

Abstrak

Putri Zafira Ruhliandini: *Pengaruh Promosi, Tingkat Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Berwawasan Syariah di Puri Nirana Cigelam Purwakarta*

Bisnis perumahan saat ini tengah menjadi lahan bisnis yang cukup diminati oleh investor, karena semakin meningkatnya jumlah penduduk maka semakin tinggi minat akan tempat tinggal atau rumah. Dalam penjualannya, terdapat beberapa faktor yang menjadi pertimbangan pembeli untuk melakukan keputusan pembelian rumah. Keputusan pembelian adalah penginterasian yang mengkombinasikan sikap pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya. Promosi, tingkat harga dan lokasi merupakan faktor yang saat ini disoroti untuk diteliti seberapa besar pengaruhnya terhadap pengambilan keputusan pembeli.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian rumah di Puri Nirana Cigelam Purwakarta., seberapa besar pengaruh tingkat harga terhadap keputusan pembelian rumah di Puri Nirana Cigelam Purwakarta, seberapa besar pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian rumah di Puri Nirana Cigelam Purwakarta, seberapa besar pengaruh promosi, tingkat harga, dan lokasi terhadap keputusan pembelian rumah berwawasan syariah di Puri Nirana Cigelam Purwakarta.

Metode yang digunakan yaitu metode penelitian *field research* dengan pendekatan kuantitatif, sedangkan analisis menggunakan analisis regresi, korelasi pearson product moment, uji R^2 , dan uji hipotesis. Objek yang diambil dalam penelitian ini yaitu Puri Nirana Cigelam Purwakarta. Data yang penulis gunakan adalah data laporan penjualan rumah di tahap I hingga III dari tahun 2016 hingga 2019. Selain itu penulis mengumpulkan data informasi berupa kuesioner. Berdasarkan hasil penelitian, variabel promosi, tingkat harga, dan lokasi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 93,4%. Dari hasil perhitungan menggunakan *SPSS 16.0 For Windows*, menunjukkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu, $562,106 > 2,67$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak yang artinya secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan antara promosi (X_1), tingkat harga (X_2), dan lokasi (X_3) terhadap keputusan pembelian (Y)

Kata Kunci: Promosi, Tingkat Harga, Lokasi, dan Keputusan Pembelian

Abstract

Putri Zafira Ruhliandini: *Influence Of Promotion, Price Level, And Location on Purchasing Decisions of Sharia-Minded Homes in Puri Nirana Cigelam Purwakarta*

The housing business is currently becoming a business area that is quite attractive to investors, due to the increasing population, the higher the interest in housing or homes. In the sale, there are several factors that are considered by buyers to make a home purchase decision. Purchasing decisions are interpretations that combine the attitude of knowledge to evaluate two or more alternative behaviors and choose one of them. Promosi, price level and location are factors that are currently highlighted to examine how much influence they have on buyer decision making.

The purpose of this study was to determine how much influence the promotion of home purchase decisions in Puri Nirana Cigelam Purwakarta. How much influence the price level on home purchase decisions in Puri Nirana Cigelam Purwakarta, how much influence the promotion, price level, and location on the purchase decision of sharia-minded homes in Puri Nirana Cigelam Purwakarta.

The method used is a field research method with a quantitative approach, while the analysis uses regression analysis, Pearson product moment correlation, R² test, and hypothesis testing. The object taken in this study is Puri Nirana Cigelam Purwakarta. The data that I use are data on home sales reports in stages I to III from 2016 to 2019. In addition, the authors collect information data in the form of questionnaires.

Based on the results of the study, promotion variables, price levels, and location simultaneously have positive and significant influence on purchasing decisions of 93.4%. From the results of calculations using SPSS 16.0 for Windows, it shows that $F_{count} > F_{table}$ ie, $562,106 > 2.67$ then H_a is accepted and H_0 is rejected, which means that simultaneously there is a significant influence between promotion (X1), price level (X2), and location (X3) on purchasing decisions (Y)

Keywords: Promotion, Price Level, Location, Purchasing Decisions

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

ملخص

فوتري زافيرا روهلانديني: تأثير الترقية ومستوى السعر والموقع على قرار شراء المنازل ذات الشريعة في Puri Nirana Cigelam Purwakarta

أصبحت أعمال الإسكان حاليًا منطقة أعمال جذابة جدًا للمستثمرين ، نظرًا لتزايد عدد السكان ، زاد الاهتمام بالسكن أو المنازل. في البيع ، هناك العديد من العوامل التي يعتبرها المشترون لاتخاذ قرار شراء منزل. قرارات الشراء هي تفسيرات تجمع بين موقف المعرفة لتقييم سلوكيين بديلين أو أكثر واختيار واحد منهم Pomosi . ، ومستوى السعر والموقع هي العوامل التي يتم تسليط الضوء عليها حاليًا لدراسة مدى تأثيرها على صنع قرار المشتري.

كان الغرض من هذه الدراسة هو تحديد مقدار التأثير في الترويج لقرارات شراء المنازل في Puri Nirana Cigelam Purwakarta. ما مدى تأثير مستوى السعر على قرارات شراء المنازل في Puri Nirana Cigelam Purwakarta ، ومقدار التأثير على الترويج ، ومستوى السعر ، والموقع على قرار شراء المنازل ذات الشريعة في بوري نيرانا سيجيلام بورواكارتا.

الطريقة المستخدمة هي أسلوب البحث الميداني مع النهج الكمي ، في حين يستخدم التحليل تحليل الانحدار ، ارتباط بيرسون لحظة المنتج ، اختبار R2 ، واختبار الفرضيات. الهدف من هذه الدراسة هو Puri Nirana Cigelam Purwakarta. البيانات التي أستخدمها هي بيانات عن تقارير مبيعات المنازل في المراحل من الأول إلى الثالث من 2016 إلى 2019. بالإضافة إلى ذلك ، يجمع المؤلفون بيانات المعلومات في شكل استبيانات.

بناءً على نتائج الدراسة ، يكون لمتغيرات الترويج ومستويات الأسعار والموقع في نفس الوقت تأثير إيجابي وهام على قرارات الشراء بنسبة 93.4٪. من نتائج العمليات الحسابية باستخدام SPSS 16.0 لنظام التشغيل Windows ، فإنه يُظهر أن $F_{table} < F_{count}$ ، أي $2,67 < 562,106$ ثم يتم قبول H_0 ورفض H_1 ، مما يعني أنه يوجد في الوقت نفسه تأثير كبير بين الترويج (X1) ، ومستوى السعر (X2) ، والموقع (X3) بشأن قرار الشراء (Y).

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG