atau tidak”.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keinginan akan suatu produk. 2. Kesesuaian produk dengan harapan. 3. Kepuasan akan kualitas suatu produk.

3.7 Prosedur analisis data

Dalam menganalisis data penelitian ini akan di analisis dengan menggunakan:

3.7.1 Skala Likert

Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang suatu fenomena sosial dimana fenomena sosial ini ditetapkan secara spesifik oleh peneliti dan selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian (Sugiyono, 2014).

Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan menggunakan angket. Selanjutnya pertanyaan atau pernyataan tersebut diberi skor jawaban antara 1-5, dimana jawaban tersebut digolongkan dengan beberapa kategori:

Tabel 3.2
Skala Likert

Kriteria jawaban responden	Skor jawaban responden
Sangat setuju	5
Setuju	4
Kurang setuju	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

Kriteria umum masing-masing variabel, mengikuti prosedur perhitungan berikut: Interval

kelas = skor tertinggi

3.7.2 Uji validitas

Dimaksud untuk menyatakan sejauh mana data yang tertampung pada suatu kuesioner akan mengukur apa yang akan diukur. Dalam penelitian ini akan mengukur mengenai harga dan generasi seumur hidup terhadap keputusan konsumen.

Rumus korelasi produk momen *product moment* dari *person* adalah sebagai berikut (Sugiyono,2014):

Bila nilai r_{hitung} lebih besar dari nilai r_{kritis} ($r_{hitung} \geq 0,30$), maka instrument dikatakan valid dan jika sebaliknya dikatakan tidak valid (Sugiyono,2014).

3.7.3 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah tingkat kemampuan instrument penelitian untuk mengumpulkan data secara tetap dari sekelompok individu. Reliabilitas menunjukkan pada konsisten dan stabilitas hasil skala pengukuran tertentu. Pengujian Reliabilitas ini dilakukan menggunakan formula *alpha Cronbach* pada program SPSS 25. Dalam penelitian ini digunakan formula *alpha Cronbach* dengan rumus sebagai berikut (Sugiyono, 2014):

Instrument dikatakan handal dalam (Reliabilitas) bila memiliki koefisien reliabilitas sebesar 0,6 atau lebih, bila lebih kecil dari 0,6 maka dinyatakan tidak reliabel (Sugiyono,2014).

3.8 Teknik Analisis Data

3.8.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Yaitu alat analisis yang digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas yaitu harga, lokasi dan lingkungan terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian.

Bentuk persamaan regresi yang digunakan adalah sebagai berikut (Sugiyono,2014):

$$Y = \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e_i$$

Dimana :

Y = Variabel dependen

A = Konstanta

β_1 = Koefisien regresi dari X_1

β_2 = Koefisien regresi dari X_2

β_3 = Koefisien regresi dari X_3

e_i = Estimasi error

3.8.2 Pengujian hipotesis secara parsial (Uji t)

Uji t adalah untuk menguji apakah setiap koefisien regresi variabel bebas mempunyai pengaruh atau tidak terhadap variabel terikat.

Uji t dimaksudkan untuk mengetahui tingkat signifikan pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat dengan asumsi variabel bebas yang lain tidak berubah (Sugiyono, 2014).

Rumus:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

t = nilai uji t

r = koefisien korelasi person

r^2 = koefisien determinasi

n = jumlah sampel

kriteria pengujian hipotesis yang digunakan:

level of significance = $dk = n - k - 1$

1. Jika $-t_{table} \leq t_{hitung} \leq +t_{table}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak artinya jika variabel harga, lokasi, dan lingkungan lebih kecil t_{hitung} dengan t_{table} maka H_0 diterima H_a ditolak.
2. Jika $t_{hitung} \leq -t_{table}$ atau $t_{hitung} > +t_{table}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. artinya jika variabel harga, lokasi, dan lingkungan lebih besar t_{hitung} dengan t_{table} maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

3.8.3 Koefisien determinasi R^2

Koefisien determinasi R^2 pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai determinasi adalah nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Semakin tinggi R^2 , semakin penting suatu variabel karena dalam penelitian ini terdiri dari beberapa variabel, maka akan digunakan koefisien determinasi untuk mengukur besar sumbangan dari variabel bebas terhadap variabel terikat (Sugiyono, 2014).

Rumus yang digunakan :

$$Kd = r^2_{xy} \times 100\%$$

Keterangan :

Kd = koefisien determinasi

r^2_{xy} = koefisien kuadrat korelasi ganda

Sedangkan kriteria dalam melakukan analisis koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

- a. Jika Kd mendekati nol (0), berarti pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen lemah.
- b. Jika Kd mendekati satu (1), berarti pengaruh variabel independen terhadap variabel dependent kuat.