



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

**PENGARUH KUALITAS PRODUK PERUMAHAN DAN
HARGA HUNIAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PROPERTY PERUMAHAN PADA GRAND TENJO
RESIDENCE DI BOGOR**

SKRIPSI

Ilyas Rasyid Habibie

1802025299

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
JAKARTA
2023



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

**PENGARUH KUALITAS PRODUK PERUMAHAN DAN
HARGA HUNIAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PROPERTY PERUMAHAN PADA GRAND TENJO
RESIDENCE DI BOGOR**

SKRIPSI

Ilyas Rasyid Habibie

1802025299

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
JAKARTA
2023

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan berjudul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK PERUMAHAN DAN HARGA HUNIAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PROPERTY PERUMAHAN PADA GRAND TENJO RESIDENCE DI BOGOR”** merupakan hasil karya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan-bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis oleh orang lain, atau Sebagai bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah pada Universitas Muhammadiyah Prof. DR. Hamka atau perguruan tinggi lainnya. Semua sumber baik yang dikutip maupun yang dirujuk telah dinyatakan dengan benar. Apabila ternyata dikemudian hari penulisan skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya tulis orang lain, maka saya bersedia untuk mempertanggungjawabkan sekaligus menerima sanksi berdasarkan aturan di Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka.

Jakarta, 13 Januari 2023
Yang menyatakan



Ilyas Rasyid Habibie
1802025299

PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

JUDUL : **PENGARUH KUALITAS PRODUK PERUMAHAN DAN HARGA HUNIAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PROPERTY PERUMAHAN PADA GRAND TENJO RESIDENCE DI BOGOR**

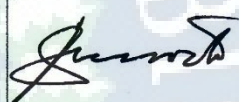
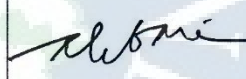
NAMA : **ILYAS RASYID HABIBIE**

NIM : **1802025299**

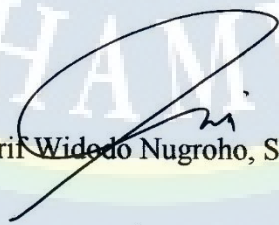
PROGRAM STUDI : **MANAJEMEN**

TAHUN AKADEMIK : **2022/2023**

Skripsi ini telah disetujui oleh pembimbing untuk diujikan dalam skripsi

Pembimbing I	Dr. Sunarta, S.E., M.M.	
Pembimbing II	Deni Adha Akbari, S.E., M.Si.	

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Prof. DR. Hamka


Arif Widedo Nugroho, S.E, M.M.

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul :

**PENGARUH KUALITAS PRODUK PERUMAHAN DAN HARGA
HUNIAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PROPERTY
PERUMAHAN PADA GRAND TENJO RESIDENCE DI BOGOR**

Yang disusun oleh :
Ilyas Rasyid Habibie
1802025299

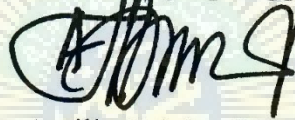
Telah diperiksa dan dipertahankan di depan panitia ujian kesarjanaan strata-satu
(S1) Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah

Prof. DR. HAMKA

Pada tanggal : 08 Februari 2023

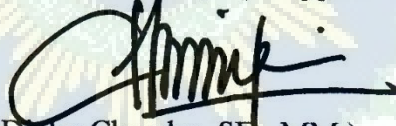
Tim Penguji :

Ketua, Merangkap anggota :



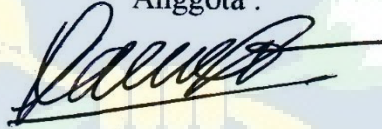
(Dr. Amilia Zainita, SE., MM.)

Sekretaris, Merangkap anggota :



(Dicky Chandra, SE., MM.)

Anggota :

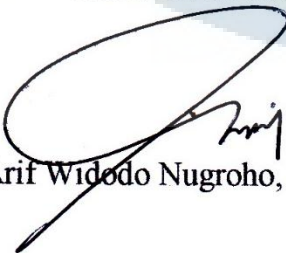


(Drs. Komara, SE., MM.)

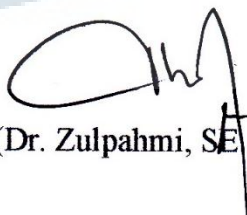
Mengetahui :

Ketua Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Prof. DR. HAMKA

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Prof. DR. HAMKA



(Arif Widodo Nugroho, SE., MM.)



(Dr. Zulpahmi, SE., MSi.)

PERSYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademis Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

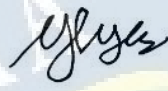
Nama : Ilyas Rasyid Habibie
Nim : 1802025299
Program Studi : Manajemen S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka
Jenis karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui dan memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya berjudul :

“PENGARUH KUALITAS PRODUK PERUMAHAN DAN HARGA HUNIAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PROPERTY PERUMAHAN PADA GRAND TENJO RESIDENCE DI BOGOR”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 13 Januari 2023
Yang menyatakan


Ilyas Rasyid Habibie

ABSTRAK

Ilyas Rasyid Habibie (1802025299)

PENGARUH KUALITAS PRODUK PERUMAHAN DAN HARGA HUNIAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PROPERTY PERUMAHAN PADA GRAND TENJO RESIDENCE

Skripsi. Program Strata Satu Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. Hamka. 2023. Jakarta

