

**PENGARUH HARGA, SPESIFIKASI, DAN LOKASI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN RUMAH SUBSIDI  
( *STUDI KASUS PADA PT. MAHAKARYA TUNAS JAYA* )**

**SKRIPSI**

Untuk Memenuhi Persyaratan  
Memperoleh Gelar Sarjana S.AB (S1)



**ULIL ABSHOR**  
NIM. 2019B1C009

**KONSENTRASI ENTERPRENEUR  
PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM**

**2023**

**PENGARUH HARGA, SPESIFIKASI, DAN LOKASI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN RUMAH SUBSIDI  
( *STUDI KASUS PADA PT. MAHAKARYA TUNAS JAYA* )**

**SKRIPSI**

Untuk Memenuhi Persyaratan  
Memperoleh Gelar Sarjana S.AB (S1)



**ULIL ABSHOR**  
NIM. 2019B1C009

**KONSENTRASI ENTERPRENEUR  
PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM**

**2023**

**LEMBAR PERSETUJUAN**  
**PENGARUH HARGA, SPESIFIKASI, DAN LOKASI**  
**TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN RUMAH SUBSIDI**  
**( STUDI KASUS PADA PT. MAHAKARYA TUNAS JAYA )**

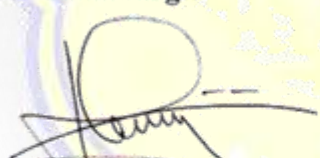
Oleh :

**ULIL ABSHOR**

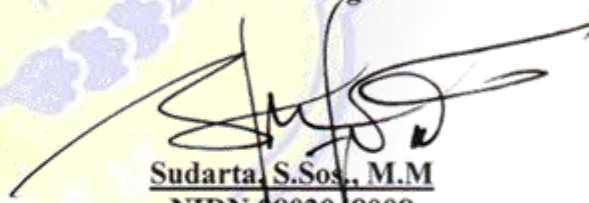
Untuk Memenuhi Ujian Skripsi  
Pada Tanggal 30 Juni 2023

Menyetujui :  
**Pembimbing**

**Pembimbing I**

  
Lalu Hendra Maniza. Sos, MM  
NIDN. 0828108404

**Pembimbing II**

  
Sudarta S.Sos., M.M  
NIDN.0802048008

Mengetahui

Ketua Program Studi Administrasi Bisnis

  
  
Lalu Hendra Maniza. S.Sos, MM  
NIDN. 0828108404

**LEMBAR PENGESAHAN**

**PENGARUH HARGA SPESIFIKASI DAN LOKASI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN RUMAH SUBSIDI  
(Studi Kasus Pada PT. Mahakarya Tunas Jaya)**

Oleh ;

**ULIL ABSHOR  
NIM. 2019B1C009**

Telah Dipertahankan di depan penguji  
Pada tanggal 30 juni 2023  
Dinyatakan telah memenuhi persyaratan

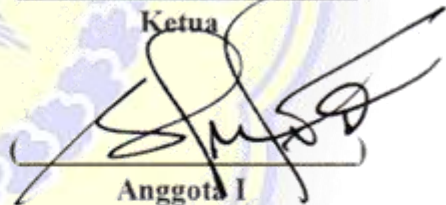
Tim Penguji

Lalu Hendra Maniza. S.Sos., M.M.  
NIDN: 0828108404



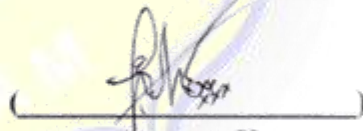
Ketua

Sudarta, S.Sos., M.M.  
NIDN: 0802048008



Anggota I

Selva. M.Sc.  
NIDN: 0811118601



Anggota II

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. F. Muhammad Ali, M.Si.  
NIDN: 0806066801



## PERNYATAAN ORIENTALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram:

Nama : Ulil Abshor

Nim : 2019B1C009

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "*Pengaruh Harga, Spesifikasi, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Subsidi (Studi Kasus Pada PT. Mahakarya Tunas Jaya*" adalah hasil karya tulis saya sendiri. Karya tulis ini adalah murni gagasan dan rumusan tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan dari pembimbing. Sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya yang ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali sebagai acuan dan kutipan dengan mengikuti penulisan karya ilmiah yang lazim. Apabila ditemukan terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka hal tersebut sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sadar dan tanpa rekayasa dari pihak manapun.

Mataram, 14 Juli 2023

Mahasiswa,



Ulil Abshor

2019B1C009



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN DAN  
PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM  
UPT. PERPUSTAKAAN H. LALU MUDJITAHID UMMAT

Jl. K.H.A. Dahlan No.1 Telp.(0370)633723 Fax. (0370) 641906 Kotak Pos No. 108 Mataram  
Website : <http://www.lib.ummat.ac.id> E-mail : [perpustakaan@ummat.ac.id](mailto:perpustakaan@ummat.ac.id)

SURAT PERNYATAAN BEBAS  
PLAGIARISME

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

Nama : ULIL ABSHOP  
NIM : 201981009  
Tempat/Tgl Lahir : MATARAM, 12-08-1998  
Program Studi : ADMINISTRASI BISMIS  
Fakultas : FISI POL  
No. Hp : 081-936-031-997  
Email : abshop.u12@gmail.com

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi/KTI/Tesis\* saya yang berjudul :

PENGARUH HARGA, SPESIFIKASI, DAN LOKASI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN RUMAH SUBSIDI  
(STUDI KASUS PADA PT. MAHAKARYA TUNAS JAYA)

Bebas dari Plagiarisme dan bukan hasil karya orang lain. 478

Apabila dikemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian dari Skripsi/KTI/Tesis\* tersebut terdapat indikasi plagiarisme atau bagian dari karya ilmiah milik orang lain, kecuali yang secara tertulis disitas dan disebutkan sumber secara lengkap dalam daftar pustaka, saya bersedia menerima sanksi akademik dan/atau sanksi hukum sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Mataram.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun dan untuk dipergunakan sebagai mana mestinya.

Mataram, 13 Juli .....2023  
Penulis



ULIL ABSHOP  
NIM. 201981009

Mengetahui,  
Kepala UPT. Perpustakaan UMMAT



Shahid, S.Sos.,M.A. *uly*  
NIDN. 0802048904

\*pilih salah satu yang sesuai





MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN DAN  
PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM  
UPT. PERPUSTAKAAN H. LALU MUDJITAHID UMMAT

Jl. K.H.A. Dahlan No.1 Telp.(0370)633723 Fax. (0370) 641906 Kotak Pos No. 108 Mataram  
Website : <http://www.lib.ummat.ac.id> E-mail : [perpustakaan@ummat.ac.id](mailto:perpustakaan@ummat.ac.id)

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN  
PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : ULIL ABSHOR  
NIM : 2019B1C009  
Tempat/Tgl Lahir : MATARAM, 12-08-1998  
Program Studi : ADMINISTRASI BISNIS  
Fakultas : FISIPOK  
No. Hp/Email : 081-936-081-997  
Jenis Penelitian :  Skripsi  KTI  Tesis

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:

PENGARUH HARGA, SPESIFIKASI, DAN LOKASI TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN RUMAH SUBSIDI  
(STUDI KASUS PADA PT. MAHAKARYA TUNAS JATA)

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabila dikemudian hari terbukti ada 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.

Mataram, 13 Juli 2023

Penulis



ULIL ABSHOR  
NIM. 2019B1C009

Mengetahui,

Kepala UPT. Perpustakaan UMMAT



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

**MOTTO**

وَجَدَّ جَدًّا مَنْ

“Man Jadda Wa Jadda”

“Barang siapa bersungguh-sungguh, maka ia akan mencapai tujuannya”

**( Penulis )**

“Hidup itu sederhana, Kepercayaan dan Karakter Seseorang.

Pada akhirnya materil bukan menjadi persoalan ”

**( Han's - Sung Kang, Tokyo Drift )**



## *Persembahan*

Karya tulis ini penulis persembahkan kepada :

1. Kepada Orang Tua tercinta Ibu (Hj, Yuliati), Alm Bapak (H. Musadip), dan Saudara-Saudaraku (A. Yudi Prawiranegara, Mohammad Istiqlal, Muhajir Irfan, Yuni Arniati, Rosita Komalasari, Ramlah Budiarti), ini penulis persembahkan sebagai tanda bukti, hormat, dan kasih sayang penulis serta sangat-sangat berterimakasih banyak atas segala dukung-an berupa do'a, perhatian, masukan-masukan, dan kasih sayang serta dukungan materi yang di berikan sehingga penulis dapat me-nyelesaikan perkulihan ini.
2. Almamaterku Universitas Muhammadiyah Mataram



## UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak mungkin akan terwujud apabila tidak ada bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, melalui kesempatan ini, izinkan saya menyampaikan ucapan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Drs. Abdul Wahab, MA selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Mataram.
2. Bapak Dr. H. Muhammad Ali, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.
3. Bapak Dr. Rossi Maunofa Widayat, S.IP., M.A. Selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.
4. Bapak Amin Saleh, S.Sos., M.I.Kom. Selaku Wakil Dekan II Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.
5. Bapak Lalu Hendra Maniza , S.Sos., M.M. selaku ketua Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.
6. Ibu Selva S.E.,M.Sc. Selaku Sekertaris Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.
7. Bapak Lalu Hendra Maniza , S.Sos., M.M. selaku Dosen Penguji I, yang selalu sabar memberikan bimbingan selama konsultasi berlangsung sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
8. Bapak Bapak Sudarta, S.Sos.,M.M. selaku Dosen Penguji II, yang juga selalu dengan sabar memberikan bimbingan selama konsultasi berlangsung sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
9. Ibu Selva S.E.,M.Sc. selaku Dosen Penetral, yang telah menguji selama ujian skripsi berlangsung sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.

