

Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Subsidi

Aan Rahman

Universitas Bina Sarana Informatika

aan.rahman@bsi.ac.id

ABSTRACT

The number of housing, both subsidized by the government and commercial, is an alternative choice for people today. The choice of housing is based on the community's ability to buy it in addition to the desired location and public facilities provided by the developer. This study aims to determine whether house prices and location affect the decision to purchase a house at Griya Alam Nusantara which is located on Jl. Kp. Rawajeler, Bojong Kelapa Nunggal Village, Kab. Bogor, West Java. The data used is primary data by distributing questionnaires to the owners of subsidized houses in the Griya Alam Nusantara housing estate. The population used is 200 with a sample of 67 respondents using the slovin method. Sampling technique with random sampling technique. The results of the questionnaire were processed by descriptive analysis of Validity Test, Reliability Test, Normality Test, Multiples Regression Analysis (Multiple), F Test and Regression Equation Test. The results of multiples (multiple) regression analysis are known to have Sig. (2-tailed) between the price variable (X1) and the purchasing decision variable (Y) is $0.032 < 0.05$, which means that there is a significant correlation between the price variable (X1) and the purchasing decision variable (Y). Value of Sig. (2-tailed) between the Location variable (X2) and the Purchasing Decision variable (Y) is $0.053 > 0.05$, which means that there is no significant correlation between the Location Variable (X2) and the Purchasing Decision variable (Y). All conclusions are obtained from the regression equation test where there is an effect of Price (X1) on the Purchase Decision variable (Y) and there is no influence of the Location variable (X2) on the Purchasing Decision variable (Y) so that the first hypothesis is accepted and the second hypothesis is rejected.

Keywords: location, price, purchase decision, subsidized housing

ABSTRAK

Banyaknya perumahan baik yang bersubsidi pemerintah maupun yang komersil menjadi alternatif pilihan bagi masyarakat dimasa sekarang ini. Pilihan perumahan didasarkan pada kemampuan masyarakat untuk membelinya selain lokasi yang sesuai keinginan dan fasilitas umum yang disiapkan oleh developer. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah harga rumah dan lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian rumah pada Griya Alam Nusantara yang berlokasi Jl. Kp. Rawajeler, Desa Bojong Kelapa Nunggal, Kab. Bogor, Jawa Barat. Data yang digunakan adalah data primer dengan menyebar kuisisioner terhadap pemilik rumah subsidi di perumahan Griya Alam Nusantara. Populasi yang digunakan sebanyak 200 dengan sampel berjumlah 67 responden menggunakan metode slovin. Teknik pengambilan sampel dengan teknik *random sampling*. Hasil kuesioner tersebut diolah dengan analisis deskriptif Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Normallitas, Analisis Regresi Multiples (Berganda), Uji F dan Uji Persamaan Regresi. Hasil analisis regresi multiples (berganda) diketahui nilai Sig. (2-tailed) antara variabel Harga (X1) terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y) adalah sebesar $0,032 < 0,05$ yang berarti terdapat korelasi yang signifikan antara variabel Harga (X1) dengan variabel Keputusan Pembelian (Y). Nilai Sig. (2-tailed) antara variabel Lokasi (X2) terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y) adalah sebesar $0,053 > 0,05$ yang berarti tidak terdapat korelasi yang signifikan antara Variabel Lokasi (X2) dengan variabel Keputusan Pembelian (Y). Kesimpulan seluruhnya didapat dari uji persamaan regresi dimana ada pengaruh Harga (X1) terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y) dan tidak ada pengaruh

variabel Lokasi (X2) terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y) sehingga hipotesis satu diterima dan hipotesis dua ditolak.