Kata kunci : Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk perumahan dan harga hunian terhadap keputusan pembelian pada penghuni perumahan di Grand Tenjo Residence. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah seluruh penghuni pada tahap pertama berjumlah 63 orang. Dan menggunakan sampel sebanyak 63 orang dengan memakai sampel jenuh. metode analisis data yang digunakan adalah pengujian hipotesis dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan secara parsial pengaruh kualitas produk tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian sedangkan harga hunian terhadap keputusan pembelian berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan kualitas produk memiliki thitung sebesar 1.396 yang lebih kecil dari t tabel sebesar 1.67065 dan signifikansi 0,168 yang lebih besar dari 0,05 dan harga memiliki thitung sebesar 6.418 yang lebih besar dari t tabel sebesar 1.67065 dan signifikansi 0.000 yang lebih kecil dari 0,05. Selain itu kualitas produk dan harga secara simultan bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan dengan Fhitung sebesar 33.999 yang lebih besar dari Ftabel sebesar 3,15 dengan tingkat signifikan 0.000 yang lebih kecil dari 0,05. Kontribusi pengaruh variabel kualitas produk dan harga memiliki nilai koefisien deteminasi sebesar 51.6% dan sisanya 58,4% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

ABSTRACT

Ilyas Rasyid Habibie (1802025299)

“THE INFLUENCE OF RESIDENTIAL PRODUCT QUALITY AND OCCUPATION PRICE ON THE PURCHASE DECISION OF RESIDENTIAL PROPERTY AT THE GRAND TENJO RESIDENCE IN BOGOR”

Tesis. Program Study Management. Faculty of Economics and Business, of the Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA University. 2021. Jakarta

Keywords : Product Quality, Price, Purchase Decision

This study aims to determine how much influence the quality of housing products and housing prices have on purchasing decisions for residents of housing at the Grand Tenjo Residence. The method used in this research is quantitative. The population of this study were all residents in the first stage, totaling 63 people. And using a sample of 63 people using a saturated sample. data analysis method used is hypothesis testing and the coefficient of determination.

The results showed that partially the effect of product quality did not have a positive effect on purchasing decisions while occupancy prices on purchasing decisions had a positive and significant effect on purchasing decisions with product quality having a tcount of 1.396 which is smaller than t table of 1.67065 and a significance of 0.168 which is greater than 0.05 and the price has a tcount of 6.418 which is greater than the t table of 1.67065 and a significance of 0.000 which is less than 0.05. In addition, product quality and price simultaneously have a positive and significant effect on decisions with Fcount of 33,999 which is greater than Ftable of 3.15 with a significant level of 0,000 which is less than 0.05. The contribution to the influence of product quality and price variables has a coefficient of determination of 51.6% and the remaining 58.4% is influenced by other factors not included in this study.

KATA PENGANTAR

Assamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Alhamdulillah rabbil'alamin, dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT atas berkat rahmat dan karunia-nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk Perumahan dan Harga Hunian Terhadap Keputusan Pembelian property perumahan pada Grand Tenjo Residence Di Bogor”.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan dukungan dan masukan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada :

1. Zulpahmi, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. Hamka.
2. Sumardi, S.E., M.Si selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. Hamka.
3. M. Nurasyidin, S.E., M.Si selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. Hamka.
4. Edi Setiawan, S.E., M.M selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. Hamka.
5. Dr. Tohirin, SHL., M.Pd.I selaku Wakil Dekan IV Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. Hamka.
6. Arif Widodo Nugroho, S.E., M.M selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. Hamka.
7. Dr. Sunarta, SE., MM selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, saran, serta arahan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
8. Deni Adha Akbari, SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, saran, serta arahan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

9. Kedua Orang Tua yang selalu mendoakan dan mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
11. Seluruh teman-teman Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof, DR. HAMKA angkatan 2018

Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna oleh karena itu, kritik dan saran yang sifatnya membangun sangat diharapkan oleh peneliti. Peneliti berharap semoga penelitian ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai informasi dan menjadi ilmu pengetahuan demi penulisan dan penyusunan hasil penelitian dimasa mendatang.

Jakarta. 13 Januari 2023

Peneliti,



Ilyas Rasyid Habibie
1802025299

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	iii
PENGESAHAN SKRIPSI	iv
PERSYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan	6
1.2.1 Identifikasi Masalah	6
1.2.2 Pembatasan Masalah.....	7
1.2.3 Perumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Gambaran Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Telaah Pustaka	20
2.2.1 Kualitas Produk	20
2.2.1.1 Pengertian Kualitas Produk	20
2.2.1.2 Indikator Kualitas Produk.....	21
2.2.2 Harga	22
2.2.2.1 Pengertian Harga	22
2.2.2.2 Indikator Harga.....	22

2.2.3 Keputusan Pembelian	23
2.2.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian	23
2.2.3.2 Indikator Keputusan Pembelian.....	24
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis	25
2.4 Hipotesis Statistik	26
BAB III METODELOGI PENELITIAN.....	27
3.1 Metodologi Penelitian	27
3.2 Populasi dan Sampel.....	35
3.2.1 Populasi	35
3.2.2 Sampel	35
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	35
3.3.1 Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.3.1.1 Kuesioner / angket.....	36
3.4 Teknik Pengelolaan Data dan Analisis Data.....	36
3.4.1 Teknik Pengelolaan Data.....	36
3.4.2 Uji Kualitas Data	36
3.4.2.1 Uji Validitas Instrumen	36
3.4.2.2 Uji Reabilitas	37
3.4.3 Analisis Deskriptif	37
3.4.4 Uji Asumsi klasik.....	38
3.4.4.1 Uji Normalitas Data.....	39
3.4.4.2 Uji Multikolinearitas	39
3.4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	40
3.4.5 Analisis Linear Berganda.....	40
3.4.6 Uji Hipotesis	41
3.4.6.1 Koefisien Determinasi (R^2)	41
3.4.6.2 Uji t (Parsial)	42
3.4.6.3 Uji F (Simultan).....	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	44
4.1 Gambaran Umum Objek penelitian	44

