PENGARUH HARGA, LOKASI, PROMOSI DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN RUMAH DI PERUMAHAN PURI ASRI KOTA KEDIRI

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi UNPGRI Kediri

OLEH :

YAYAN BAGUS WIJAYA
NPM :11.1.02.02.0305

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
2015

Skripsi Oleh:

YAYAN BAGUS WIJAYA
NPM : 11.1.02.02.0305

Judul:

PENGARUH HARGA, LOKASI, PROMOSI, DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN RUMAH DI PERUMAHAN PURI ASRI KEDIRI

Telah disetujui untuk diajukan Kepada
Panitia Ujian/Sidang Skripsi Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri

Tanggal: 17 Desember 2015

Dosen Pembimbing I,	Dosen Pembimbing II,
Dr. Subagyo	**Rony Kurniawan, S.E.,M.M.**
NIDN: 0717066601	**NIDN: 0730076804**

Skripsi Oleh:

YAYAN BAGUS WIJAYA
NPM: 11.1.02.02.0305

Judul:

PENGARUH HARGA, LOKASI, PROMOSI, DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN RUMAH DI PERUMAHAN PURI ASRI KEDIRI

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri
Pada Tanggal : 5 Januari 2016

Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji:

1. Ketua : **Dr. Subagyo**
2. Penguji I : **Ema Nurzainul H., S.E.,M.M.**
3. Penguji II : **Rony Kurniawan, S.E.,M.M.**

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. Subagyo
NIDN.0717066601

PENGARUH HARGA, LOKASI, PROMOSI DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN RUMAH DI PERUMAHAN PURI ASRI KOTA KEDIRI

Yayan Bagus Wijaya
11.1.02.02.0305
Fakultas Ekonomi – Prodi Manajemen
yayanbagus82@gmail.com
Dr. Subagyo, M.M. dan Rony Kurniawan, S.E.,M.M
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Pada masa sekarang ini pertumbuhan penduduk di Indonesia mengalami pertumbuhan yang sangat cepat. Dengan meningkatnya penduduk, maka kebutuhan akan semakin beraneka ragam, salah satunya kebutuhan manusia yang mendasar adalah kebutuhan akan tempat tinggal atau rumah. Masalah tempat tinggal masih menjadi polemik, seperti permasalahan yang dihadapi oleh penduduk di perkotaan adalah kurangnya lahan perumahan yang mengakibatkan harga rumah atau tanah sangat tinggi dan sulit didapatkan.

Penelitian ini bertujuan menguji dan menganalisis pengaruh harga, lokasi, promosi dan gaya hidup secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian rumah di Perumahan Puri Asri Kediri.

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang telah membeli rumah di Perumahan Puri Asri Kediri sebanyak 60 orang. Metode pengambilan sampel adalah *proporsional sampling*. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 52 orang / responden. Variabel bebas penelitian ini adalah harga (X_1), lokasi (X_2), promosi (X_3), gaya hidup (X_4) dan keputusan pembelian (Y) sebagai variabel terikat. Uji instrumen dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, dengan mempertimbangkan syarat uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji multikolinieritas, uji autokorelasi dan uji heteroskedastisitas. Pengujian hipotesis yang digunakan adalah uji statistik secara parsial (uji t) dan uji statistik secara simultan (uji F) dengan taraf signifikan $\alpha = 5\%$. Penganalisan data menggunakan program SPSS *for windows* versi 20.

Hasil pengujian secara secara parsial menunjukkan variabel harga, lokasi, promosi dan gaya hidup memberikan pengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian. Sedangkan hasil pengujian simultan menunjukkan semua variabel berpengaruh terhadap keputusan pembelian rumah di Perumahan Puri Asri Kediri.

Saran yang dapat diberikan bagi perusahaan / PT Andhika Wira Karya selaku developer dan kontraktor adalah terus melakukan evaluasi terhadap perusahaannya. Seperti memperhatikan harga, lokasi, dan gaya hidup konsumen dan meningkatkan promosi sehingga akan manarik minat konsumen untuk membeli.

Kata Kunci: Harga, Lokasi, Promosi, Gaya Hidup, dan Keputusan Pembelian.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pada masa sekarang ini pertumbuhan penduduk di Indonesia mengalami pertumbuhan yang sangat cepat. Diperkirakan selama dua puluh tahun mendatang dari 252.164,80 ribu jiwa pada tahun 2014 menjadi 303.996,70 ribu jiwa pada tahun 2034 (www.bps.go.id), demikian pula pertumbuhan ekonomi di Indonesia yang juga meningkat, tercatat tumbuh 5,14% pada tahun 2014.