10. Seluruh Dosen dan Staf Universitas Muhammadiyah Mataram terkhusus Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
11. Kedua Orang tua dan Saudara-Saudara saya yang selalu memberikan do'a, perhatian serta dukungan baik dalam bentuk materi maupun motivasi sehingga skripsi ini dapat diselesaikan sesuai dengan harapan.
12. Teruntuk Insan yang memiliki NIM 2019B1C001, saya sangat berterimakasih, karena sudah banyak memberi dukungan, dimulai dari awal smester 1 hingga pada akhir perkulihana ini, telah bertahan diri untuk memberikan nasehat, motivasi, hingga waktu yang diberikan untuk mendukung penulisan skripsi ini.
13. Teruntuk Rita Wahyuni selaku kakak/sepupu, saya ucapkan terimakasih banget, karena selalu memberikan dukungan disaat akhir bulan yang tentu membantu saya dalam peroses penulisan skripsi ini.
14. Teruntuk deretan sahabat-sahabat saya (maaf jika tidak bisa sebutkan satu persatu) dari kelas B semester I terimakasih buat kalian atas waktu dan kebersamaan-nya, yang tetap untuk mengingatkan saya dan memberikan dorongan untuk menyelesaikan segala jenis tugas, urusan akademis, dan tidak terkecuali tugas skripsi. Dan akhirnya kini saya berhasil menuntaskan perkuliahan ini, semoga kita selalu solid hingga berjumpa kembali.

Mataram, 14 Juli 2023

Penulis



## KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbi ‘alamain, puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, atas rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan Proposal skripsi yang berjudul **“Pengaruh Harga, Spesifikasi dan Lokasi Terhadap Keputusan pembelian Rumah Subsidi (Studi Kasus Pada PT. Mahakarya Tunas Jaya)”**. Shalawat beriring salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Rasulullah SAW, keluarga, serta para sahabat beliau sekalian. Adapun tujuan penulisan proposal skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana S-1 pada Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Mataram.

Dalam menyelesaikan proposal skripsi ini, penulis tidak dapat melakukan dengan baik tanpa adanya dukungan serta motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan ribuan kata terima kasih kepada :

1. Bapak Drs. Abdul Wahab, MA selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Mataram.
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 Dosen Pembimbing Utama dan selaku ketua Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.
4. Bapak Sudarta, S.Sos.,M.M. selaku Dosen Pembimbing Pendamping.
5. Ibu Selva S.E.,M.Sc selaku Dosen Penetral dah selaku sekertaris ketua Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.
6. Orang Tua, saudara – sepupu, atas doa, dukungan tiada henti-hentinya, sehingga proposal skripsi ini dapat diselesaikan tepat waktu dan sesuai harapan.

7. Kepada semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu memberikan dukungan kepada penulis.

Kepada mereka semua tidak ada sesuatu yang dapat penulis berikan sebagai imbalan balik, kecuali doa yang tulus “Semoga Allah membalas semua kebaikan mereka dengan balasan yang jauh lebih baik lagi”. Proposal skripsi yang begitu sederhana ini alhamdulillah terlahir dari tidak sedikit-Nya usaha semaksimal mungkin dan kemampuan terbatas yang dimiliki penulis. Maka dari itu penulis menyadari bahwa dalam penulisan proposal skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan dan kesalahan, baik dari segi isi dan tulisan.

Demikianlah yang dapat penulis sampaikan dan dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca demi kesempurnaan dan perbaikan-Nya.

Akhir kata semoga proposal skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi banyak orang terlebih pada bidang pendidikan dan penerapan serta bisa dikembangkan lagi lebih lanjut, Amiin.

Mataram, 13 Maret 2023

Penulis

## **ABSTRAK**

### **PENGARUH HARGA, SPESIFIKASI, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN RUMAH SUBSIDI ( *STUDI KASUS PADA PT. MAHAKARYA TUNAS JAYA* )**

**ULIL ABSHOR**

**2019B1C009**

Kebutuhan papan dibutuhkan manusia sebagai tempat beristirahat atau tempat berlindung. Seiring terjadinya perkembangan zaman, kebutuhan papan dijadikan sebagai kebutuhan tempat tinggal keluarga sehingga memiliki unit rumah dijadikan sebagai dasar sebelum atau pasca pernikahan. Kehadiran rumah subsidi ditujukan kepada masyarakat ekonomi menengah kebawah, dengan nominal rupiah *Seratus Tujuh Puluh Empat Juta Rupiah* ditetapkan sebagai standar harga rumah subsidi th 2022 di Provinsi Nusa Tenggara Barat.

Faktor Harga, Spesifikasi dan Lokasi perlu diperhatikan sebagai hal dasar dalam pembelian rumah subsidi. Maka dari itu, penelitian ini bertujuan untuk melakukan pengujian dari pengaruh Harga, Spesifikasi, dan Lokasi terhadap Keputusan pembelian. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 19 orang, yang telah jatuh akad pembelian rumah subsidi pada PT. Mahakarya Tunas Jaya. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dan metode pengujian menggunakan regresi linier berganda. Uji Validitas dan Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik, Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas, Uji Regresi Linier Berganda, Uji Koefisien Determinasi dan Uji Hipotesis menggunakan uji t dan uji f. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa harga, spesifikasi, dan lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada PT. Mahakarya Tunas Jaya.

***Kata kunci: Pengaruh, Harga, Spesifikasi, Lokasi, Keputusan Pembelian.***



**ABSTRACT**

**THE EFFECT OF PRICE, SPECIFICATIONS, AND LOCATION ON THE  
PURCHASING DECISION OF SUBSIDIZED HOUSES  
(A CASE STUDY AT PT. MAHAKARYA TUNAS JAYA)**

**ULIL ABSHOR**

**2019BIC009**

Humans require shelter to recover and seek shelter. With the passage of time, the need for shelter has transformed into a requirement for family accommodation, becoming a fundamental factor before or during marriage. In West Nusa Tenggara Province, a subsidized housing price standard of One Hundred Seventy-Four Million Rupiah has been set for 2022 to accommodate the lower-middle-income population. Price, features, and location are essential considerations when purchasing subsidized homes. Consequently, this study investigates the impact of price, specifications, and location on the buying decision. The research sample comprises 19 individuals who have signed a purchase agreement for subsidized homes at PT. Mahakarya Tunas Jaya. This investigation employs a quantitative approach with multiple linear regression as the testing procedure. Validity and reliability tests, classic assumption tests, normality tests, multicollinearity tests, multiple linear regression tests, coefficient of determination tests, and hypothesis tests using t-tests and f-tests are included in the research. The findings of this study indicate that price, specifications, and location positively impact PT Mahakarya Tunas Jaya's purchasing decisions.

**Keywords: Influence, Price, Specifications, Location, Purchasing Decision**



## DAFTAR ISI

<b>COVER</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERSNYATAAN ORIENTALITAS SKRIPSI</b> .....	<b>iv</b>
<b>BEBAS PLAGIASI</b> .....	<b>v</b>
<b>PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	<b>vi</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>vii</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>viii</b>
<b>UCAPAN TRIMAKASIH</b> .....	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xix</b>
<b>BAB I</b>	
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Tinjauan Pustaka.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	5
1.4.1. Manfaat Teoritis.....	5
1.4.2. Manfaat Praktis.....	6
<b>BAB II</b>	
<b>KAJIAN PUSTAKA</b> .....	<b>7</b>
2.1. Peneliti Terdahulu .....	7
2.2. Landasan Teori.....	8
2.2.1. Definisi Keputusan .....	8
2.2.2. Pengertian Keputusan Pembelian.....	9

2.2.3. Tahap-Tahap Pengambilan Keputusan.....	9
2.2.4. Proses Pengambilan Keputusan.....	10
2.2.5. Perubahan Dalam Keputusan.....	12
2.2.6. Pengertian Pemasaran.....	13
2.2.7. Strategi Pemasaran.....	14
2.3.Harga.....	14
2.3.1. Indikator Harga.....	15
2.4.Spesifikasi Perumahan.....	15
2.4.1. Indikator Spesifikasi Perumahan.....	15
2.5.Lokasi Perumahan.....	16
2.5.1. Indikator Lokasi Perumahan.....	16
2.6.Kerangka Berfikir.....	18
2.7.Hipotesis.....	19
<b>BAB III</b>	
<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>20</b>
3.1. Metode Penelitian.....	20
3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	20
3.3. Jenis dan Sumber Data .....	21
3.4. Populasi dan Sampel.....	21
3.5. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	22
3.6. Sekala Pengukuran .....	26
3.6.1. Skala Likert.....	26
3.7. Teknik Pengumpulan Data .....	27
3.8. Teknik Analisa Data.....	28
3.8.1. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	29
3.8.2. Uji Asumsi Klasik.....	30
3.8.3. Analisis Regresi Linier Berganda .....	31
3.8.4. Uji Hipotesis .....	32
3.8.5. Koefisien Determinasi.....	34

## **BAB IV**



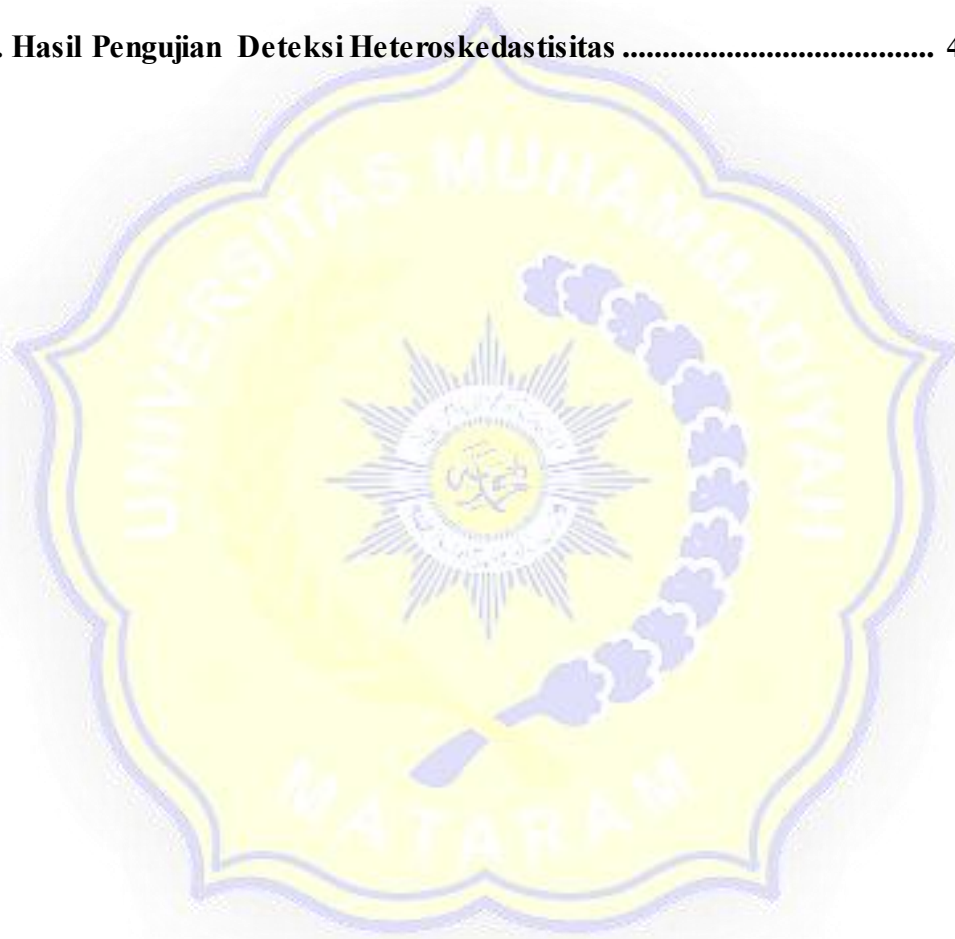
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>35</b>
4.1. Gambaran Umum dan Lokasi Penelitian.....	35
4.1.1. Profil Perusahaan .....	35
4.1.2. Visi dan Misi Perusahaan.....	36
4.1.3. Struktur Organisasi.....	37
4.2. Hasil Penelitian.....	38
4.2.1. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	38
4.2.2. Uji Asumsi Klasik.....	41
4.2.3. Analisis Regresi Linier Berganda.....	45
4.2.4. Uji Hipotesis.....	46
4.2.5. Koefisien Determinasi.....	49
4.3. Pembahasan.....	50
<b>BAB V</b>	
<b>PENUTUP.....</b>	<b>52</b>
5.1. Kesimpulan.....	52
5.2. Saran.....	52
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>54</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN.....</b>	<b>56</b>

## DAFTAR TABEL

2.1. Peneliti Terdahulu .....	7
3.1. Definisi Operasional.....	24
3.2. Penilaian Responden.....	28
4.1. Hasil Pengujian Validias .....	39
4.2. Hasil Pengujian Reliabilitas.....	40
4.3. Hasil Pengujian One-Sampel Kolmogorov-Smirnov Test.....	42
4.4. Hasil Uji Multikolinieritas.....	43
4.5. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	45
4.6. Hasil Uji T.....	47
4.7. Hasil Uji F .....	48
4.8. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	49

## DAFTAR GAMBAR

2.1. Kerangka Berfikir.....	19
4.1. Struktur Organisasi.....	37
4.2. Hasil Uji Histogram.....	41
4.3. Hasil Uji Normalitas P-Plot.....	42
4.4. Hasil Pengujian Deteksi Heteroskedastisitas .....	44



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1. Latar Belakang

Manusia memiliki sejumlah kebutuhan sehari – hari, seperti kebutuhan primer meliputi kebutuhan sandang, pangan dan papan. Kebutuhan sandang adalah kebutuhan akan pakaian yang diperlukan oleh manusia menjadikannya makhluk yang berbudaya. Kebutuhan pangan ialah kebutuhan dasar manusia yang setiap hari terpenuhi setidaknya 2 – 3 kali dalam sehari, hal ini menjadi prioritas utama di berbagai negara dalam membangun bangsa. Kebutuhan papan sejatinya dijadikan manusia sebagai tempat tinggal atau tempat bertahan dan beristirahat diri. Seiring dengan terjadinya perkembangan zaman, kini berubah menjadi kebutuhan akan tempat tinggal keluarga. Disertai pula dengan meningkatnya pernikahan di usia dini, memiliki unit rumah sebagai dasar keinginan sebelum atau pasca terjadi pernikahan. Memiliki unit rumah telah menjadi keutamaan sebagai membangun keharmonisan keluarga disertai pula untuk menjaga privasi kekeluargaan.

Oleh karena itu, Perusahaan Pengembang Perumahan atau *Developer* di pulau Lombok mengalami peningkatan permintaan secara signifikan di beberapa tahun terakhir, sehingga terjadinya peningkatan penjualan perumahan kredit pemilikan rumah – non subsidi/subsidi ( KPR ) yang diberikan oleh pemerintahan negara Indonesia. Kredit pemilikan rumah ( KPR ) subsidi ditujukan kepada masyarakat kalangan ekonomi menengah kebawah yang diketahui belum memiliki rumah sebagai tempat tinggal. Subsidi adalah



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

PT. Mahakarya Tunas Jaya hadir sebagai salah satu *developer* dengan penjualan rumah kredit kepemilikan rumah-subsidi dari sejumlah *developer* perumahan terdapat pada wilayah kabupaten lombok barat. Lokasi perumahan Mahakarya Residence dari PT. Mahakarya Tunas Jaya terdapat pada Desa Dasan Baru Kec. Kediri Lombok Barat yang memiliki jarak tempuh hanya 10 menit dari pusat kota Mataram. Menurut data penjualan rumah subsidi Mahakarya Residence tahun 2022 sebanyak 80 unit dengan type bangunan 30m<sup>2</sup> dan luas tanah 80m<sup>2</sup>.

Untuk memiliki unit rumah subsidi, tentunya harga bukan menjadi faktor utama yang harus dipertimbangkan. Namun faktor lain seperti lokasi dan spesifikasi lebih memungkinkan untuk dijadikan sebagai standar strategi pemasaran perumahan, dan menjadi faktor utama dalam proses keputusan pembelian rumah subsidi. Sejumlah uang senilai *seratus enam puluh delapan juta rupiah* hingga *seratus tujuh puluh empat juta rupiah*.

Dikutip dari *website* resmi Radar Lombok (2022), harga rumah subsidi mengalami kenaikan 4% dari harga sebelumnya yaitu *seratus enam puluh delapan juta rupiah* menjadi *seratus tujuh puluh empat juta rupiah*. Nominal uang tunai tersebut kini telah menjadi harga standar pemasaran harga rumah subsidi provinsi NTB per-tahun 2022. Bagi mereka yang berpenghasilan tinggi mungkin tidak menjadi masalah, sehingga harga bukan menjadi sebuah masalah besar, melainkan jumlah kredit angsuran perbulan yang ditawarkan

perusahaan pengembang dan pihak bank terkait selaku mitra kerja perusahaan pengembang.

Spesifikasi bangunan yang dihadirkan *developer* Mahakarya Residence menjadi strategi utama, hal ini berkaitan erat dengan konsep penjualan dari rumah subsidi. Mahakarya Residence menghadirkan spesifikasi dan pondasi – pondasi bangunan yang kokoh, struktur beton bertulang, dinding bata merah, plaster aci dan *finishing cat*, lantai granit 60x60 centimeter, atap genteng beton flat, rangka baja ringan, kusen aluminium, *plafond gypsum board finishing cat*, sanitasi kloset jongkok, listrik pln dan air bersih. Dengan spesifikasi tersebut menghadirkan sejumlah fitur dua kamar tidur, ruang keluarga, kamar mandi, dan garasi mobil.

Lokasi perumahan Mahakarya Residence akan menjadi perhatian tersendiri, dari segi geografis ataupun lingkungan sosial. “Hal yang diperhatikan pada pemilihan rumah ialah faktor prioritas secara berurutan yakni rasa nyaman dilingkungan perumahan, mudah dalam aksesibilitas, tersedia sarana dan prasarana penunjang perumahan, kondisi lingkungan fisik dan sosial, kebijakan dan hukum pendirian perumahan, serta harga kawasan perumahan” Anindita dkk., (2021) *dikutip dalam jurnal Aan Rahman (2022)*.

Dalam proses keputusan pembelian perumahan, rumah tidak hanya sekedar untuk bertempat teduh, tetapi rumah juga berguna untuk memenuhi keinginan serta kebutuhan pemiliknya. Hal tersebut mencakup harga terjangkau, bangunan kokoh, lokasi dan lingkungan strategis, asri, aman serta kenyamanan.

Penetapan harga dan metode pembayaran oleh *developer* menjadi solusi dan memberikan pengaruh signifikan terhadap perilaku pembelian pada calon pembeli. Penetapan strategi terhadap harga dan metode pembayaran penjualan akan cenderung meningkatkan keputusan pembelian pada calon pembeli melakukan pembelian terhadap produk tersebut.