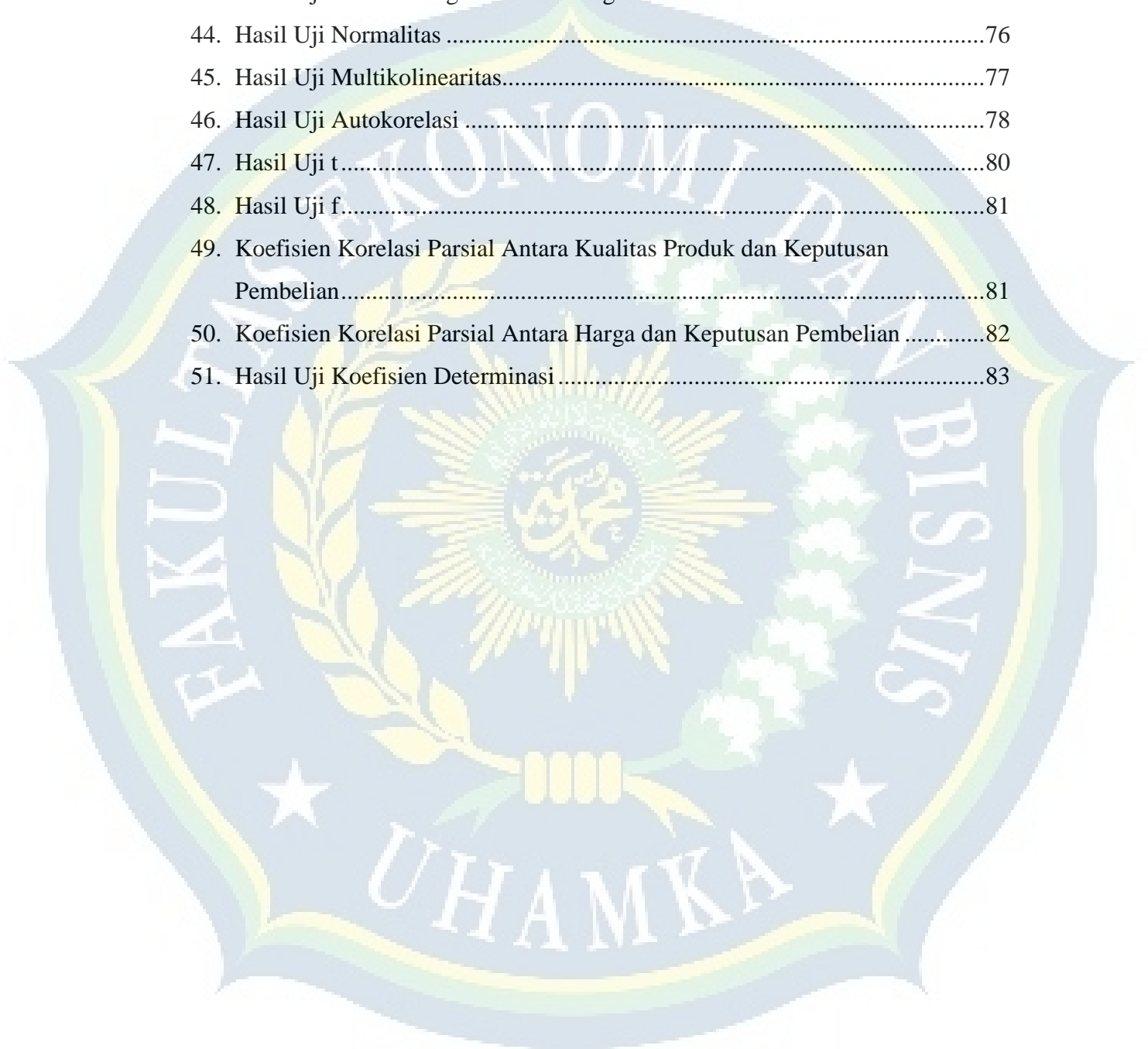
4.1.1 Lokasi Penelitian.....	44
4.1.2 Sejarah Singkat Perumahan	44
4.2 Hasil Pengolahan Data dan Pembahasan	46
4.2.1 Identitas Responden.....	46
4.2.2 Uji Kualitas Data	50
4.2.2.1 Uji Validitas.....	50
4.2.2.2 Uji Reliabilitas.....	52
4.2.3 Analisis Statistik Deskriptif.....	52
4.2.3.1 Persepsi Masyarakat Terhadap Kualitas Produk Perumahan ...	53
4.2.3.2 Persepsi Masyarakat Terhadap Harga Perumahan	61
4.2.3.3 Persepsi Masyarakat Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan	68
4.2.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	74
4.2.4.1 Model Regresi Linier Berganda.....	74
4.2.5 Uji Asumsi Klasik	75
4.2.5.1 Uji Normalitas	75
4.2.5.2 Uji Multikolinearitas	77
4.2.2.3 Uji Heteroskedastisitas	77
4.2.2.4 Uji Autokorelasi	78
4.2.2.5 Rangkuman Uji Asumsi Klasik.....	79
4.2.6 Pengujian Hipotesis	80
4.2.6.1 Pengujian Secara Parsial atau Individu (Uji t).....	80
4.2.6.2 Pengujian Secara Simultan atau Bersama-sama (Uji f).....	81
4.2.6.3 Analisis Koefisien Determinasi.....	82
4.3 Pembahasan Umum	83
BAB V PENUTUP.....	85
5.1 Kesimpulan	85
5.2 Saran	87
DAFTAR PUSTAKA	94
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1.	Hasil Penjualan Selama 6 Bulan Terakhir	4
2.	Ringkasan Penelitian Terdahulu	12
3.	Operasional Variabel.....	28
4.	Bobot Nilai Skala Ordinal.....	36
5.	Kriteria Presentase Tanggapan Responden.....	38
6.	Usia Responden	46
7.	Jenis Kelamin.....	48
8.	Pekerjaan.....	48
9.	Tipe Unit Rumah.....	49
10.	Uji Validitas Kualitas Produk	50
11.	Uji Validitas Harga	51
12.	Uji Validitas Keputusan Pembelian	51
13.	Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian.....	52
14.	Saya memilih perumahan ini karena perusahaan yang sudah 30 tahun menjadi developer perumahan	53
15.	Saya merasa perumahan ini mampu memberi kualitas dan bahan bangunan yang baik.....	53
16.	Saya merasa perumahan ini memiliki spesifikasi yang diinginkan para konsumen	54
17.	Saya memilih perumahan ini karna memiliki tema desain perumahan bernuansa asri.....	55
18.	Saya merasa perumahan ini memiliki ketahanan yang cukup lama.....	55
19.	Saya memilih perumahan ini karena makin indah dan berkualitas bagus	56
20.	Saya merasa perumahan ini mudah dikenali dan menarik konsumen	57
21.	Saya merasa keamanan pada perumahan ini sangatlah baik.....	57
22.	Saya merasa perumahan ini memiliki desain rumah yang estetika dan mudah diketahui.....	58