Namun masalah tempat tinggal masih menjadi polemik. Permasalahan tempat tinggal yang dihadapi oleh penduduk yang tinggal di daerah pedesaan pada umumnya adalah lemahnya kemampuan ekonomi serta kurangnya pendidikan dan pengetahuan tentang bagaimana membangun rumah yang sehat dan layak. Sedangkan permasalahan yang dihadapi oleh penduduk di perkotaan adalah kurangnya lahan perumahan di kota yang mengakibatkan harga rumah atau tanah sangat tinggi dan sulit didapatkan.

Menurut Kotler (2007:223) seseorang dalam melakukan pengambilan keputusan untuk membeli tidak secara langsung dapat dilakukan, namun harus melalui beberapa proses yang disebut dengan *buyer decision process*, yaitu suatu proses yang harus dilakukan oleh seseorang sebelum memutuskan untuk membeli rumah

Namun, tidak semua masyarakat bisa dengan mudah membangun rumah. Diperlukan berbagai hal, sehingga rumah bisa didirikan dan ditempati, Maka tidak mengherankan jika akhir-akhir ini bisnis di bidang perumahan semakin marak, banyak perusahaan muncul dengan memberikan berbagai macam fasilitas dan perkembangan bisnis ini sudah tidak hanya terpusat di kota-kota besar akan tetapi sudah meluas di kota-kota kecil.

PT. Andhika Wira Karya merupakan salah satu pengembang perumahan yang menyediakan rumah dengan berbagai tipe. Pemasaran perumahan pada umumnya memiliki atribut penawaran yang hampir sama. PT Andhika Wira Karya mencoba memberikan penawaran perumahan yang diberi nama Perumahan Puri Asri dimana perumahan ini memiliki keunggulan yaitu lokasi yang strategis, aksesnya mudah, nyaman, bebas polusi, serta kawasan dengan sistem satu pintu akses keluar masuk.

Berdasarkan uraian penjelasan di atas, maka dirasakan perlu untuk membahas lebih lanjut mengenai **"Pengaruh Harga, Lokasi, Promosi, dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Rumah di Perumahan Puri Asri Kediri".**

Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka dapat diidentifikasi sebagai berikut :

a. Kesejahteraan masyarakat yang meningkat menyebabkan kebutuhan masyarakat juga meningkat, salah satunya kebutuhan akan perumahan atau pemukiman.
b. Setiap manusia membutuhkan rumah untuk berlindung akan tetapi tidak semua masyarakat bisa dengan mudah membangun rumah, masih diperlukan berbagai hal sehingga rumah itu bisa didirikan dan ditempati.
c. Perkembangan bisnis perumahan semakin marak sehingga menyebabkan masyarakat menempuh cara yang lebih efektif dan tidak menyita banyak waktu.
d. Adanya pengaruh faktor psikologis yang ada pada diri konsumen seperti gaya hidup terhadap keputusan pembelian.

Batasan Masalah

Dalam penelitian ini, peneliti membatasi ruang lingkup penelitian yaitu sebagai berikut:

a. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen untuk membeli rumah di Perumahan Puri Asri Kediri adalah harga, lokasi, promosi dan gaya hidup.
b. Hal yang menjadi penelitian adalah adalah tentang keputusan pembelian rumah di Perumahan Puri Asri Kediri.
c. Objek yang diteliti adalah konsumen yang telah membeli rumah di Perumahan Puri Asri Kediri.

Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah yang telah diuraikan, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah:

a. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian rumah di Perumahan Puri Asri Kediri?
b. Apakah terdapat pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian rumah di Perumahan Puri Asri Kediri?
c. Apakah terdapat pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian rumah di Perumahan Puri Asri Kediri?
d. Apakah terdapat pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian rumah di Perumahan Puri Asri Kediri?
e. Apakah terdapat pengaruh harga, lokasi, promosi dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian rumah di Perumahan Puri Asri Kediri?

Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian rumah di Perumahan Puri Asri Kediri.

b. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian rumah di Perumahan Puri Asri Kediri.
c. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian rumah di Perumahan Puri Asri Kediri.
d. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian rumah di Perumahan Puri Asri Kediri.
e. Untuk mengetahui pengaruh harga, lokasi, promosi dan gaya hidup secara simultan terhadap keputusan pembelian rumah di Perumahan Puri Asri Kediri.