Dalam memenuhi kebutuhan hidup, sudut pandang manusia untuk memiliki satu unit rumah tidak hanya menggunakan kategori rumah sebagai tempat untuk berteduh, namun spesifikasi dan lokasi yang akan masuk dalam kategori layak hunian. “Harga property tidak mengalami dampak yang signifikan, karena harga property tetap sama. Tapi minat dan daya beli dari masyarakat bisa menjadi penyebab tersendatnya penyaluran kredit kepemilikan rumah subsidi dengan turunnya pendapatan sejumlah calon debitur sehingga sulit mendapatkan akses pembiayaan dari perbankan” Dewi Syahrina dkk., (2021) dikutip dalam jurnal Aan Rahman (2022).

Faktor spesifikasi akan cukup menjadi perhatian pada struktur bangunan dengan menghadirkan produk berkualitas, sehingga mampu menarik calon pembeli ketika akan menentukan keputusan pembelian dan juga tentu turut serta dalam persaingan bisnis property. Kualitas produk merupakan senjata strategis yang berpotensi untuk mengalahkan pesaing, (Kotler & Armstrong, 2008).

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka rumusan masalahnya adalah sebagai berikut:

1. Apakah harga, spesifikasi dan lokasi berpengaruh parsial terhadap keputusan pembelian rumah subsidi di PT. Mahakrya Tunas Jaya?
2. Apakah harga, spesifikasi dan lokasi berpengaruh simultan terhadap keputusan pembelian rumah subsidi di PT. Mahakrya Tunas Jaya?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini ialah untuk mendeskripsikan hal-hal antara lain:

1. Untuk mengetahui apakah harga, spesifikasi dan lokasi akan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian rumah subsidi di PT. Mahakrya Tunas Jaya
2. Untuk mengetahui apakah harga, spesifikasi dan lokasi akan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian rumah subsidi di PT. Mahakrya Tunas Jaya

## **1.4. Manfaat Penelitian**

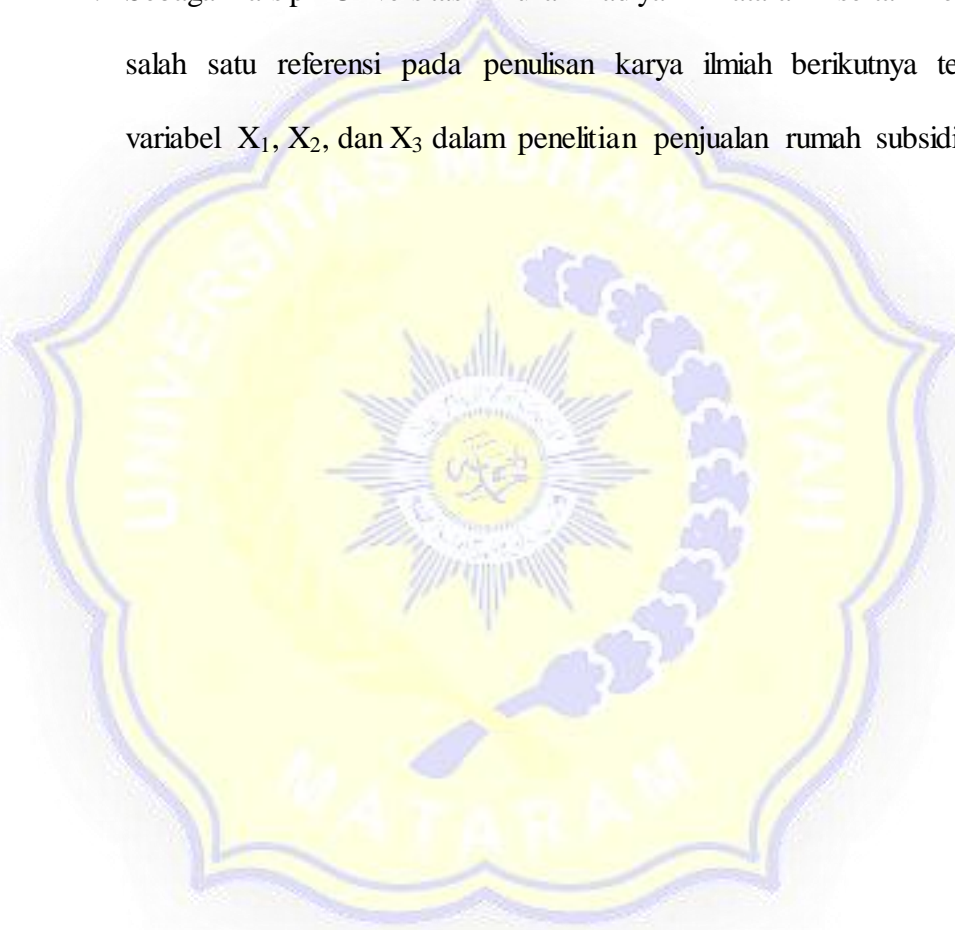
### **1.4.1. Manfaat Teoristis**

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat memberikan ilustrasi, pengetahuan serta informasi yang akurat, sehingga bisa membuka maupun menambah wawasan guna pembentukan konsep teori yang bersangkutan dengan harga (  $X_1$  ), spesifikasi (  $X_2$  ), lokasi (  $X_3$  ) pada keputusan pembelian (Y) rumah subsidi.



#### 1.4.2. Manfaat Praktis

1. Sebagai bahan pertimbangan kepada PT. Mahakarya Tunas Jaya untuk mengetahui variabel harga, spesifikasi, dan lokasi yang dapat membangun strategi terhadap variabel  $X_1$ ,  $X_2$ , dan  $X_3$  dalam peningkatan pendapatan penjualan rumah subsidi.
2. Sebagai arsip Universitas Muhammadiyah Mataram serta menjadi salah satu referensi pada penulisan karya ilmiah berikutnya terkait variabel  $X_1$ ,  $X_2$ , dan  $X_3$  dalam penelitian penjualan rumah subsidi.



## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### 2.1. Peneliti Terdahulu

Sebelum melakukan penelitian lebih jauh, peneliti membaca beberapa penelitian terdahulu mengenai skripsi yang akan peneliti kerjakan yang sekiranya nanti bisa di jadikan bahan perbandingan dengan penelitian yang sedang peneliti kerjakan, dan juga menghindari adanya penciplakan dalam pembuatan skripsi yang akan di susun oleh peneliti.

**Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu**

No	Peneliti, Tahun dan Judul	Hasil	Persamaan	Perbedaan
1	Elwin Frandika Sembiring (Maret 2022) Pengaruh harga, promosi dan lokasi terhadap keputusan pembelian rumah KPR subsidi di PT Sinar Jaya Putra Kampar Batam	Keputusan pembelian dipengaruhi secara signifikan oleh variabel harga, promosi dan lokasi, yang sama-sama memberikan pengaruh positif terhadap variabel keputusan pembelian.	Sama-sama membahas tentang harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian rumah subsidi	Keputusan pembelian pada rumah KPR subsidi di PT. Jaya Putra Kampar Batam, dan pengaruh terhadap promosi menjadi perbedaan-Nya.
2	Christina Indriani Sianipar (Oktober 2019) Pengaruh Bauran Pemasaran (Produ, Harga, Saluran Distribusi, Promosi)	Pada variabel produk, harga, saluran distribusi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian rumah, namun variabel promosi	Sama-sama membahas tentang harga dalam keputusan pembelian terhadap pembelian	Tidak membahas terkait keputusan pembelian rumah subsidi, serta menggunakan variabel produk, saluran distribusi dan promosi

	Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Pada PT Yasa Karya Indonesia Medan	memberikan dampak secara signifikan terhadap keputusan pembelian rumah.	rumah.	menjadi pembeda.
3	Muhammad Machrus (Agustus 2019)  Pengaruh Promosi, Harga, Desain Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Perumahan Bella Casa Village PT. Graha Sarana Gresik	Pada variabel promosi dan desain produk tidak memberikan dampak secara signifikan pada keputusan pembelian rumah, namun variabel harga dan lokasi memberikan dampak positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian rumah Bella Casa Village.	Sama-sama membahas tentang keputusan pembelian rumah pada variabel harga dan lokasi.	Tidak membahas terkait keputusan pembelian rumah subsidi, dan juga menggunakan promosi, desain produk sebagai variabel tambahan.

*Sumber: Data Hasil Pencarian 2023*

## 2.2. Landasan Teori

### 2.2.1. Definisi Keputusan

Menurut Irham Fahmi (2016), Keputusan ialah serangkaian dalam sebuah proses penelusuran masalah yang berasal dari latar belakang masalah, identifikasi masalah hingga pada terbentuk-nya kesimpulan dan rekomendasi. Rekomendasi tersebut digunakan untuk menjadi pedoman dalam keputusan pembelian, hal ini memberikan pengaruh besar jika rekomendasi yang dihasilkan itu terdapat kekeliruan atau adanya kesalahan yang tersembunyi karena ketidakhati-hatian dalam melakukan pengkajian permasalahan.

### **2.2.2. Pengertian Keputusan Pembelian**

Menurut Fandy Tjiptono (2017: 237) dikutip jurnal Rafika Nur A (2021), keputusan pembelian ialah suatu proses dimana pelanggan mengenal permasalahan-nya, mencari informasi yang bersangkutan dengan produk atau salah satu merek serta mengevaluasi seberapa baik alternatif itu dapat menjadi pemecah dari masalah, selanjutnya akan mengarah pada sebuah proses keputusan pembelian. Adapun parameter atau disebut juga sebuah indikator dalam keputusan pembelian, antara lain, yaitu :

1. Kemantapan membeli ber-landaskan pada penguasaan informasi dan mengetahui kondisi lapangan di perumahan subsidi oleh PT. Mahakarya Tunas Jaya
2. Keputusan pembelian ber-landaskan atas faktor ke-butuhan keluarga dan tidak menguasai informasi dan situasi lapangan di perumahan subsidi oleh PT. Mahakarya Tunas Jaya
3. Keinginan tinggi untuk kepemilikan rumah subsidi.
4. Keputusan pembelian rumah subsidi di PT. Mahakarya Tunas Jaya berlandaskan pada investasi dimasa depan.