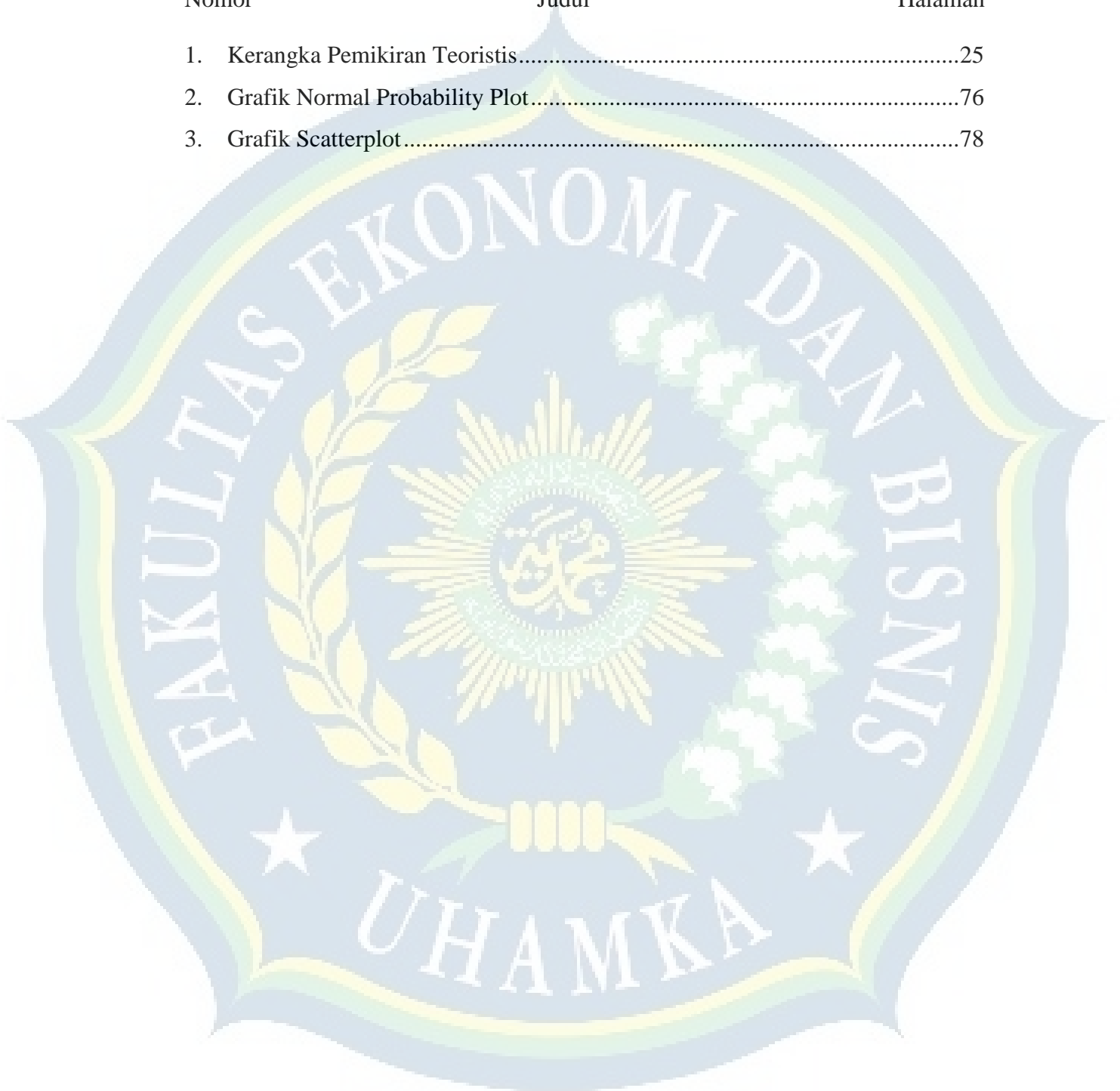
23. Saya memilih perumahan ini karena mendapatkan nuansa keluarga dengan kualitas yang baik	59
24. Skor dan Rata-Rata Kualitas Produk pada Perumahan.....	59
25. Saya merasa harga perumahan di hunian ini sangat sesuai dengan kualitas...	61
26. Saya merasa perumahan ini memiliki harga yang terjangkau dari yang lain..	62
27. Saya merasa perumahan ini banyak potongan harga yang menarik	62
28. Saya memilih perumahan ini karena selalu menarik perhatian dan selalu ada potongan harga special untuk para konsumennya.....	63
29. Saya merasa perumahan ini sangatlah gampang untuk system pembayaran ..	64
30. Saya merasa perumahan ini karena banyak sekali oleh bank untuk metode pembayaran perumahan setiap bulannya dengan metode kredit.....	64
31. Saya merasa perumahan ini memiliki banyak sekali diskon di awal bulannya ..	65
32. Saya memilih perumahan ini karena banyak sekali diskon kupon aksesoris rumah seperti AC dan masih banyak lagi	66
33. Skor dan Rata-Rata Harga pada Perumahan	66
34. Saya merasa perumahan ini memiliki banyak variasi produk yang bisa jadi minat pembeli.....	68
35. Saya memilih perumahan ini karena dari segi variasi yang banyak dan juga desain bahkan kualitas yang baik.....	68
36. Saya merasa perumahan ini semakin banyak pembelian semakin juga mendapatkan promo	69
37. Saya merasa perumahan ini memiliki unit yang banyak dan sudah banyak juga yang membeli unit rumah diperumahan tersebut	70
38. Saya berminat untuk merekomendasikan produk perumahan ini ke teman saya	70
39. Saya berminat merekomendasikan produk perumahan ini ke keluarga dan kerabat.....	71
40. Saya memilih perumahan ini karena banyak tipe	72