Manfaat Penelitian

Manfaat-manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

Bagi Perguruan tinggi, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi / pertimbangan bagi penelitian yang akan datang guna mengetahui pentingnya analisa perilaku konsumen.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan yang bersangkutan khususnya perusahaan pengembang PT. Andhika Wira Karya dalam menentukan harga perumahan, lokasi perumahan yang akan dibangun, promosi yang di gunakan, dan memahami perilaku gaya hidup konsumen.

2) Bagi Peneliti

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat memberikan tambahan wawasan dan pengetahuan bagi peneliti. Selain itu diharapkan penelitian ini kelak dapat dijadikan refrensi bagi peneliti lain yang mengambil topik berkaitan dengan harga, lokasi, promosi dan gaya hidup serta keputusan pembelian konsumen.

KAJIAN PUSTAKA

Keputusan Pembelian

Menurut Kotler (2005:202) keputusan pembelian adalah “Karakteristik pembeli dan proses pengambilan keputusannya akan menimbulkan keputusan pembelian”. Sedangkan menurut (Setiadi, 2003:11) “keputusan pembelian seseorang merupakan hasil yang saling berhubungan, saling mempengaruhi antara faktor-faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologi”.

Indikator keputusan pembelian menurut (Kotler, 2005:204) adalah : pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian.

Harga

Menurut Swastha dan Irawan (2008 : 241) harga adalah “jumlah uang (ditambah

beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya". Sedangkan menurut (Kotler dan Amstrong, 2001:466) harga adalah "sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa".

Indikator harga menurut Hermann, *et. al.* (2007:54) adalah keterjangkauan harga, diskon/potongan harga, dan cara pembayaran.

Lokasi

Menurut Swasta dan Irawan (2003:339) "Lokasi adalah letak pada daerah yang strategis sehingga dapat memaksimumkan laba". Sedangkan menurut (Lupiyoadi, 2001 : 61 – 62) mendefinisikan "lokasi adalah tempat di mana perusahaan harus bermarkas melakukan operasi".

Indikator dalam menentukan lokasi menurut Tjiptono (2000:41-42) meliputi akses, visibilitas, tempat parkir, ekspansi, dan lingkungan.

Promosi

Menurut Alma (2011:179) "promosi itu adalah sejenis komunikasi yang memberi penjelasan yang meyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa". Selanjutnya Kotler (2002:41) menyatakan bahwa "promosi adalah berbagai kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan yang menonjolkan keistimewaan-keistimewaan produknya yang membujuk konsumen sasaran agar membelinya".

Indikator harga menurut Lupiyoadi & Hamdani (2006:121) adalah : periklanan, penjualan personal, promosi penjualan, publisitas dan hubungan masyarakat, informasi dari mulut ke mulut, dan pemasaran langsung.

Gaya Hidup

Menurut Enggel, Blackwell dan Miniard dalam Sumarwan (2003:56), "gaya hidup adalah sebagai pola dimana orang hidup dan menggunakan uang dan waktunya" Sedangkan menurut (Solomon dalam Sumarwan, 2003:56) mendefinisikan bahwa "gaya hidup adalah cerminan pola konsumsi yang menggambarkan pilihan seseorang bagaimana ia menggunakan waktu dan uangnya"

Adapun indikator gaya hidup menurut (Kotler, 2005:204) adalah : aktivitas, minat, dan opini.

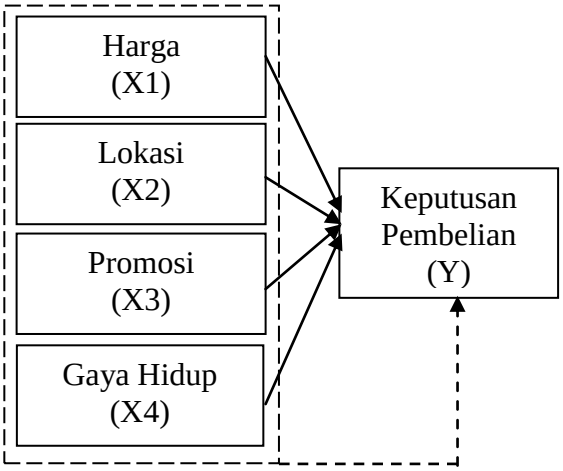
Penelitian Terdahulu

1. Fitriani, Ramayani dan Areva (2013), melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Gaya Hidup dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Ponds Pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Sumatera Barat.
2. Ghanita dan Kamal (2012), melakukan penelitian dengan judul Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian

(studi pada pembeli produk bandeng juwana elrina semarang).