### **2.2.3. Tahap-tahap Pengambilan Keputusan**

Menurut Irham Fahmi (2016), untuk mempermudah pengambilan keputusan maka diperlukan membuat tahapan-tahapan yang bisa mendorong pada terciptanya keputusan yang diinginkan. Adapun tahapan-tahapannya yakni:



1. Mendefinisikan masalah tersebut dengan jelas serta transparan, sehingga mudah untuk dipahami.
2. Membuat daftar masalah yang mana nantinya dimunculkan serta penyusunan secara prioritas dengan tujuan agar terdapat sistematika yang lebih terarah dan terkontrol.
3. Melakukan identifikasi dengan setiap masalah tersebut yang bertujuan untuk memberikan ilustrasi lebih tajam dan terarah secara spesifik lagi.
4. Memetakan setiap masalah berdasarkan kelompok-nya masing-masing yang kemudian nantinya dibarengi dengan cara penggunaan model atau alat uji yang akan dipakai.
5. Memastikan kembali bahwa model uji yang digunakan sudah sesuai dengan prinsip-prinsip serta kaidah-kaidah yang berlaku pada umumnya.

#### **2.2.4. Proses Pengambilan Keputusan**

Menurut Nana Abdurrahman (2018), Konsumen dalam melakukan proses pengambilan keputusan membeli menjadi lima tahapan, diantaranya :

1. Pengenalan kebutuhan, merupakan tahapan pertama dalam proses keputusan pembelian dipicu oleh faktor kebutuhan atau menyadari suatu masalah. Kebutuhan tersebut dapat dipicu oleh rangsangan internal atau eksternal, sebagai contoh seperti yang akan terjadi pada seseorang ketika akan memasuki fase pernikahan sehingga mendorong keinginan untuk segera mem-persiapkan segala faktor yang menjadi kebutuhan dalam pernikahan dan maupun berkeluarga/berumah-tangga.

2. Pencarian Informasi, adalah tahapan proses kebutuhan pembelian dengan menambah informasi dari spesifikasi atau karakteristik akan suatu produk ketika ingin melakukan pembelian. Konsumen dapat memperoleh informasi tersebut dari sejumlah sumber pribadi (teman, keluarga, ataupun tetangga), sumber komersial (situs-website, iklan, marketing ataupun wiraniaga), sumber publik (media, organisasi, pencarian internet), dan sumber pengalaman (pemeriksaan atau penggunaan produk).
3. Evaluasi Alternatif, ialah suatu proses konsumen terkait keputusan membeli dengan memanfaatkan sumber informasi sebagai bahan pertimbangan sebuah produk atau merek. Terdapat 5 (lima) konsep dasar yang bisa menolong dalam memahami proses evaluasi, yakni :
  - a) Sifat-sifat unggul yang terdapat pada suatu produk
  - b) Memperhatikan bobot dari kegunaan pada suatu produk
  - c) Mempercayai merek produk tertentu yang telah memiliki jenjang pemasaran luas.
  - d) Dapat memberikan banyak manfaat disetiap produk-produk pesaing.
  - e) Memilih produk dari tingkat keunggulan terhadap responsibility pada ulasan suatu produk
4. Keputusan Pembelian, merupakan sebuah tindakan pelanggan apakah membeli atau tidak membeli sebuah produk maupun jasa merupakan

alternatif pilihan yang penting untuk pemasar (Schiffman dan Kanuk, 2007:15)

5. Perilaku Pasca-pembelian, ialah serangkaian tahapan dari sebuah proses keputusan pembelian, yang rutin terjadi pada konsumen setelah melalui proses pembelian. Hal ini selalu dilalui oleh seseorang berdasarkan atas kepuasan atau ketidakpuasan konsumen tersebut, dengan membandingkan antara harapan maupun kinerja. Semakin besar kesenjangan diantara ekspektasi maupun kinerja, maka akan semakin besar pula ketidakpuasan pelanggan.

#### **2.2.5. Perubahan Dalam Keputusan**

Menurut Andi Offset, (2008:75) dikutip dalam buku Irham Fahmi (2016:7), Secara umum dampak perubahan keputusan tersebut dapat dikelompokkan menjadi dua kelompok perubahan, yakni :

1. *Incremental Changes*

*Incremental Changes* ialah dampak perubahan keputusan yang dapat ditebak atau ditaksir berapa persentase perubahan yang bisa terjadi kedepannya tentu dengan berdasar pada data yang terjadi dimasa lampau atau pengalaman.

2. *Turbulance Change*

*Turbulance Change* ialah pengambilan keputusan dengan kondisi perubahan yang sulit diprediksi. Contohnya bencana alam, wabah virus corona, dan sebagainya.

### 2.2.6. Pengertian Pemasaran

Djaslim S. (2003) memaparkan, Pemasaran disebut sebagai sistem utama dari suatu kegiatan bisnis, yang pada dasarnya hanya ditujukan untuk menyusun rencana, menentukan harga promosi, menyebarkan barang-barang. Sehingga hal tersebut keinginan konsumen terpenuhi serta mencapai sasaran pasar yang biasanya terkandung dalam visi dan misi perusahaan. Sedangkan Menurut Nana Abdurrahman (2021), pemasaran pada dasarnya ialah Se-bagian dari fungsi perusahaan untuk mencari sumber dana dan cara meng-alokasikannya dengan efisien. Untuk menjalankan pemasaran, perusahaan tentu harus membuat manajemen pemasaran dengan cara melakukan survei pada kondisi pasar maupun para nasabah dan pengawasan terhadap berbagai pemasaran guna melancarkan pertukaran-nya dengan tujuan pasar agar dapat berjalan dengan baik..

Merancang strategi peasaran diperlukan peningkatan dalam berkomunikasi untuk membentuk kesepakatan kepada konsumen / pelanggan sehingga menghasilkan keuntungan bagi perusahaan dan konsumen. Dalam pengertian modern dan globalisasi, pelaku usaha harus lebih luas dalam melakukan pemasaran dengan berorientasi pada pelanggan, pada kepuasan pelanggan dan kesetiaan pelanggan terhadap suatu produk perusahaan. Pemasaran didefinisikan sebagai suatu fungsi organisasi dan seperangkat proses membangun komunikasi dalam menyampaikan kriteria produk pada pelanggan untuk mencapai benefit bagi organisasi, Kotler dan Armstrong (2009) dikutip dalam buku Nana Abdurrahman (2018).



### 2.2.7. Strategi Pemasaran

Developer dalam upaya menciptakan dan membangun hubungan dengan pelanggan yang kuat dan menguntungkan, maka manajer pemasaran perusahaan harus merancang strategi pemasaran dikualifikasikan dengan kreatifitas sebagai bentuk nilai tambah pemasaran perusahaan. Logika pemasaran dimana unit bisnis berharap untuk mencapai tujuannya, Kotler dan Armstrong (2008) dikutip dalam buku Nana Abdurrahman (2018).

Berdasarkan definisi tersebut strategi pemasaran perusahaan harus dirancang dan disertai dengan kreatifitas, sehingga dapat meningkatkan penjualan dari produk pada perusahaan dan perusahaan berhasil mencapai tujuan yang di targetkan.

### 2.3. Harga

Harga merupakan unsur inti dalam sistem pemasaran, sistem ini menghasilkan pendapatan utama bagi perusahaan dan membangun hubungan dengan pelanggan. Menurut Kotler dan Armstrong dikutip Khoiriyah dan Utomo (2021) bahwa harga merupakan elemen penting didalam perusahaan karena dengan harga, perusahaan akan memperoleh laba atau keuntungan demi kelangsungan hidup perusahaan. Menurut Tjiptono dikutip dalam Frandika Sembiring (2022) bahwa harga disebut sebagai satuan moneter atau aspek *non-moneter* yang memberikan suatu manfaat jika dibutuhkan serta memperoleh produk atau jasa.

### **2.3.2. Indikator Harga**

Menurut Kotler dan Amstrong (2008:278) dikutip oleh Dedhty Pradana et al., (2017), indikator harga adalah sebagai berikut:

- 1) Harga bisa dijangkau oleh kemampuan daya beli konsumen
- 2) Terdapat kesesuaian dari harga dengan kualitas
- 3) Memiliki harga yang mampu bersaing dengan produk lain.

## **2.4. Spesifikasi Perumahan**

Developer maupun perusahaan tentu harus ber-usaha untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memberikan penawaran serta memberikan produk yang berkualitas. Adapun produk yang dimaksud berkualitas ialah produk yang memiliki manfaat dalam jangka panjang bagi pemiliknya. Menurut Kotler dan Amstrong (2008), Kualitas produk adalah karakteristik dari produk yang bermanfaat untuk memenuhi kebutuhan pokok dan berkualitas jangka panjang.

### **2.4.1. Indikator Spesifikasi Perumahan**

Menurut Tjiptono (2001) ada beberapa landasan dimensi mencakup kualitas suatu produk, antara lain:

- 1) Kinerja (*Performancce*) ialah karakteristik pokok suatu produk yang dibeli. Misalnya pondasi bangunan yang kuat, kapasitas bangunan untuk dihuni, serta memberikan rasa nyaman saat dihuni, dan lainnya.
- 2) Keistimewaan tambahan (*Features*) ialah karakteristik pelengkap. Misal-nya, kelengkapan dari interior serta eksterior seperti listrik, Wi-I, PDAM, dan lainnya.