Kata Kunci : harga, lokasi, keputusan pembelian, rumah subsidi

Naskah diterima: 10-09-2022, direvisi: 19-09-2022, diterbitkan: 29-09-2022

PENDAHULUAN

Dimasa sekarang perumahan yang bersubsidi merupakan primadona bagi masyarakat disebabkan harga rumah yang non subsidi semakin tinggi. Salah satu perumahan yang menyediakan rumah bersubsidi adalah perumahan Griya Alam Nusantara yang berlokasi Jl. Kp. Rawajeler, Desa Bojong Kelapa Nunggal, Kab. Bogor, Jawa Barat. Saat dilakukannya penelitian ini semua rumah yang subsidi sudah terjual habis dan sudah banyak rumah yang dihuni oleh pemiliknya.

Rumah bukan lagi sekedar tempat berteduh, tetapi juga harus memenuhi kebutuhan dan keinginan pemiliknya. Lokasi strategis, bangunan asri dan kokoh, lingkungan nyaman. Dengan kata lain, mencari tempat berteduh saja tidak cukup, harus menjadi tempat tinggal yang layak. Bahkan saat ini, orang tidak hanya melihat faktor harga ketika membeli rumah, mereka mulai mempertimbangkan faktor lain seperti lokasi sebagai pertimbangan yang cukup mendasar ketika konsumen membeli rumah

Melemahnya situasi ekonomi masyarakat akibat dampak dari pandemi Covid-19 saat ini juga berdampak pada konsumen khususnya masalah harga dalam keputusan membeli rumah. Selain harga rumah, lokasi juga sangat penting dalam pembelian rumah. Lokasi yang dekat dengan fasilitas umum seperti rumah sakit, sekolah merupakan idaman dari calon pembeli selain fasilitas listrik dan air.

Setiap perusahaan selalu berusaha untuk mempertahankan pelanggannya agar bisa mengikuti persaingan antar perusahaan yang makin ketat. Pelanggan diharapkan tetap melakukan pembelian. Untuk memenuhi harapan tersebut yaitu meningkatkan keputusan pembelian konsumen dalam menentukan pilihan, perusahaan mengintegrasikan dengan menggunakan strategi pemasaran. (Susilowati & Utari, 2022)

Hal yang diperhatikan pada pemilihan rumah adalah faktor prioritas secara berurutan yaitu kenyamanan lingkungan perumahan, kemudahan dalam aksesibilitas, ketersediaan sarana & prasarana penunjang perumahan, kondisi lingkungan fisik & sosial, kebijakan & hukum pendirian perumahan, dan harga kawasan perumahan. (Anindita et al., 2021)

Harga *property* sebagai dampak dari Covid-19 tidak mengalami dampak yang signifikan karena harga dari *property* itu sendiri tetap sama. Tetapi daya beli dari masyarakat menyebabkan tersendatnya penyaluran KPR dengan menurunnya pendapatan sejumlah calon debitur sehingga sulit mendapatkan akses pembiayaan dari perbankan. (Dewi, Syahrina N. Halawa, Meiman Hendra Nifanngelyau, 2021). Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan penelitian tersebut adalah untuk mengetahui pengaruh harga dan lokasi dalam pembelian rumah berdasarkan hasil kuesioner.

KAJIAN LITERATUR

Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian konsumen merupakan keputusan pembelian konsumen akhir perorangan dan rumah tangga yang membeli barang dan jasa untuk konsumsi pribadi, Kotler dan Keller dalam (Setyani & Gunadi, 2020), sedangkan menurut (Waani et al., 2022) keputusan pembelian konsumen adalah pemilihan satu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif.

Pengambilan keputusan sebagai konsumen suatu pemecahan masalah diasumsikan bahwa konsumen memiliki sasaran yang ingin dicapai. Seseorang konsumen menganggap sesuatu ialah “masalah” karena konsekuensi yang diinginkannya sebelum dapat tercapai. Konsumen membuat keputusan perilaku mana yang ingin dilakukannya untuk mencapai sasaran mereka, dan dengan demikian “memecahkan masalahnya”. (Firmansyah, 2018)

Berikut indikator dari variabel keputusan Pembelian menurut (Arrafat, 2018):

1. Produk bagus.
2. Pilihan tersedia.
3. Kemudahan persyaratan kepemilikan rumah.
4. Diskon yang diberikan.
5. Menyediakan berbagai macam metode pembayaran yang mudah.