3. Supriyono, Hasiolan, dan Warso (2014), melakukan penelitian dengan judul Analisis Pengaruh Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Rumah Pada Perumahan Bukit Semarang Baru (BSB) City di Semarang.
4. Suzy Widyasari dan Fifilia (2014), melakukan penelitian dengan judul Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah (Studi pada Perumahan Graha Estetika Semarang).

Kerangka Berpikir



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Hipotesis

H_1 **:** Harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian rumah pada Perumahan Puri Asri Kediri.

H_2 : Lokasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian rumah pada Perumahan Puri Asri Kediri.

H_3 : Promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian rumah pada Perumahan Puri Asri Kediri.

H_4 : Gaya hidup parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian rumah pada Perumahan Puri Asri Kediri.

H_5 : Harga, lokasi, promosi, dan gaya hidup secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian rumah pada Perumahan Puri Asri Kediri.

METODE PENELITIAN

Teknik dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian eksplanatori, yaitu penelitian yang bertujuan untuk menguji suatu teori atau hipotesis antar variabel yang telah dirumuskan sebelumnya. Sedangkan Pendekatan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, karena penelitian ini disajikan dengan angka-angka.

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. Andhika Wira Karya dan di lokasi proyek perumahan puri asri yang terletak di Jl. Padang Padi Kaliombo Kota Kediri. Waktu penelitian dilakukan selama 4 bulan

terhitung mulai bulan Juni sampai dengan Oktober 2015.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah konsumen yang telah membeli rumah di Perumahan Puri Asri dari tahun 2012 sampai 2015, yaitu sebanyak 60 unit rumah yang dihuni. Sedangkan sampel yang digunakan sebanyak 52 responden. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan *proporsional sampling*. Menurut Sugiyono (2003:76*) Proporsional sampling* adalah pengambilan sampel yang memperhatikan pertimbangan unsur-unsur atau kategori dalam populasi penelitian.

Instrumen Penelitian dan Teknik Pengambilan Data

Instrumen yang digunakan oleh peneliti sebagai alat pengumpulan data adalah lembar kuesioner. Angket atau kuesioner yang dibagikan merupakan kuesioner tertutup. Responden tinggal memberikan tanda *check list* (√) pada altenatif jawaban yang tersedia, yang diukur dengan menggunakan metode skala likert (*Likert's Summated Ratings*) dengan ketentuan sebagai berikut: Sangat Setuju (SS) skor 5, Setuju (S) skor 4, Ragu-ragu (RG) skor 3, Tidak Setuju (TS) skor 2 dan Sangat Tidak Setuju (STS) skor 1.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan terdiri dari

1. Uji asumsi klasik, terdiri dari uji normalitas, autokorelasi, multikolonieritas, dan heteroskedastisitas. Analisa regresi linier berganda
2. Analisa regresi linier berganda untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsi atau hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih dengan satu variabel terikat. Rumus yang digunakan:

   $$Y = a+b_1 X_1+b_2 X_2+b_3 X_3+b_4 X_4+e$$

   Keterangan :

   Y : keputusan pembelian
   a : konstanta
   bn : koefisien regresi variabel Xn
   ε : *error*
   $X1$: harga
   $X2$: lokasi
   $X3$: promosi
   $X3$: gaya hidup
3. Uji hipotesis
   a. Pengaruh X1, X2, X3, X4 terhadap Y secara Parsial (Uji t)

      Uji t-test dimaksudkan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat, dengan tingkat signifikasi yang ditetapkan adalah 5%.
   b. Pengaruh X1, X2, X3, X4 terhadap Y secara Simultan (Uji F)

      Uji F dimaksudkan untuk mengetahui apakah variabel-variabel bebas secara bersama-

sama mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat.

4. Koefisien determinasi

Koefisien determinasi dipergunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Koefisien determinasi secara simultan diperoleh dari besarnya *R*2 atau *adjusted R square*.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Adapun jumlah responden yang telah ditetapkan sebanyak 52 responden penghuni perumahan puri asri kediri, dengan teknik *Proporsional Sampling*. Karakteristik responden yang menjadi subjek dalam penelitian ini terdiri dari jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, tingkat pendapatan.

Uji Instrumen

1. Uji Validitas

nilai dari hasil uji r hitung > r tabel, dan berdasrkan nilai sig. 0,000 < 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan dalam kuisioner adalah valid.

