

ARTIKEL

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, IKLAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PERUMAHAN GREENLAND GAJAH MADA KWADUNGAN KABUPATEN KEDIRI



Oleh:

GABI WINDIAWATI
NPM : 12.1.02.02.0052

Dibimbing oleh :

- 1. Gesty Ernestivita, M.M.**
- 2. Restin Meilina, M.M.**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI (FE)
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
TAHUN 2019**



SURAT PERNYATAAN ARTIKEL SKRIPSI TAHUN 2019


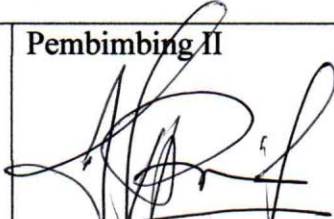

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Gabi Windiawati
NPM : 12.1.02.02.0052
Telepon/HP : 083865146843
Alamat Surel (Email) : windiawatigabi04@gmail.com
Judul Artikel : Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Iklan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Greenland Gajah Mada Kwadungan Kabupaten Kediri
Fakultas – Program Studi : Fakultas Ekonomi - Manajemen
Nama Perguruan Tinggi : Universitas Nusantara PGRI Kediri
Alamat Perguruan Tinggi : Jl. KH. Ahmad Dahlan No. 76 Mojovento Kota Kediri Jawa Timur 64112

Dengan ini menyatakan bahwa :

- Artikel yang saya tulis merupakan karya saya pribadi (bersama tim penulis) dan bebas plagiarisme;
- Artikel telah diteliti dan disetujui untuk diterbitkan oleh Dosen Pembimbing I dan II.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian data dengan pernyataan ini dan atau ada tuntutan dari pihak lain, saya bersedia bertanggungjawab dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Mengetahui		Kediri, 12 Februari 2019
Pembimbing I  <u>Gesty Ernestivita, M.M.</u> NIDN. 0720059101	Pembimbing II  <u>Restin Meilina, M.M.</u> NIDN. 0713076803	Penulis,  <u>Gabi Windiawati</u> NPM. 12.1.02.02.0052

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, IKLAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PERUMAHAN GREENLAND GAJAH MADA KWADUNGAN KABUPATEN KEDIRI

GABI WINDIAWATI

12.1.02.02.0052

Fakultas Ekonomi - Manajemen

windiawatigabi04@gmail.com

Nama Dosen Pembimbing Gesty Ernestivita, M.M. dan Restin Meilina, M.M.

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Latar belakang penelitian ini karena bisnis properti khususnya perumahan di Jawa Timur memiliki peluang yang semakin meningkat. Tetapi area perumahan yang tidak berkembang dan tidak ada perluasan lahan akan membuat nilai properti cenderung turun. Greenland Gajah Mada Kediri perluasan lahan dalam pembangunan tahap kedua. Sehingga perlu dilakukan analisis mengenai apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian perumahan. Sehingga peneliti bertujuan menganalisa pengaruh kualitas produk, harga, iklan dan lokasi terhadap keputusan pembelian perumahan Greenland Gajah Mada Keadungan Kabupaten Kediri.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang menggunakan data primer dari angket yang diberikan kepada responden. Untuk populasi penelitian ini adalah penghuni perumahan Greenland Gajah Mada tahap 1 sebanyak 100 penghuni. Sedangkan, pengambilan sampel dilakukan dengan perhitungan taraf kesalahan metode yang dikemukakan Isaac dan Michael yakni, sampel sebanyak 80 penghuni. Untuk analisis data dilakukan dengan teknik analisis regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil deskripsi data dan analisis hipotesis regresi linier, maka diketahui bahwa secara parsial: 1) Kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian perumahan Greenland Gajah Mada Kwadungan Kabupaten Kediri; 2) Harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian perumahan Greenland Gajah Mada Kwadungan Kabupaten Kediri; 3) Iklan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian perumahan Greenland Gajah Mada Kwadungan Kabupaten Kediri; 4) Lokasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian perumahan Greenland Gajah Mada Kwadungan Kabupaten Kediri; dan 5) Ada pengaruh secara simultan kualitas produk, harga, iklan, dan lokasi terhadap keputusan pembelian perumahan Greenland Gajah Mada Kwadungan Kabupaten Kediri.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa agar perusahaan dapat meningkatkan kualitas produk bangunan supaya konsumen lebih puas lagi, memberikan harga yang lebih ringan dan sesuai dengan tipe rumah serta keunggulannya makinditingkatkan, memberikan informasi yang lebih akurat antara iklan dengan kenyataan dari perumahan Greenland Gajah Mada, memperluas area untuk membuka usaha di lokasi perumahan Greenland Gajah Mada dan memberikan kemudahan dalam pembelian yang menggunakan metode KPR.