Harga

Harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa, Kotler dan Armstrong dalam (Murty & Khasanah, 2015). Dalam keputusan pembelian suatu produk, peran harga sangatlah penting. Karena itu, perusahaan harus mampu menciptakan strategi penentuan harga yang tidak hanya memberi keuntungan bagi

perusahaan, namun juga memuaskan pelanggannya. (Aprileny & Andriani, 2018)

Berikut kisi-kisi dari variabel harga menurut (Arrafat, 2018):

1. Harga sesuai dengan kinerja.
2. Harga memenuhi harapan.
3. Semua pelanggan diperlakukan sama.
4. Harga jelas dan dapat dimengerti.
5. Informasi harga dapat dimengerti dan dipahami.

Lokasi

Komponen dan parameter lokasi perumahan yang baik ada empat menurut (Anindita et al., 2021), yaitu:

1. Lokasi mudah untuk dijangkau dari lokasi lainya melalui sistem transportasi.
2. Memenuhi kebutuhan rumah yang layak dan terjangkau pada lingkungan yang sehat, aman, harmonis, dan berkelanjutan.
3. Sarana dan prasarana penunjang perumahan tersedia.
4. Lokasi perumahan mempunyai izin dalam mendirikan bangunan.
5. Lingkungan permukiman harus menunjang terjadinya kontak social.

Hipotesis

Berdasarkan pemaparan pokok permasalahan di atas maka penulis dapat mengajukan hipotesis yaitu :

1. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian rumah subsidi pada Perumahan Griya Alam Nusantara.
2. Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian rumah subsidi pada Perumahan Griya Alam Nusantara.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di perumahan Griya Alam Nusantara yang

berlokasi Jl. Kp. Rawajeler, Desa Bojong Kelapa Nunggal, Kab. Bogor, Jawa Barat. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Data yang digunakan adalah data primer dengan menyebar kuisisioner terhadap pemilik rumah subsidi di perumahan Griya Alam Nusantara. Sample yang digunakan sebanyak 67 responden. Teknik Analisis data menggunakan analisis deskriptif Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Normalitas, Analisis Regresi Multiples (Berganda), Uji F dan Uji Persamaan Regresi. dengan alat analisis SPSS Versi 21.

Untuk pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *NonProbability Sampling* dan jenis yang digunakan adalah *Convenience Sampling*. (Sugiyono, 2016) Karakteristik dari *Convenience Sampling*:

1. Sampel diambil berdasarkan ketersediaan elemen dan kemudahan untuk mendapatkannya.
2. Sampel terpilih karena ada di tempat dan waktu yang tepat.
3. Pelaksananya paling murah dan cepat namun keterangan dalannya diragukan karena peneliti memiliki kebebasan untuk memilih siapa saja yang mereka temui.
4. Sering kali digunakan pada tahap awal penelitian eksploratif untuk memberi petunjuk awal tentang suatu kondisi yang menarik perhatian.

Penelitian ini menggunakan instrumen survei yang dirancang dengan pertanyaan tertutup. Apabila menggunakan pertanyaan tertutup, responden dapat dengan mudah menjawab survei, melakukan analisis statistik cepat terhadap data survei, dan dengan mudah mengulangi pernyataan yang sama. Kuesioner dibangun pada skala interval atau Likert. (Lubis, 2014)

Populasi diambil berdasarkan pembeli rumah bersubsidi di perumahan Griya Alam Nusantara dengan jumlah populasi sebesar 200. Dengan jumlah populasi 200 digunakan metode pengambilan sampel slovin untuk mendapatkan jumlah respondennya. Metode pengambilan sampel slovin yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2} \dots\dots\dots(1)$$

Keterangan :
 n = Ukuran sampel
 N = Ukuran Populasi
 e = Persen kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel sebesar 10%

$$n = \frac{200}{1 + 200(0.1)^2} \dots\dots\dots(2)$$

$$n = \frac{200}{1 + 200(0.01)} \dots\dots\dots(3)$$

$$n = \frac{200}{1 + 2,00} \dots\dots\dots(4)$$

$$n = \frac{200}{3,00} \dots\dots\dots(5)$$

$$n = 66,66 \dots\dots\dots(6)$$

$$n = 67 \dots\dots\dots(7)$$

Dari perhitungan sampel diatas didapat hasil pengukuran sampel sebesar 66,66 dan dibulatkan menjadi 67 dari 200 populasi pembeli rumah bersubsidi di perumahan Griya Alam Nusantara.

PEMBAHASAN
Hasil Analisis Data

Objek penelitian ini adalah berfokus pada keputusan pembelian rumah subsidi di perumahan Griya Alam Nusantara Bogor dengan menyebarkan kuesioner terhadap pembeli. Setelah data kuesioner terkumpul, dilakukan analisis demografis responden,

kemudian dilakukan Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Normalitas, Uji Linieritas, Uji Multikolinearitas, Uji Heterokedasitas, Analisa Regresi Multiples (Berganda), Uji F dan Uji Persamaan Regresi. Semua pengujian pada penelitian ini dilakukan dengan perhitungan menggunakan SPSS 21.

1. Deskripsi Responden

a. Responden berdasarkan jenis kelamin

Berdasarkan jenis kelamin responden dikategorikan menjadi 2 (dua) yaitu Laki-laki dan Perempuan. Data deskriptif jenis kelamin responden dapat dijelaskan pada tabel berikut:

Tabel 1. Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1.	Laki-laki	34 responden	51%
2.	Perempuan	33 responden	49%
	Total	67 responden	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data (2022)

Berdasarkan tabel 1 di atas dapat dilihat dari jenis kelamin responden yang dominan pembeli rumah subsidi di perumahan Griya Alam Nusantara Bogor adalah responden laki-laki sebanyak 51% responden sedangkan responden perempuan yaitu sebanyak 49% dari total responden.

b. Responden berdasarkan usia

Berdasarkan usia responden responden dikategorikan menjadi 3 (tiga) yaitu 21 sampai 30 tahun, 31 sampai 40 tahun dan 41 sampai 50 tahun dan. Data deskriptif usia responden dapat dijelaskan pada tabel berikut:

Tabel 2. Usia Responden

No	Usia Responden	Jumlah	Persentase
1.	21 sampai 30 tahun	24 responden	36%
2.	31 sampai 40 tahun	32 responden	48%
3.	41 sampai 50 tahun	11 responden	16%
	Total	67 responden	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data (2022)

Berdasarkan tabel 2 di atas dapat dilihat dari usia responden yang dominan pembeli rumah subsidi di perumahan Griya Alam Nusantara Bogor adalah responden

dengan usia 31 sampai 40 tahun sebanyak 32% dari total responden sedangkan responden 21 sampai 30 tahun sebanyak 36% dari total responden dan yang berusia 41 sampai 50 tahun sebanyak 16% dari total responden.

c. Responden berdasarkan pendidikan

Pendidikan terakhir responden dikategorikan dalam 4 (empat) kategori yaitu SD/SMP/SMA, Akademi/Diploma, Sarjana (S1) dan Magister (S2/S3). Data deskriptif pendidikan terakhir dari responden dapat dijelaskan pada tabel berikut:

Tabel 3. Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase
1.	SD/SMP/SMA	19 responden	28%
2.	Akademi/Diploma	9 responden	13%
3.	Sarjana (S1)	37 responden	55%
4.	Magister (S2/S3)	2 responden	3%
	Total	67 responden	100 %

Sumber : Hasil Pengolahan Data (2022)

Tabel 3 di atas menjelaskan pendidikan terakhir dari responden dimana yang SD/SMP/SMA sebanyak 19% dari total responden, Akademi/Diploma sebanyak 9% dari total responden kemudian yang Sarjana (S1) sebanyak 37% dari semua responden dan responden yang Magister (S2/S3) sebanyak 2%.