41. Saya memilih perumahan ini karena tipe tanah dan bangunan yang sangatlah menarik	72
42. Skor Rata-Rata Keputusan Pembelian pada Perumahan.....	73
43. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	74
44. Hasil Uji Normalitas	76
45. Hasil Uji Multikolinearitas.....	77
46. Hasil Uji Autokorelasi	78
47. Hasil Uji t.....	80
48. Hasil Uji f.....	81
49. Koefisien Korelasi Parsial Antara Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian.....	81
50. Koefisien Korelasi Parsial Antara Harga dan Keputusan Pembelian	82
51. Hasil Uji Koefisien Determinasi	83



DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
1.	Kerangka Pemikiran Teoritis.....	25
2.	Grafik Normal Probability Plot.....	76
3.	Grafik Scatterplot.....	78



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian.....	1/24
Lampiran 2 : Data Kuesioner	6/24
Lampiran 3 : Uji SPSS	9/24
Lampiran 4 : Tabel r.....	17/24
Lampiran 5 : Tabel T.....	18/24
Lampiran 6 : Tabel F.....	19/24
Lampiran 7 : Tabel Durbin Watson	20/24
Lampiran 8 : Surat Tugas.....	21/24
Lampiran 9 : Catatan Konsultasi Dosen Pembimbing I.....	22/24
Lampiran 10 : Catatan Konsultasi Dosen Pembimbing II	23/24
Lampiran 11 : Daftar Riwayat Hidup.....	24/24

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada masa saat ini, pengembangan rumah disektor ekonomi perumahan sangat mengalami peningkatan yang baik. Begitu juga meningkat pula kesejahteraan masyarakat dan kebutuhan konsumen semakin beragam, perumahan merupakan salah satu kebutuhan hidup. Rumah sebagai tempat tinggal merupakan salah satu kebutuhan makhluk hidup, selain sandang dan pangan, setiap orang membutuhkan rumah untuk berteduh dan tempat bercengrama serta menyalurkan hobi. Dan juga sebagai investasi jangka menengah dan panjang, keuntungan investasi real estate dapat dilihat setiap tahunnya dari kenaikan harga tanah dan bangunan. Hal ini disebabkan oleh adanya tanah yang bersifat permanen, namun kebutuhan akan rumah untuk tempat tinggal semakin meningkat seiring dengan penambahan jumlah penduduk yang tinggal di dalam atau di sekitar perumahan itu sendiri.

Rahma, 2010. ialah suatu perumahan dapat dibagi dua hal pokok diantaranya, kebutuhan akan rumah berdasarkan model yang diinginkan ditambah lagi dengan penduduk secara alamiah dan kebutuhan yang bisa menyediakan akan rumah atas rumah yang diinginkannya.

Latar belakang di atas sangat membuat peneliti tertarik untuk melakukan suatu penelitian di PT. Surya Jaya Abadi dan dinaungi oleh PT. Dwicitra Group, yakni perusahaan property di Jakarta dan melebarkan bisnis propertynya di daerah Tenjo, kabupaten Bogor, Jawa Barat. Dengan manawarkan perumahan cluster dengan

desain rumah modern dan arsitektur dan proses pemesanannya berbasis Konvensional dengan memberikan relasi Bank yang terpercaya. Adapun akad yang digunakan proses pemesanan dengan metode KPR dari Bank Konvensional dan dengan metode DP yang sangat minim agar bisa memudahkan para konsumen untuk ingin memiliki rumah seperti rumah impiannya. (sumber : gallery marketing perumahan Grand Tenjo Residence).