- 3) Keandalan (*Reliability*) ialah karakteristik produk yang rentan rusak atau tidak bisa digunakan. Misalnya, pondasi rumah, atap/pelafon tidak gampang bocor, meretak, rapuh dan lainya.
- 4) Kesesuaian pada spesifikasi (*Conformance to specifications*) karakter-istik bentuk dan operasi yang memenuhi standar seperti yang tertera pada saat promosi produk.
- 5) Daya tahan (*Durability*) yakni karakteristik produk yang dapat digunakan dalam rentan waktu lama. Dimensi ini mencakup umur ekonomi atau teknis penggunaan rumah.
- 6) Estetika (*Asthetic*) yakni ketertarikan yang meningkat secara derastis, penyebab utama tidak lain dari segi lika-liku pondasi bangunan atau desain, tata letak, rumah dan dilengkapi dengan ketepatan dalam pemilihan warna rumah sebagainya.

## **2.5. Lokasi Perumahan**

Menurut Kotler dalam Herman (2021:36) lokasi adalah suatu prangkat organisasi yang terccangkup dalam proses pembuatan produk atau jasa menjadi sesuatu produk untuk dibeli dan digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen. Utami (2006:41) mendefinisikan lokasi maupun letak ialah tempat dimana perumahan itu didirikan.

### **2.5.1. Indikator Lokasi Perumahan**

Pemilihan tempat maupun lokasi diperlukan pertimbangan yang cermat terhadap beberapa faktor diantaranya :

1. Kemudahan akses, terdapat fasilitas umum dan pendukung seperti transportasi umum, sekolah, kantor, tempat beribadah dan lain-lain.
2. Visibilitas, lokasi perumahan yang mudah terlihat jelas dari jalan utama.
3. Lalu lintas, ada 2 hal yang perlu dipertimbangkan, yaitu :
  - a. Keramaian, yang dimana banyak orang melewati jalan tersebut sehingga itu bisa memberikan peluang besar terjadinya impuls buying.
  - b. Kepadatan dan kemacetan lalu lintas bisa menjadi hambatan, misalnya seperti layanan kepolisian, ambulans dan juga pemadam kebakaran.

Dari beberapa faktor di atas penulis dapat menyimpulkan bahwa tata letak atau lokasi dapat menjadi pertimbangan cukup signifikan dalam kemudahan akses jangka panjang disetiap kebutuhan dan aktifitas umum lainnya.

Selain disebutkan diatas, ada beberapa hal lain yang juga masuk sebagai bentuk pertimbangan, seperti lingkungan perumahan dan sosial. Secara fisik, lingkungan perumahan merupakan sebuah lingkungan yang terdiri dari kumpulan unit rumah tinggal dimana dimungkinkan terjadinya interaksi sosial terhadap setiap penghuni-Nya. Serta dilengkapi prasarana sosial, ekonomi, budaya, dan pelayanan yang merupakan subsistem dari kota secara keseluruhan.

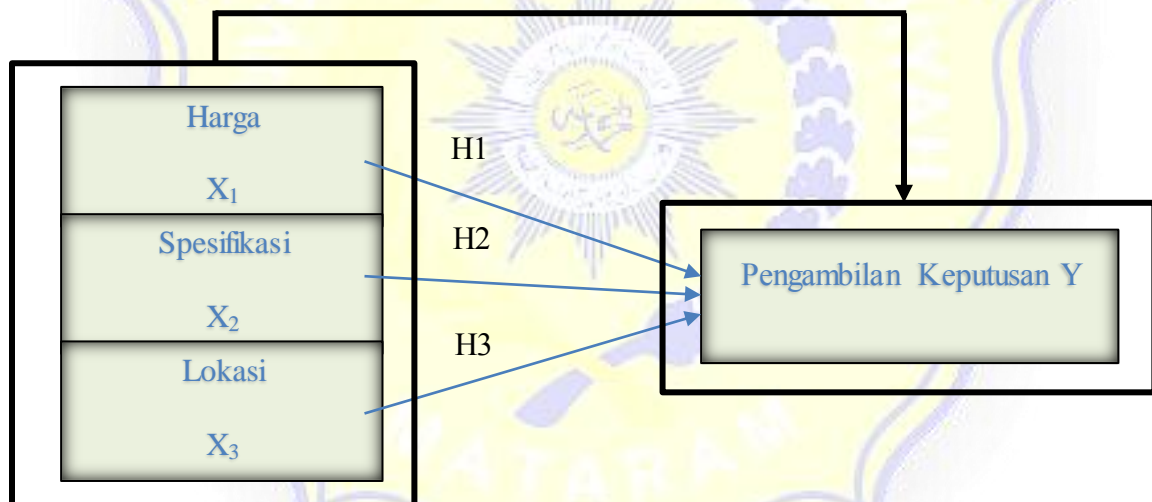
Selain itu, lingkungan sosial merupakan sebuah wadah yang ditujukan kepada komunitas dan, atau individu dalam melakukan suatu hubungan sosial



disertai pranata-Nya, serta nilai norma yang telah diterapkan, dan terkait dengan lingkungan alam serta lingkungan binaan atau buatan (tata ruang).

## 2.6. Kerangka Berfikir

Mengacu pada landasan teori, tujuan serta hasil dari peneliti terdahulu dan permasalahan yang telah penulis paparkan untuk menjadi landasan dalam me-rumuskan hipotesis, maka diperlukan adanya kerangka berfikir dengan metode penelitian kuantitatif. Seperti pada gambar dibawah ini, menunjukkan bahwa pe-ngaruh variabel independen yaitu Harga ( $X_1$ ), Spesifikasi ( $X_2$ ), dan Lokasi ( $X_3$ ), dan variabel dependen yaitu Keputusan pembelian (Y) pada Perumahan Subsidi di PT Mahakarya Tunas Jaya.



**Ket :**

**Y = Pengambilan Keputusan**

**$X_1$  = Harga**

**$X_2$  = Spesifikasi**

**$X_3$  = Lokasi**

**→ = Parsial**

**→ = Simultan**

**Gambar 2.1.**

**Kerangka Berfikir**

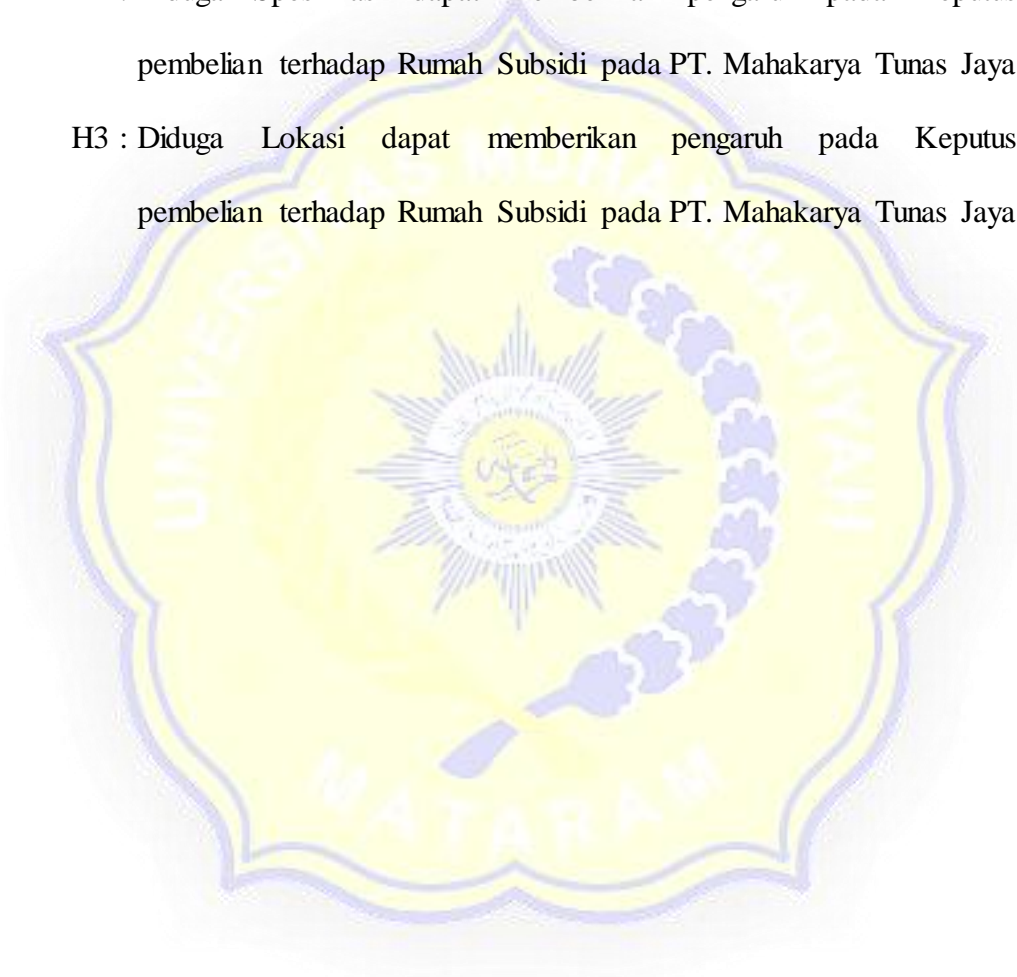
## 2.7. Hipotesis

Berlandasan pada kerangka berfikir tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut, :

H1 : Diduga Harga dapat memberikan pengaruh pada Pengambilan Keputusan terhadap Rumah Subsidi pada PT. Mahakarya Tunas Jaya.