KATA KUNCI : Kualitas Produk, Harga, Iklan, Lokasi, Keputusan Pembelian

I. LATAR BELAKANG

Latar belakang penelitian ini karena bisnis properti khususnya perumahan di Jawa Timur memiliki peluang yang semakin meningkat. Tetapi area perumahan yang tidak berkembang dan tidak ada perluasan lahan akan membuat nilai properti cenderung turun. Greenland Gajah Mada Kediri perluasan lahan dalam pembangunan tahap kedua. Sehingga perlu dilakukan analisis mengenai apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian perumahan. Sehingga peneliti bertujuan menganalisa pengaruh kualitas produk, harga, iklan dan lokasi terhadap keputusan pembelian perumahan Greenland Gajah Mada Keadungan Kabupaten Kediri.

II. METODE

A. Teknik dan Pendekatan

Penelitian

1. Teknik Penelitian

Teknik penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis hubungan kausalitas.

2. Pendekatan penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif.

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2015:117) “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.

Berdasarkan pengertian populasi di atas, maka yang dijadikan populasi dalam penelitian ini adalah para penghuni perumahan Greenland Gajah Mada Kwadungan Kabupaten Kediri pada pembangunan yang pertama yang berjumlah 100 rumah.

2. Sampel

Rumus untuk menghitung ukuran sampel menurut Isaac dan Michael dalam Sugiyono (2015:126) adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} &= \frac{\lambda^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{d^2(N-1) + \lambda^2 \cdot P \cdot Q} \\ s &= \frac{3,842 \times 100 \times 0,5 \times 0,5}{(0,05)^2(100-1) + 3,842 \times 0,5 \times 0,5} \\ s &= \frac{96,05}{96,05} \\ s &= \frac{0,2475 + 0,9605}{96,05} \\ s &= \frac{1,208}{1,208} = 79,52 \end{aligned}$$

Adapun yang dijadikan sampel dalam penelitian adalah warga perumahan Greenland Gajah Mada yang bersedia untuk diberikan kuesioner yakni, 80 orang (pembulatan dari 79,52).

C. Teknik Analisis Data

Analisis Regresi Linier Berganda

Pengertian analisis regresi linier berganda menurut Sugiyono (2015:277), adalah sebagai berikut: “Analisis yang digunakan peneliti, bila bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya)”.

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Analisis ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yang meliputi kualitas produk (X1), harga (X2), iklan (X3) dan lokasi (X4) terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian (Y) Greenland Gajah Mada Kwadungan dengan menggunakan

rumus :

$$Y = a + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \beta_4X_4 + e$$

Dimana :

Y = Variabel terikat (Keputusan pembelian)

a = Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$ = Koefisien regresi dari variabel independen

X1 = kualitas produk

X2 = harga

X3 = iklan

X4 = lokasi

e = Error

Analisis ini dilakukan dengan bantuan program SPSS V.25 dengan menggunakan tingkat kepercayaan 95% dan tingkat toleransi kesalahan (alpha) $5\% = 0.05$.

III. HASIL DAN KESIMPULAN

1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Greenland Gajah Mada Kwadungan Kabupaten Kediri

H1 : Kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian perumahan Greenland Gajah Mada Kwadungan Kabupaten Kediri.

Berdasarkan penelitian di atas

hasil uji *t-test* untuk variabel kualitas produk senilai $t_{hitung} = -2.594 < t_{tabel} = -1.66543$ dan nilai *Sig.* $0.011 < 0.05$ yang berarti bahwa kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian perumahan Greenland Gajah Mada Kwadungan Kabupaten Kediri.

2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Greenland Gajah Mada Kwadungan Kabupaten Kediri

H2 : Harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian perumahan Greenland Gajah Mada Kwadungan Kabupaten Kediri.

Berdasarkan penelitian di atas hasil uji *t-test* untuk variabel harga senilai $t_{hitung} = 4.037 > t_{tabel} = 1.66543$ dan nilai *Sig.* $0.000 < 0.05$ yang berarti bahwa harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian perumahan Greenland Gajah Mada Kwadungan Kabupaten Kediri. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori Tjiptono (2016: 218) bawa harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang mendatangkan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan.

Pemasukan atau pendapatan disini adalah konsumen yang melakukan pembelian. Penelitian

3. Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Greenland Gajah Mada Kwadungan Kabupaten Kediri

H3 : Iklan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian perumahan Greenland Gajah Mada Kwadungan Kabupaten Kediri.

Berdasarkan penelitian di atas hasil uji *t-test* untuk variabel iklan senilai $t_{hitung} = 2.046 < t_{tabel} = 1.66543$ dan nilai *Sig.* $0.044 < 0.05$ yang berarti bahwa iklan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian perumahan Greenland Gajah Mada Kwadungan Kabupaten Kediri.

4. Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Greenland Gajah Mada Kwadungan Kabupaten Kediri

H4 : Lokasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian perumahan Greenland Gajah Mada Kwadungan Kabupaten Kediri.

