

**PENGARUH LOKASI, HARGA, PROMOSI DAN PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN RUMAH DI PERUMAHAN GRAHA CITRA
KEMBANGAN GRESIK (STUDI PADA KONSUMEN PERUMAHAN
GRAHA CITRA KEMBANGAN GRESIK)**

Nama Mahasiswa : Muhammad Abidzar Giffary
Nomer Induk Mahasiswa : 1011810059
Pembimbing : Alfina, S.M., M.M.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa lokasi, harga, promosi dan produk mempengaruhi keputusan pembelian rumah. Pengumpulan data dilakukan dalam bentuk survei atau kuesioner yang termasuk dalam metode penelitian kuantitatif. Penelitian ini dilakukan pada konsumen yang membeli rumah di Perumahan Graha Citra Kembangan. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah konsumen yang membeli perumahan komersil di Perumahan Graha Citra Kembangan. Populasi berjumlah 72 orang maka teknik pengambilan sampel menggunakan sampling yang semua populasi dijadikan sampel. Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier berganda serta menggunakan sebuah aplikasi yaitu SPSS (*Statistical Program for Social Science*) for windows. Hasil penelitian ini Lokasi memiliki nilai signifikansi sebesar 0,053 ($0,053 > 0,05$), promosi sebesar 0,063 ($0,063 > 0,05$) dan produk sebesar 0,156 ($0,156 > 0,05$). Variabel Lokasi, promosi dan produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian rumah. Sedangkan harga memiliki nilai signifikansi sebesar 0,018 ($0,05 < 0,018$). Sehingga variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian rumah. Harga merupakan faktor yang sangat di perhatikan konsumen untuk membeli rumah.

Kata kunci : Lokasi, Harga, Promosi, Produk, Keputusan Pembelian.

**THE INFLUENCE OF LOCATION, PRICE, PROMOTION AND
PRODUCTS ON THE PURCHASE DECISION A HOME AT GRAHA
CITRA KEMBANGAN GRESIK (STUDY CONSUMERS ON GRAHA
CITRA KEMBANGAN GRESIK)**

Name : Muhammad Abidzar Giffary
Student Identity Number : 1011810059
Supervisor : Alfina, S.M., M.M.

ABSTRACT

This study to analyze the location, price, promotion and product affect purchase decision to buy a home. Data collection was carried out in the form of a survey or questionnaire which is included in the quantitative research method. This research was conducted on consumers bought a home in Graha Citra Kembangan. In this study, the population is consumers who buy commercial housing at Graha Citra Kembangan. The population is 72 people, so the sampling technique uses sampling in which the entire population is sampled. This study uses multiple linear regression analysis techniques and uses an application, namely SPSS (Statistical Program for Social Science) for windows. The results of this study are location has a significance value of 0.053 ($0.053 > 0.05$), promotion of 0.063 ($0.063 > 0.05$) and product of 0.156 ($0.156 > 0.05$). Location, promotion and product variables have no significant effect on home buying decisions. While the price has a significance value of 0.018 ($0.05 < 0.018$). So that the price variable has a significant effect on the purchase decision to buy a home. Price is a factor that consumers attention to when buying a home.

Keywords: Location, Price, Promotion, Product, Purchase Decision.