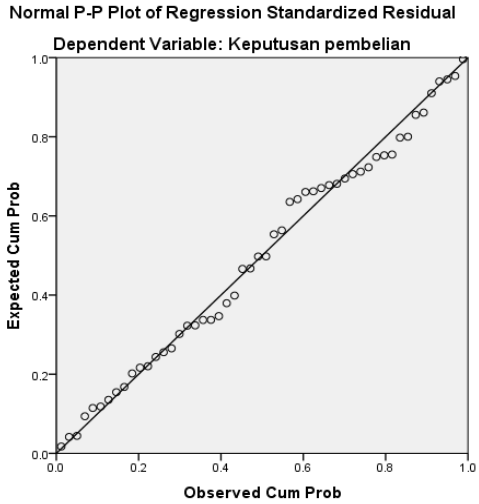
2. Uji Reliabilitas

nilai *alpha cronbach* untuk harga adalah 0.824, lokasi 0.773, promosi 0.791, gaya hidup 0.883, dan keputusan pembelian 0.810, terbukti lebih besar daripada alpha kritis yaitu 0.6. Hal ini berarti bahwa pernyataan untuk seluruh item pernyataan adalah baik bagi variabel harga, lokasi, promosi, gaya hidup serta keputusan pembelian.

Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas



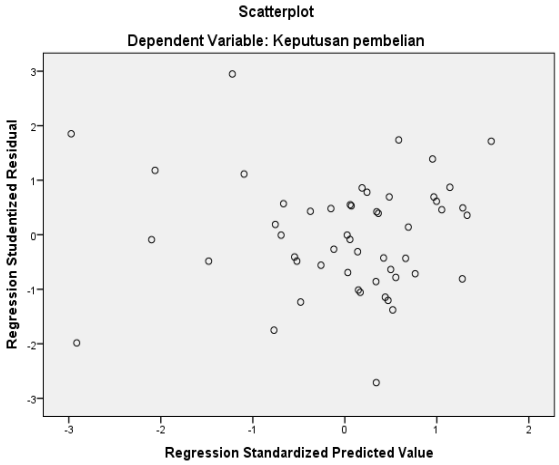
Variabel	Nilai VIF	Keterangan
Harga (X_l)	2.950	Bebas Multikolinieritas
Lokasi (X_2)	1.881	Bebas Multikolinieritas
Promosi (X_3)	2.459	Bebas Multikolinieritas
Gaya hidup (X_3)	3.290	Bebas Multikolinieritas

b. Uji Multikolinearitas

c. Uji Autokorelasi

Model	Durbin Watson
1	1.782

d. Uji heteroskedastisitas



2. Analisis Regresi Linear Berganda

Berdasarkan hasil analisis data dari tabel 4.13 diatas, maka dapat dibuat persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$Y = \beta_0+\beta_1 .X_1+\beta_2 .X_2+\beta_3 .X_3+\beta_4.X_4+e$

= 1,236 + 0,296 X1 + 0,204 X2 + 0,475 X3+ 0,258 X4

3. Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.940[a]	.884	.874	1.577

4. Uji Hipotesis

a. Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.236	1.693		.730	.469
Harga	.296	.104	.243	2.850	.006
Lokasi	.204	.069	.201	2.944	.005
Promosi	.475	.094	.392	5.035	.000
Gaya hidup	.258	.099	.236	2.616	.012

b. Uji F

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	889.633	4	222.408	89.431	.000[b]
Residual	116.886	47	2.487		
Total	1006.519	51			

a. Dependent Variable: Keputusanpembelian

b. Predictors: (Constant), Gaya hidup, Lokasi, Promosi, Harga

KESIMPULAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Ada pengaruh positif dan signifikan antara harga terhadap keputusan rumah pada Perumahan Puri Asri Kota Kediri.
2. Ada pengaruh positif dan signifikan antara lokasi terhadap keputusan pembelian rumah pada Perumahan Puri Asri Kota Kediri.
3. Ada pengaruh positif dan signifikan antara promosi terhadap keputusan pembelian rumah pada Perumahan Puri Asri Kota Kediri.
4. Ada pengaruh positif dan signifikan antara gaya hidup terhadap keputusan pembelian rumah pada Perumahan Puri Asri Kota Kediri.

5. Ada pengaruh positif dan signifikan antara harga, lokasi, promosi, gaya hidup terhadap keputusan pembelian rumah pada Perumahan Puri Asri Kota Kediri.