Konsumen merupakan kelompok sasaran penting untuk memasarkan produk dan layanan Perusahaan. Dalam mendefinisikan produk, perusahaan harus dapat melihat sikap dan perilaku konsumen untuk menentukan produk yang diinginkan. Setelah Sumarwan (2011). Perilaku konsumen melakukan fungsi psikologis yang mempercepat proses keputusan pembelian.

Dan sebelum membeli, biasanya konsumen mencari tahu tentang rumah yang diinginkan, mengevaluasi atau membandingkannya. Persepsi dan sikap juga mengalir ke dalam tindakan tersebut, yang pada akhirnya memutuskan pelaksanaan keputusan pembelian.

Suatu keputusan pembelian juga diawali dengan adanya suatu kebutuhan dari konsumen itu sendiri. Konsumen juga dipengaruhi oleh persepsi mereka tentang kualitas dan harga produk, saat membuat keputusan pembelian tentang penawaran produk

Keputusan pembelian ialah keputusan seseorang dimana seseorang telah memilih salah satu pilihannya alternatifnya, dan suatu proses integrasi yang menggabungkan preferensi informasi untuk mengevaluasi dua pilihan terbaik dan memilih pilihan terakhir untuk ditentukan sebagai pilihan sendiri. Menurut Kodu

(2013) keputusan pembelian ialah sikap seseorang untuk membeli barang yang diinginkan dalam suatu produk, baik berupa barang ataupun jasa yang bisa memuaskan diri dari konsumen itu sendiri. Keputusan pembelian ialah tahap terakhir dari para konsumen ketika sudah cocok dengan produk maupun jasa yang diinginkan lalu tinggal melakukan suatu pembelian barang yang diinginkan tersebut.

Kualitas produk dapat memberikan dampak positif terhadap keputusan pembelian seseorang. Kualitas produk berarti memahami bahwa produk yang ditawarkan oleh perusahaan memiliki nilai eceran yang lebih tinggi dan tidak dimiliki oleh perusahaan lain atau pengembang lain. Oleh karena itu, perusahaan harus selalu mengecek kualitas produknya dengan membandingkan produk dari developer pesaing. Tjiptono (2008 : 250) kualitas produk ialah suatu kondisi yang mempengaruhi produk atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan yang diinginkan para konsumen. Dengan demikian kualitas produk dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan penyampaiannya kepada konsumen untuk menyeimbangkan harapan konsumen itu sendiri.

Selain kualitas produk, harga juga menjadi salah satu bagian dari strategi bisnis untuk meningkatkan minat para pembeli. Oleh karena itu untuk menarik minat pembeli melakukan pembelian, maka pihak pengembang / developer juga harus tepat dalam penerapan strategi pemasaran yang sesuai dengan kondisi pasar saat ini. Maka sistem pemasaran yang digunakan developer dalam memasarkan rumah dengan kualitas yang terbaik ialah dengan harga yang terbaik juga untuk para

konsumen. Harga juga alat dalam membantu penjualan, dilain pihak dapat digunakan sebagai membangun nama perumahan itu sendiri menjadi besar dengan produk yang ditawarkan baik dan bagus bahkan dengan harga terbaik dari developer. Harga juga bisa mampu memberikan keuntungan bagi pihak pengembang. Dalam sejarah, harga juga faktor penting yang bisa mempengaruhi pilihan dari seseorang untuk membeli produk tersebut (Siti Istiqomah, 2019). Dan harga menurut Martin (2015) adalah sejumlah uang yang ditambahkan pada beberapa produk, yang jika memungkinkan dapat diperoleh dari beberapa kombinasi produk dan jasa yang ditawarkan.

Tabel 1
Hasil Penjualan Selama 6 Bulan Terakhir

No	Bulan	Jumlah Penjualan
1.	Oktober 2021	10 unit rumah
2.	November 2021	12 unit rumah
3.	Desember 2021	11 unit rumah
4	Januari 2022	10 unit rumah
5	Februari 2022	10 unit rumah
6.	Maret 2022	10 unit rumah

Sumber : Penghuni Grand Tenjo Residence, 2021-2022

Berdasarkan tabel 1 dapat dilihat bahwa penjualan diperumahan Grand Tenjo Residence pada 6 bulan terakhir ini yaitu penjualan pada tahap pertama dalam jangka waktu dari bulan Oktober 2021 hingga bulan Desember 2021 terjual hingga sekitar 33 unit rumah, tetapi penjualan unit tidak sesuai dengan target perusahaan sekitar 45 unit pada tahap pertama sehingga tidak terciptanya sesuai target dan pada tahap pertama dari bulan Oktober disetiap bulannya tidak menentu penjualannya

sehingga terjadi tidak sesuainya target yang dicapai hingga bulan desember 2021 untuk sesuai targer sampai akad kredit dan serah terima kunci yang sudah direncanakan oleh pihak pengembang ataupun pihak developer dan pada tahap kedua juga tidak menentu penjualan ditiap bulannya karna satu dan lain hal, pada tahap kedua ini dari bulan Januari 2022 awal hingga bulan Maret 2022, sudah terjual hingga 30 unit rumah dan setiap bulannya juga tidak menentu penjualannya jadi tidak bisa lebih spesifik rata disetiap bulannya sesuai target penjualan dari target yang sudah diberikan perusahaan.

Fenomena yang bisa dilihat dari Tabel 1 yang dimana penjualan pada perumahan Grand Tenjo Residence tidak sesuai dengan target perusahaan disetiap bulannya dikarenakan semakin kritis dan selektif oleh para konsumen inilah yang merupakan tantangan bagi pengembang produk perumahan. Siklus bisnis real estate selalu terjadi karena baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang yang tidak hanya terjadi akibat pengaruh ekonomi dan politik, tetapi kedepan akan menghadapi permasalahan baru akibat perkembangan teknologi, informasi dan persaingan-persaingan regional dan global. Seperti halnya perumahan Grand Tenjo Residence merupakan salah satu perumahan yang menyediakan rumah dengan berbagai tipe.

Permasalahan pada harga menurut konsumen perumahan ialah mereka memilih sasaran harga sesuai dengan budget penghasilan mereka dan menentukan permintaan, memperkirakan biaya dan memilih harga akhir sampai selesai kredit rumah tersebut.

Permasalahan kualitas produk pada perumahan Grand Tenjo Residence ialah dari saluran air yang kurang jernih air yang keluar untuk digunakan kesehariannya, karena pihak developer atau pengembang kurangnya dalam penggalian air sumur bor tersebut untuk para konsumen lebih nyaman lagi dan lebih bersih untuk digunakan air nya dan serta tampak kusen dari pelengkap untuk unit rumah yang tidak kuat tahan lama karna bisa dilihat oleh para konsumen yang dimana bahan dari kusen tersebut mudah keropos bila terkena air terus menerus. Jadi sebagai pihak pengembang harus lebih memperhatikan lagi agar para konsumen berminat untuk membeli perumahan karena kualitas produknya baik.

Pada keputusan pembelian konsumen permasalahan yang muncul dalam perusahaan adalah para koonsumen yang terlalu banyak memilih, lebih menginginkan perumahan yang sudah terkenal namanya, serta pilihan penyalur bank untuk akad kontrak yang banyak, waktu pembelian rumah cenderung lama dan metode pembayaran kredit masih manual. Dari fenomena fenomena yang telah dikemukakan ini, maka peneliti tertarik untuk mengangkat permasalahan berdasarkan uraian diatas untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk Perumahan dan Harga Hunian terhadap Keputusan Pembelian *Property* Perumahan pada Grand Tenjo Residence di Bogor”**

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Dalam penelitian ini peneliti mengindetifikasi suatu masalah diatas sebagai berikut :

1. Kualitas produk perumahan masih kurang baik pada tahap pertama

2. Masih kurangnya fasilitas buat keluarga dalam menunjang kualitas produk agar terciptanya keputusan pembelian di Grand Tenjo Residence
3. Harga yang kadang suka tiba – tiba naik mengakibatkan pertimbangan para konsumen yang ingin membeli unit rumah
4. Perumahan Grand Tenjo Residence membuat konsep penghijauan untuk para konsumen agar terciptanya kesejukan dan kenyamanan ketika sudah memasuki perumahan
5. Perumahan Grand Tenjo Residence sendiri menawarkan kualitas produk yang baik dengan harga yang menarik dan banyak promo dan diskonnya

1.2.2 Pembatasan Masalah

Batasan suatu masalah dalam penelitian ini sangat bertujuan agar suatu permasalahan yang nantinya akan dibahas tidak terlalu luas. Rumusan masalah yang menjadikan fokus dalam suatu penelitian diatas, ialah :

1. Pihak developer perumahan memberikan solusi agar tidak terjadi kekecewaan pada konsumen yang mengambil unit rumah dip perumahan Grand Tenjo Residence
2. Memberikan dan memperbaiki kualitas produk perumahan sertas harga dan penawaran menarik untuk para konsumen yang ingin membeli unit rumah dip perumahan Grand Tenjo Residence

1.2.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah dijelaskan diatas, dapat disusun suatu rumusan masalah yang menjadi lebih fokus dalam penelitian ini ialah:

1. Apakah kualitas produk perumahan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di perumahan Grand Tenjo Residence ?
2. Apakah harga hunian berpengaruh terhadap keputusan pembelian di perumahan Grand Tenjo Residence ?
3. Apakah kualitas produk perumahan dan harga hunian, secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di perumahan Grand Tenjo Residence ?

1.3 Tujuan Penelitian

Dalam tujuan penelitian ini ialah untuk sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis suatu kualitas produk perumahan yang seperti apa yang diinginkan oleh para konsumen agar terciptanya suatu keputusan pembelian.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga hunian terhadap keputusan pembelian para konsumen
3. Agar terciptanya keputusan pembelian bisa dilihat dari kualitas produk perumahan dan harga hunian yang menarik yang ditawarkan oleh pihak developer

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat baik sebagai referensi bagi beberapa pihak, yaitu :

1. Hasil penelitian ini untuk mengetahui kualitas produk yang diinginkan oleh para konsumen dan membuat daya tarik para konsumen untuk mengambil unit rumah diperumahan Grand Tenjo Residence

2. Lebih mengetahui harga hunian yang diinginkan oleh para konsumen dan penawaran apa saja yang bisa untuk daya tarik para konsumen untuk adanya keputusan pembelian diperumahan Grand Tenjo Residence
3. Bagi penulis lebih mengetahui sistem marketing seperti apanya yang diinginkan oleh para konsumen untuk adanya keputusan pembelian diperumahan Grand Tenjo Residence