d. Responden berdasarkan pekerjaan

Pekerjaan responden dikategorikan dalam 4 (empat) kategori yaitu Wiraswasta, Karyawan Swasta, ASN dan lainnya. Data deskriptif pekerjaan dari responden dapat dijelaskan pada tabel berikut:

Tabel 4. Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1.	Wiraswasta	16 responden	24%
2.	Karyawan Swasta	34 responden	51%
3.	ASN	9 responden	13%
4.	Lainnya	8 responden	12%
	Total	67 responden	100 %

Sumber : Hasil Pengolahan Data (2022)

Tabel 4 di atas menjelaskan pekerjaan dari responden dimana yang wiraswasta sebanyak 24% dari total responden, karyawan swasta sebanyak 51%

dari total responden kemudian yang ASN sebanyak 13% dari semua responden dan responden yang Magister (S2/S3) sebanyak 12%.

2. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan antara rhitung dengan rtabel. Sedangkan nilai dari rhitung dapat dilihat dalam *Corrected Item Total Correlation* pada output program SPSS. Kemudian untuk pengambilan keputusan jika rhitung > rtabel maka butir atau variabel yang diteliti adalah valid. Hasil uji validitas selengkapnya adalah sebagai berikut:

a. Variabel Harga (X1)

Hasil uji validitas pada variabel Harga (X1) adalah sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil Uji Validitas dari Variabel Harga (X1)

Variabel	r Hitung	r Tabel	Keputusan
X1.1	0,590	0,244	Valid
X1.2	0,652	0,244	Valid
X1.3	0,693	0,244	Valid
X1.4	0,773	0,244	Valid
X1.5	0,688	0,244	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data (2022)

Berdasarkan tabel 5 diatas tentang variabel harga (X1) maka butir pertanyaan 1,2,3,4 dan 5 adalah valid karena dilihat dari rhitung > rtabel.

b. Variabel Lokasi (X1)

Hasil uji validitas pada variabel Lokasi (X2) adalah sebagai berikut:

Tabel 6. Hasil Uji Validitas dari Variabel Lokasi (X2)

Variabel	r Hitung	r Tabel	Keputusan
X2.1	0,662	0,244	Valid
X2.2	0,761	0,244	Valid
X2.3	0,888	0,244	Valid
X2.4	0,766	0,244	Valid
X2.5	0,741	0,244	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data (2022)

Berdasarkan tabel 6 diatas tentang variabel lokasi (X2) maka butir pertanyaan 1,2,3 dan 4 adalah valid karena dilihat dari rhitung > rtabel.

c. Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Hasil uji validitas pada variabel Keputusan Pembelian (Y) adalah sebagai berikut:

Tabel 7. Hasil Uji Validitas dari Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Variabel	r Hitung	r Tabel	Keputusan
Y.1	0,737	0,244	Valid
Y.2	0,602	0,244	Valid
Y.3	0,677	0,244	Valid
Y.4	0,420	0,244	Valid
Y.5	0,797	0,244	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data (2022)

Berdasarkan tabel 7 diatas tentang variabel Keputusan Pembelian (Y) maka butir pertanyaan 1,2,3,4 dan 5 adalah valid karena dilihat dari rhitung > rtabel.

3. Uji Reliabilitas

Setelah melakukan uji validitas dari tiap-tiap variabel seperti variabel lokasi perumahan, harga perumahan, promosi dan keputusan pengambilan, maka selanjutnya dapat dilakukan pengujian reliabilitas. Hasil analisis reliabilitas dapat dilihat pada output program SPSS dan ditunjukkan dengan besarnya nilai alpha (α). Pengambilan keputusan reliabilitas jawaban atas suatu variabel ditentukan dengan asumsi apabila nilai alfa cronbach > 0,60 maka butir pernyataan atas variabel yang diteliti adalah reliabel.