H2 : Diduga Spesifikasi dapat memberikan pengaruh pada Keputusan pembelian terhadap Rumah Subsidi pada PT. Mahakarya Tunas Jaya

H3 : Diduga Lokasi dapat memberikan pengaruh pada Keputusan pembelian terhadap Rumah Subsidi pada PT. Mahakarya Tunas Jaya



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Metode Penelitian**

Menurut Nanang Martono (2015:215) dikutip dalam buku Sudaryono (2021), penelitian kuantitatif ialah penelitian yang menggunakan metode kuantitatif, yakni sebuah metode penelitian yang bertujuan untuk memanasikan fenomena atau gejala sosial secara kuantitatif atau menganalisis bagaimana fenomena dan gejala sosial yang terjadi di masyarakat dengan menghubungkan satu sama lain. Metode penelitian kuantitatif tersebut menggunakan logika deduktif, yang mencari keteraturan dalam hidup manusia, dengan memisahkan dunia sosial menjadi komponen-komponen empiris yang disebut variabel. Maka pada penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif.

#### **3.2. Lokasi dan waktu Penelitian**

Proses pengumpulan data penelitian ini akan dikerjakan selama satu bulan, setelah terselenggara seminar pra-penelitian dan akan dilakukan di PT. Mahakarya Tunas Jaya, studi kasus di Perumahan Mahakarya Residence. Perusahaan ini merupakan salah satu developer atau perusahaan pengembang yang ada di Lombok Barat. Perusahaan ini berlokasi di Komplek Ruko Jl. Jendral Sudirman, Dasan Geres, Kec. Gerung, Kabupaten Lombok Barat, dan lokasi perumahannya di Dasan Baru Kec. Kediri, Kabupaten Lombok Barat.

### **3.3. Jenis dan Sumber Data**

Jenis data pada penelitian ini yaitu data primer. Menurut Sugiyono (2010) mengatakan bahwa, data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung di lokasi penelitian. Sumber data pada penelitian ini yaitu pernyataan responden yang terlampirkan dalam kusioner penelitian yang telah disusun penulis.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Menurut Nanang Martonoo (2015) *dikutip dalam buku Sudaryono (2021)* bahwa, Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang menggunakan metode kuantitatif, yakni suatu metode penelitian yang menggunakan metode dengan tujuan memantafasikan fenomena atau gejala sosial yang terjadi di masyarakat dengan menghubungkan satu sama lain. Metode kuantitatif biasanya menggunakan logika deduktif untuk mencari keteraturan dalam kehidupan manusia, dengan cara memisahkan dunia sosial menjadi komponen empiris yang disebut variabel. Empiris disebut sebagai pengalaman dari suatu proses penelitian.

### **3.4. Populasi dan Sampel**

#### **1. Populasi**

Populasi ialah obyek yang akan diteliti, yang akan menjadi populasi dari penelitian ini adalah para konsumen yang telah membeli rumah subsidi dengan type 30m<sup>2</sup> dan luas tanah 80m<sup>2</sup> di perumahan Mahakarya Residence oleh perusahaan pengembang dari PT. Mahakarya Tunas Jaya dengan jumlah 58 konsumen yang melakukan pembelian namun diantaranya 19 konsumen



telah melakukan akad pembelian dari total penjualan 80 unit. Populasi berkaitan dengan seluruh kelompok orang, peristiwa atau benda yang menjadi pusat perhatian penelitian untuk diteliti, Cooper (2003) dikutip dalam buku Sudaryono (2021:173).

## **2. Sampel**

Sampel ialah suatu bagian dari populasi atau kelompok dalam meramalkan tanggapan dari kelompok, sehingga akan lebih praktis pada suatu penelitian yang terjadi, Sudaryono (2021:175). Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *nonprobability sampling* dengan metode *judgemental sampling*. Pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan atau *Judgemental Sampling* merupakan bentuk penarikan sampel nonprobabilitas yang didasarkan kriteria-kriteria tertentu. Penarikan sampel ini terjadi apabila peneliti ingin memilih anggota sampel berdasarkan kriteria tertentu, Siregar (2010) dikutip dalam buku Sudaryono (2021:182).

### **3.5. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional**

#### **1. Variabel Penelitian**

Dalam penelitian variabel mempunyai tiga ciri, yakni: mempunyai variasi nilai, perbedaan satu objek dengan objek yang lain dalam satu populasi, dan dapat diukur, Sudaryono (2021:161). Oleh karena itu penelitian ini memiliki 3 variabel *independent*, diantaranya harga, spesifikasi dan lokasi, dan 1 variabel *dependent* yaitu keputusan pembelian. Variabel *independent* (bebas) adalah variabel yang menjelaskan atau memengaruhi variabel lain. Dan variabel

*dependent* (tergantung) adalah variabel yang dijelaskan atau yang dipengaruhi oleh variabel *independent*.

## 2. Definisi Operasional

Secara sederhana definisi operasional diartikan sebagai suatu petunjuk yang bisa menjelaskan pada peneliti terkait bagaimana mengukur suatu variabel secara konkret. Dengan definisi operasional ini peneliti bisa lebih mudah menentukan metode apa yang digunakan untuk mengukur sebuah variabel serta menentukan indikator yang lebih konkret sehingga lebih mudah untuk mengukur dan menguji dengan cara empiris. Untuk lebih rinci peneliti telah mengutip pada tabel dibawah ini :

**Tabel 3.1. Definisi Operasional**

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Harga (X1)	Harga merupakan unsur inti dalam sistem pemasaran, sistem ini menghasilkan pendapatan utama bagi perusahaan dan membangun hubungan dengan pelanggan. Menurut Tjiptono dalam <i>Elwin Frandika Sembiring (2022)</i> bahwa harga adalah satuan moneter yaitu uang atau aspek <i>non-moneter</i> yang mengandung manfaat	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Harga terjangkau oleh kemampuan daya beli konsumen.</li> <li>2. Kesesuaian antara harga dengan kualitas.</li> <li>3. Harga memiliki daya saing dengan produk lain yang serupa.</li> </ol>	

	<p>tertentu yang dibutuhkan jika ingin memperoleh suatu produk atau jasa.</p>		
Spesifikasi (X2)	<p>Developer atau perusahaan akan berusaha untuk meningkatkan kepuasan konsumen/pelanggan mereka dengan menawarkan dan memberikan produk berkualitas. Menurut Kotler dan Amstrong (2008), Kualitas produk adalah karakteristik dari produk yang bermanfaat untuk memenuhi kebutuhan pokok dan berkualitas jangka panjang.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Performance</i> spesifikasi, bangunan kokoh, kapasitas rumah untuk dihuni, memberikan kenyamanan hunian.</li> <li>2. Keistimewaan tambahan, kelengkapan dan kesesuaian interior serta eksterior.</li> <li>3. <i>Reliability</i>, menggunakan bahah-bahan bangunan yang berkualitas, tidak mudah rusak.</li> <li>4. Kesesuaian dengan spesifikasi, dari segi desain rumah dan operasi memenuhi standar yang telah ditetapkan pada saat promosi produk.</li> <li>5. <i>Durability</i> atau daya tahan produk yang dapat digunakan dalam rentan waktulama.</li> <li>6. Estetika, memiliki daya tarik pada bentuk fisik rumah yang menarik, letak dan dsain</li> </ol>	

		yang artistik, serta warna.	
Lokasi (X3)	Menurut Kotler dalam Herman (2021:36) lokasi adalah suatu prangkat organisasi yang terccangkup dalam proses pembuatan produk atau jasa menjadi sesuatu produk untuk dibeli dan digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen. Utami (2006:41) mendefinisikan lokasi atau letak adalah tempat dimana perumahan itu didirikan	<p>1. Akses, contoh-nya lokasi mudah untuk di jangkau oleh sarana transportasi umum, sekolah, kantor, tempat beribadah dan sebagainya.</p> <p>2. Visibilitas, contoh-nya lokasi yang bisa dilihat dengan baik dari pinggir jalan.</p> <p>3. Lalu lintas, ada 2 hal yang perlu dipertimbangkan, yakni:</p> <p>a) Banyak orang yang melewati jalan tersebut bisa memberikan peluang besar terjadinya <i>implus buying</i>.</p> <p>b)Kepadatan serta kemacetan lalu lintas bisa menjadi hambatan</p>	
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan Pembelian, merupakan sebuah tindakan keinginan konsumen dalam membeli atau tidak membeli suatu produk atau jasa, ini	<p>5. Kemantapan membeli berlandaskan pada penguasaan informasi dan mengetahui kondisi lapangan dipeumahan subsidi oleh PT. Mahakarya Tunas Jaya</p> <p>6. Keputusan pembelian ber-</p>	



	<p>merupakan alternatif pilihan yang penting bagi pemasar (Schiffman dan Kanuk, 2007:15)</p>	<p>landaskan atas faktor kebutuhan keluarga dan tidak menguasai informasi dan situasi lapangan di perumahan subsidi oleh PT. Mahakarya Tunas Jaya</p> <p>7. Keinginan tinggi untuk kepemilikan rumah subsidi.</p> <p>8. Keputusan pembelian rumah subsidi di PT. Mahakarya Tunas Jaya berlandaskan pada investasi dimasa depan.</p>	
--	--	---	--

*Sumber: Data Hasil Pengolahan 2023*

### **3.6. Skala Pengukuran**

Pengukuran dengan setiap variabel dilakukan menggunakan alat bantu kuesioner yang di isi oleh responden yakni konsumen dari perumahan Mahakarya Residence oleh PT. Mahakarya Tunas Jaya. Menurut Sudaryono (2017), skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi orang atau berkelompok tentang kejadian atau gejala sosial.

#### **3.6.1. Skala Likert**

Skala likert digunakan sebagai pengukur sikap, pendapat dan persepsi orang atau kelompok terkait peristiwa atau gejala sosial. Dengan menggunakan skala likert, maka variabel yang diukur atau diuraikan menjadi dimensi, dimensi diuraikan menjadi subvariabel kemudian subvariabel diuraikan lagi menjadi indikator-indikator yang dapat diukur.

Pada akhirnya indikator yang sudah diukur dapat dijadikan titik tolak untuk membuat instrumen berupa pertanyaan atau pernyataan yang perlu dijawab oleh responden, Sudaryono (2021). Adapun tabel mengenai penilaian responden sebagai berikut:

**Tabel 3.2. Penilaian Responden**

No	Keterangan	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Ragu-Ragu (RR)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

*Sumber: Data Hasil Pencarian 2023*

### 3.7. Teknik Pengumpulan Data

Tujuan dari pengumpulan data ini ialah guna menemukan data – data yang diperlukan dalam proses penelitian, data tersebut menjadi sumber yang kemudian dianalisis serta disampaikan untuk dijadikan pengetahuan baru. Teknik pengumpulan data yang digunakan antara lain:

#### 1. Wawancara

Wawancara ialah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui pertanyaan langsung (bertatap muka) atau melalui sambungan telepon dan internet. Wawancara adalah pertanyaan yang dilontarkan secara lisan oleh peneliti kepada objek yang diteliti. Dalam hal ini peneliti akan mewawancarai karyawan pada PT.Mahakarya Tunas Jaya dan sejumlah konsumen.

#### 2. Kuesioner (Angket)

Kuisisioner atau anget ialah suatu teknik atau cara pengumpulan data secara tidak langsung (peneliti tidak langsung bertanya-jawab dengan

responden). Instrumen atau alat pengumpulan datanya juga disebut angket yang isinya sejumlah pertanyaan atau pernyataan yang perlu dijawab atau direspons oleh responden. Dengan kata lain, angket adalah daftar pertanyaan lengkap mengenai banyak hal yang dibutuhkan oleh peneliti guna mendapatkan jawaban atas pertanyaan peneliti.

### 3. Observasi

Observasi atau bisa juga disebut pengamatan ialah suatu teknik atau cara mengumpulkan data menggunakan jalan pengamatan terhadap kegiatan yang sedang berlangsung. Observasi bisa dilakukan menggunakan cara partisipasi dan nonpartisipasi. Observasi partisipasi (*participatory observation*) pengamatan yang ikut langsung dalam acara yang sedang berjalan. Observasi nonpartisipasi (*nonparticipatory observation*) pengamatan tidak langsung dalam acara yang mana berperan hanya dengan mengamati proses keberlangsungan acara.

### 3.8. Teknik Analisa Data

Analisis data yang digunakan oleh peneliti ialah regresi linear berganda dengan menggunakan variabel dependen Keputusan Pembelian (Y), sedangkan variabel independen menggunakan variabel Harga ( $X_1$ ), Spesifikasi ( $X_2$ ), dan Lokasi ( $X_3$ ).

#### 3.8.1. Uji Validitas dan Reliabilitas

##### 1) Uji Validitas

Jika diperhatikan secara cermat, tes-tes hasil belajar yang dibuat dan disusun oleh guru atau dosen, merupakan kumpulan dari sekian banyak

butir-butiran tes. Tujuan uji validitas digunakan dalam kusioner yaitu untuk menentukan keakuratan data dalam kusioner terhadap data yang sebenarnya ingin di ukur.

Dari uraian di atas, bahwa sebutir item tes bisa dikatakan sudah mempunyai validitas yang tinggi ataupun dinyatakan valid jika skor pada butiran item yang bersangkutan memiliki kesesuaian atau keseimbangan arah dengan skor total atau bahasa statistik: Ada korelasi positif yang signifikan diantara skor item dengan skor total. Skor total disini kedudukan-nya sebagai variabel terkait (*dependent variable*), sedangkan skor item kedudukan-nya sebagai variabel bebas (*independent variable*), *dikutip dalam buku Sudaryono (2021:326).*

## **2) Uji Reliabilitas**

Reliabilitas yang berasal dari kata *reliability* berarti se-jauh mana suatu hasil pengukuran dapat dipercaya. Hasil pengukuran hanya bisa dipercaya apabila dalam beberapa kali percobaan pengukuran terhadap kelompok subjek yang sama, didapatkan hasil pengukuran yang relatif sama, selama aspek yang diukur dalam diri subjek memang belum berubah *dikutip dalam buku Sudaryono (2021:339).*

### **3.8.2. Uji Asumsi Klasik**

*Dikutip dalam Muhammad Machrus(2019),* Uji untuk mendapatkan model regresi yang baik haruslah terbebas dari penyimpangan data yang mana dilihat dari normalitas, heterokedastisitas, multikolineritas. Pengujian ini dilakukan guna mengetahui apakah estimasi telah memenuhi kriteria



ekometrik dalam arti tidak terjadi penyimpangan yang cukup serius dari asumsi yang diperlukan.

*Dikutip dari website Konsultanstatistik* Asumsi klasik ialah persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis *regresi linier*, yang berbasis *ordinary least square* (OLS). Maka analisis regresi yang bukan berdasarkan OLS tidak memerlukan persyaratan asumsi klasik, misalnya regresi logistik atau regresi ordinal. Uji asumsi klasik juga tidak perlu melakukan analisis regresi linier yang bertujuan untuk menghitung nilai pada variabel tertentu. Misalnya nilai return saham yang dihitung dengan *market model*.

### **1) Uji Normalitas**

Menurut Ghozali (2016:154) *dikutip dalam Machrus Muhammad (2019)*, uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah data yang akan digunakan dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal, karena model regresi yang baik memiliki distribusi data normal. Uji normalitas dapat dilakukan menggunakan cara uji Kolmogorov-Smirnov. Pengujian ini menggunakan statistik non parametric Kolmogorov-Smirnov (K.S). Dasar keputusan pembelian antara lain sebagai berikut:

- a. Nilai probabilitas  $> 0,05$ , maka berarti bahwa data tersebut berdistribusi normal.
- b. Nilai probabilitas  $< 0,05$ , maka berarti bahwa data tersebut tidak berdistribusi normal.

## 2) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas ialah untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam model regresi linier berganda. Jika ada korelasi yang tinggi di antara variabel-variabel bebas, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terkait bisa menjadi terganggu.

## 3) Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas ialah guna melihat apakah ditemukan ketidaksamaan varians dari residual satu ke pengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan yakni dimana terdapat kesamaan varian dari residual satu ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homoskedestisitas.

### 3.8.3. Analisis Regresi Linier Berganda

Penelitian ini dilakukan dengan teknik analisis data yakni analisis regresi linier berganda. Menurut Ghozali (2018:95) dikutip dalam Machrus Muhammad (2019), analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji hipotesis antara hubungan dua variabel bebas atau lebih secara bersama-sama dengan suatu variabel tergantung. Persamaan garis regresi berganda yang digunakan:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Variabel terikat

a = Konstanta

b = Koefisien regresi  
 $X_1 X_2 X_3$  = Variabel bebas  
e = *Standar error*

#### 3.8.4. Uji Hipotesis

Penelitian ini juga menggunakan uji hipotesis. Uji hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, yang mana rumusan masalah dari penelitian telah dinyatakan dengan bentuk kalimat per-tanyaan. Data diperoleh dari hasil pengumpulan data di atas sehingga diproses sesuai dengan jenis data, kemudian disajikan dalam bentuk tabel dan angka melalui metode statistik. Sugiyono (2012:112) *dikutip dalam jurnal Elwin Frandika (2022).*

##### 1) Uji T (Uji Parsial)

Metode ini dilakukan pada koefisien regresi terhadap pengujian parsial dengan uji t. Metode ini digunakan untuk melihat pengaruh parsial dalam variabel-variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun kriteria keputusan pembelian dalam metode uji t, diantaranya:

Merumuskan hipotesis statistik

- a)  $H_0 : b_1 = b_2 = : b_3 = 0$  artinya harga, spesifikasi, dan lokasi secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian pembelian rumah subsidi di PT. Mahakarya Tunas Jaya
- b)  $H_a : b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq 0$  artinya harga, spesifikasi, dan lokasi secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pembelian rumah subsidi di PT. Mahakarya Tunas Jaya

- c) Menentukan taraf signifikansi
- d) Menentukan taraf nyata  $\alpha = 0,05$  dengan derajat bebas (df)  $n-k$ , dimana  $n$  = adalah jumlah sampel dan  $k$  = jumlah variabel untuk menentukan nilai  $t$  tabel.

Kriteria yang dipakai dalam uji  $t$  adalah:

- a) Membandingkan tingkat signifikan ( $\alpha$ ) sebesar 0,05 dengan tingkat signifikan  $t$  yang diketahui secara langsung dengan menggunakan program SPSS dengan kriteria sebagai berikut :
- b) Apabila  $T_{hitung} > T_{tabel}$  dengan tingkat signifikansi 5%, Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya ada pengaruh nyata antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).
- c) Apabila  $T_{hitung} < T_{tabel}$  dengan tingkat signifikansi 5%, Maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, artinya tidak ada pengaruh nyata antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

## 2. Uji Simultan (Uji F)

Uji F adalah pengujian terhadap koefisien regresi secara simultan. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh semua variabel *independent* yang terdapat di dalam model secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel *dependent*.

### 3.8.5. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) di-lakukan untuk menguji berapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai



koefisien determinasi ialah antara satu dan nol. Apabila nilai  $R^2$  kecil dapat diartikan bahwa kemampuan variabel-variabel independen sangat terbatas dalam menjelaskan variasi variabel dependen (Ghozali, 2016:95) dikutip dalam Machrus Muhammad (2019). Apabila nilai yang dihasilkan mendekati angka satu maka variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