DAFTAR PUSTAKA

- A. Murtadlo (2010) Analisis Pengaruh Konsep Perumahan, Lokasi dan penyesuaian Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Perusahaan Properti Perumahan. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Jakarta.
- Ali Rahman, T. (2017) “Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Lokasi dan Fasilitas terhadap keputusan Pembelian Rumah” 6(9), 1-20
- Amin Rohmawati Nurul Wakidah. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Rumah Makan Padang Baselo. Skripsi (tidak Dipublikasikan). Yogyakarta : Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha.
- Anwar, Iful. Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian : Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Vol. 4 No. 12 (Desember 2015) 2 – 14
- Ardiansyah, Muhammad dan Rokhmi. Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian AMDK Cleo: Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Vol. 6 No. 6 (Juni 2017) ISSN-2461-0593.
- Cholifatun Nisak (2016). “Analisis Harga, Keragaman Model Produk, Kualitas Informasi dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online pada Toko Tas Online Sabilla Store”. Universitas Diponegoro.
- Dwiyani Putri Lestari (2017). Analisis Tingkat Ketimpangan Pengembangan di Kawasan Mamminasata. Skripsi (tidak dipublikasikan). Makassar : UIN Alauddin Makassar.
- Elita Calessa (2021). Analisis Pengaruh Harga, Lokasi dan Lingkungan Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Subsidi di Masa Pandemi Covid-19 Jurnal Ummat Repository

- G. M. Wariki., L. Mananeke, (2015). Pengaruh Bauran Promosi Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Taman Sari Metropolitan. *Jurnal Emba : Jurnal Riset*
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018.
- Huzaen, Chairunnisa Miftahurrahmah Zenida (2019) Pengaruh Konsep Perumahan, Lokasi, dan Penyesuaian Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Properti Perumahan Pesona Prima Griya Makassar (Studi Kasus PT Primakarya Bentala Permai) Diploma Thesis, Universitas Negeri Makassar
- Kodu, S. 2013. Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza. *Journal of Polymer Science, Part A : Polymer Chemistry* 01(03):1251-59
- Kotler dan Amstrong, 2015. Tahapan Keputusan Pembelian. *Jurnal Universitas Ellyani : Sidoarjo*
- Kotler dan Garry Amstrong, 2017. Pengertian Harga *Jurnal Universitas Yohanes Dwi Kurniawan Yogyakarta*.
- Kotler dan Keller, 2016. Definisi pemasaran, *Jurnal Universitas Yohanes Dwi Kurniawan : Yogyakarta*.
- Kotler, P., dan Amstrong, G. (2008). Prinsip-prinsip pemasaran jilid 1, edisi kedua belas, Jakarta : Penerbit Erlangga
- Kotler, philip., dan Gery Amstrong. 2012. Prinsip – prinsip Pemasaran Edisi 12, jilid 1 dan 2. Erlangga, Jakarta
- Lukman, Marco Dirgahadi. 2014. Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen Produk The Sosro Kemasan kotak. *Magister Manajemen, Program Pasca Sarjana Universitas Katalik Parahyangan*

- Martini T, 2015. Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Desain terhadap Keputusan Pembelian kendaraan bermotor merek honda jenis skutermatic. *Jurnal Penelitian* 9(1):113-32
- Mustikasari, W (2014) “ Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kopianh Merek Gading Gajah Gresik” *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 2 (20)
- Pratiwi, Mila Yuni (2017) “Pengaruh Harga, Promosi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu” *Jurnal Ilmu manajemen Bisnis*, 3(2)
- Rochacty, E., Tresnati, R., & Latief, A. M. (2019). *Metode penelitian bisnis dengan SPSS*. Edisi Kedua Jakarta: Mitra Wacana Media, 2019.
- Sandy, Febryan. 2014. Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Bisnis Angkatan 2010-2012 Fakultas Ilmu Administasi Pengguna Indosat Universitas Brawijaya). *Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 9 No. 2 April 2014*.
- Siti Istiqomah 2019. Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian makanan siap saji chicken holoc di plaza medan fair. Skripsi fakultas ekonomi dan bisnis. Universitas muhammadiyah sumatera utara, medan.
- Sugiyono, (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sumarwan. (2011). *Perilaku Konsumen Dan Penerapan Dalam Pemasaran*. Edisi 2. PT Ghalia Indonesia
- Supriono, K., Hasiolan, L. B., Mukeri (2015) “ Pengaruh Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Membeli Rumah pada Perumahan Bukit Semarang Baru (Bsb) City Di Semarang” *Journal Of Management*, 1(1)

Supriyadi, Y. Fristin, dan G. Indra. 2016. Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (studi pada mahasiswa pengguna produk merek converse di fisip Universitas Merdeka Malang). *Jurnal Bisnis dan Manajemen* 3(1):135-144

Tjiptono, 2016. Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian. *Jurnal Universitas Ellyani* : Sidoarjo

Tjiptono, Fandy 2014. Indikator Kualitas Produk *Jurnal Universitas Ellyani* : Sidoarjo.

Triyonowati (2018) Pengaruh Lokasi, Harga dan Fasilitas Terhadap Keputusan pembelian Di Perumahan Swan Menganti Park Gresik. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*

Wulandari, Nur. 2013. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen. (Studi Kasus Pada Konsumen KOPIKITA Semarang. *Volume 2, Nomor 2, Tahun 2013. ISSN (Online) : 2337 – 3792*