Saran

Adapun saran yang dapat peneliti berikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan

   Diharapkan dengan adanya penelitian ini, PT. Andhika Wira Karya selaku developer dan kontraktor terus melakukan evaluasi terhadap perusahaannya. Menetapkan harga jual yang disesuaikan dengan kualitas produk dan lebih banyak memberikan diskon, pemilihan lokasi yang strategis yang bisa di akses dengan armada transportasi umum dengan mudah, mengetahui perubahan gaya hidup yang ada di masyarakat sehingga dapat menawarkan produk sesuai dengan kehidupan di masyarakat, serta meningkatkan promosi sehingga akan manarik minat konsumen untuk membeli.

2. Bagi peneliti selanjutnya.

   Hasil penelitian ini dapat dijadikan jembatan untuk melakukan penelitian lanjutan khususnya dibidang kajian yang sama. Untuk penelitian selanjutnya, sebaiknya memperluas variabel penelitian sehingga dapat menghasilkan penelitian yang lebih akurat. Hal ini diusulkan karena telah terbukti bahwa variabel harga, lokasi, promosi dan gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 87,4% yang artinya masih ada 12,6% dipengaruhi oleh faktor lain.

DAFTAR PUSTAKA

Arikunto, Suharsini. 2006. *Prosedur Penelitian : Suatu pendekatan Praktik*. Jakarta: Asdi mahasatya.

Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu pendekatan praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta

Basu, Swastha dan Irawan, 2003. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Liberty

Basu Swastha dan Irawan, (2005), *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty, Yogyakarta

Buchari Alma. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Penerbit Alfabeta.

Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, Penerbit Andi Yogyakarta, 2000.

Fandy, Tjiptono. 2001. *Manajemen Jasa. Edisi Kedua*. Yogyakarta : Andi Offset

Ghozali, Imam, 2005, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Spss*, semarang: Universitas Diponegoro

Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19(edisi kelima)* Semarang: Universitas Diponegoro

J. Setiadi, Nugroho, SE., MM., 2003, ”*Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*”. Jakarta: Kencana.

Kasali, Rhenaldi. 2001. *Membidik Pasar Indonesia: Segmentation, Targeting and Positioning,* Jakarta: Gramedia Pustaka Umum.

Kotler, Philip, 2000. *Marketing Management*.Millenium Edition. New Jersey : Prentice Hall International .Inc

Kotler Philip dan Amstrong, 2001, *Prinsip-Prinsip Manajemen*, Jilid 1 Edisi Kedelapan, Alih Bahasa Oleh Damos Sihombing, MBA, Jakarta : Penerbit Erlangga.

Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol***,** terj : Hendra Teguh dan Ronny Antonius Rusly, Edisi 9, Jilid 1 dan 2, PT Prenhalindo, Jakarta.

Kotler, Philip. 2003. *Manajemen Pemasaran*. edisi kesebelas, Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia.

Kotler, philip, 2005, *Manajemen Pemasaran*, jilid 1 & 2, Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia

Kotler, Philip. 2007. *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan, Pengendalian, Prentice Hall, Edisi Bahasa Indonesia*, Jakarta: Salemba Empat

Lupiyoadi, Hamdani. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa :Teori dan Praktek, Edisi Pertama*, Jakarta : Penerbit Salemba Empat.

Lupiyoadi, Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa, Edisi Kedua.* Jakarta :Penerbit Salemba Empat.

Lupiyoadi, Rambat. 2013: *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.

Malhotra. (2005). *Riset Penelitian*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

Priyatno, Duwi. 2012. *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*. Edisi Kesatu.Yogyakarta: ANDI

Riduwan, 2005. *Skala Pengukuran Variabel – Variabel Penelitian*, Bandung: Alfabeta

Sudarsono, D. S dan Kurniawati, Dyah, 2013, *Elemen Ekuitas Merek Dalam Keputusan Pembelian Laptop*. Vol. 1 No. 1

Sugiyono. 2002. *Metode Penelitian Administrasi.* Bandung : Alfabeta.

Sugiono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitaif Kualitatif dan R&D.* Bandung : Alfabeta

Sugiyono. 2013. *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta

Surowiyono, dan Tutu T.W. (2007). *Dasar Perencanaan Rumah Tinggal*. Jakarta : Sinar Harapan

Ujang Sumarwan. 2003. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran (Consumer Behaviour: Theory and Application in Marketing).*

Wijaya, Tony. (2009). *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS*. Yogyakarta: Universitas Atmajaya