Berdasarkan penelitian di atas uji *t-test* untuk variabel lokasi senilai

$t_{hitung} = 3.954 < t_{tabel} = 1.66543$ dan nilai *Sig.* $0.000 < 0.05$ yang berarti lokasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian perumahan Greenland Gajah Mada Kwadungan Kabupaten Kediri. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori Kotler dan Amstrong (2014:76) bahwa *“place include company activities that make the product available to target consumers”*.

5. Pengaruh Secara Simultan Kualitas Produk, Harga, Iklan, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Greenland Gajah Mada Kwadungan Kabupaten Kediri

H5 : Kualitas produk, harga, iklan, dan lokasi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian perumahan Greenland Gajah Mada Kwadungan Kabupaten Kediri.

Berdasarkan hasil uji simultan menunjukkan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$, maka H_0 ditolak dan terdapat pengaruh secara simultan kualitas produk, harga, iklan, dan lokasi terhadap keputusan pembelian perumahan Greenland Gajah Mada Kwadungan Kabupaten Kediri.

IV. PENUTUP

Berdasarkan analisis data dan pembahasan serta dari hipotesis yang telah disusun dan telah diuji menggunakan regresi linier berganda, maka dapat disimpulkan pengaruh variabel-variabel independen (kualitas produk, harga, iklan dan lokasi) terhadap keputusan pembelian perumahan Greenland Gajah Mada Kwadungan Kabupaten Kediri sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama, Kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian perumahan Greenland Gajah Mada Kwadungan Kabupaten Kediri.
2. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis kedua, Harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian perumahan Greenland Gajah Mada Kwadungan Kabupaten Kediri.
3. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis ketiga, Iklan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian perumahan Greenland Gajah Mada Kwadungan Kabupaten Kediri.
4. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis keempat, lokasi secara

parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian perumahan Greenland Gajah Mada Kwadungan Kabupaten Kediri.

5. Berdasarkan hasil uji secara simultan menunjukkan bahwa kualitas produk, harga, iklan, dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian perumahan Greenland Gajah Mada Kwadungan Kabupaten Kediri.

V. DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2003. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV Alfabeta.
- _____. 2006. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Edisi Revisi. Cetakan kelima. Bandung: CV Alfabeta.
- _____. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Edisi Revisi. Cetakan ketujuh. Bandung: CV Alfabeta.
- Baum, Feigen. 2012. *Kendali Mutu Terpadu* (alih bahasa). Jakarta: Erlangga
- Fure, Hendra. 2013. Lokasi, Keberagaman Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca. *Jurnal EMBA Vol 1 No. 3*. Universitas Sam Ratulangi Manado.
- Gerson, Richard. F. 2004. *Mengukur Kepuasan Pelanggan*, Jakarta: PPM.
- Gerung, dkk. 2017. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan X-Trail Pada PT. Wahana Wirawan Manado*. ISSN 2303-1174. Universitas Sam Ratulangi Manado.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Handayani, Aprilia. dkk. 2014. *Pelatihan SPSS*. Kediri: Universitas Nusantara PGRI Kediri.
- Kotler dan Armstrong, G. 2011. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Edisi 11. Jakarta: Indeks,
- _____. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi. 13. Jilid 1 Jakarta: Erlangga.
- _____. 2014. *Prinsip-prinsip Pemasaran..* Jilid 1 Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P, dan Keller, 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Terjemahan. Jakarta: Penerbit Indeks,
- Kotler, Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran, Edisi 11 jilid 1 dan 2 Pemasaran*, Jakarta: PT. Indeks, Jakarta.
- _____. 2016. *Manajemen Pemasaran, Edisi 15 jilid 1 dan 2 Pemasaran*, Jakarta: PT. Indeks, Jakarta.
- Situmorang, L. Irwanti. 2017. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Iklan Terhadap Citra Merek Dan Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Merek Pond's Pada Remaja Di Kota Pekanbaru*. *JOM Fekon, Vol. 4 No. 1 (Februari) 2017*. Universitas Pekanbaru.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Edisi 8. Bandung: Alfabeta,
- Syaleh, Hariman. 2017. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Tempat*

- Pendistribusian Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Pada CV. Tjahaja Baru Bukittinggi. Journal of Economic, Business and Accounting (COSTING) Volume 1 No 1, Desember e-ISSN : 2597-5234. STIE Haji Agus Salim Bukittinggi.*
- Tjiptono, Fandy dan Diana, Anastasia. 2003. *Total Quality Management*. Yogyakarta : Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2010. *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*, Yogyakarta : Andi
- Tjiptono. 2012. *Kualitas Jasa: Pengukuran, Keterbatasan dan Implikasi Manajerial*. Yogyakarta : Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan, Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran. Edisi 11*. Yogyakarta : ANDI.
- Tjiptono. 2016. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia.
- Walukow, Dkk. 2014. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan pembelian Konsumen Di Bentenan Center Sonder Minahasa*. Jurnal EMBA Vol.2 No.3 September 2014, Hal. 1737-1749. Universitas Sam Ratulangi Manado.