Tabel 8. Hasil Uji Reliabilitas Alpha Cronbach sebesar 0.60

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	r Tabel	Keterangan
Harga (X1)	0,685	0,60	Reliable
Lokasi (X2)	0,822	0,60	Reliable
Keputusan Pembelian (Y)	0,644	0,60	Reliable

Sumber : Hasil Pengolahan Data (2022)

Dari tabel 8 di atas menunjukkan bahwa butir variabel-variabel pertanyaan Harga (X1), Lokasi (X2) dan Keputusan Pembelian (Y) adalah reliabel karena mempunyai nilai alpha Cronbach > 0.60, sehingga dapat digunakan untuk mengolah data selanjutnya.

4. Uji Normalitas

Pengujian kolmogorov-smirnov ini untuk mengetahui apakah variabel pengujian terdistribusi normal atau tidak normal. Metode yang dapat dilakukan dalam uji normalitas antara lain analisis statistik. Pengujian secara statistik dapat dilakukan dengan uji normalitas kolmogorov-smirnov dengan program SPSS 21, jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka data tersebut berdistribusi normal. Sebaliknya jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka data tersebut tidak terdistribusi.

Tabel 9. Hasil Uji Normalitas Variabel Harga (X1) terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		67
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.48139569
Most Extreme Differences	Absolute	.088
	Positive	.088
	Negative	-.071
Kolmogorov-Smirnov Z		.720

5. Uji Linieritas

Uji Linieritas dilakukan dengan hasil:

Tabel 11. Hasil Uji Linieritas Hubungan Variabel Harga (X1) dengan variabel Keputusan Pembelian (Y).

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Pembelian * Harga	Between Groups	(Combined)	81.331	6	13.555	2.290	.047
		Linearity	30.034	1	30.034	5.075	.028
		Deviation from Linearity	51.297	5	10.259	1.734	.141
Keputusan Pembelian * Lokasi	Within Groups		355.086	60	5.918		
		Total	436.418	66			

Sumber : Hasil Pengolahan Data (2022)

Berdasarkan table 11 diperoleh nilai *Deviation from Linearity* Sig. adalah 0,141 lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan linear secara signifikan antara variabel Harga (X1) dengan variabel Keputusan Pembelian

Tabel 12. Hasil Uji Linieritas Hubungan Variabel Lokasi (X2) dengan variabel Keputusan Pembelian (Y).

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Pembelian * Lokasi	Between Groups	(Combined)	40.566	8	5.071	.743	.653
		Linearity	24.588	1	24.588	3.603	.063
		Deviation from Linearity	15.978	7	2.283	.334	.935

Asymp. Sig. (2-tailed) .677

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Hasil Pengolahan Data (2022)

Dari tabel 9 di atas, dapat dilihat bahwa distribusi data dalam penelitian ini berdistribusi normal disebabkan 0,677 > dari 0,05.

Tabel 10. Hasil Uji Normalitas Variabel Lokasi (X2) terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		67
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.49796749
Most Extreme Differences	Absolute	.098
	Positive	.052
	Negative	-.098
Kolmogorov-Smirnov Z		.805
Asymp. Sig. (2-tailed)		.536

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Hasil Pengolahan Data (2022)

Dari tabel 10 di atas, dapat dilihat bahwa distribusi data dalam penelitian ini berdistribusi normal disebabkan 0,536 > dari 0,05.

(Y). Nilai F hitung adalah 1,734 < F tabel 2,37. Karena F hitung lebih kecil dari nilai F table maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan linear secara signifikan antara variabel Harga (X1) dengan variabel Keputusan Pembelian (Y).

Within Groups	395.852	58	6.825
Total	436.418	66	

Sumber : Hasil Pengolahan Data (2022)

Berdasarkan table 12 diperoleh nilai *Deviation from Linearity Sig.* adalah 0,935 lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan linear secara signifikan antara variabel Lokasi (X1) dengan variabel Keputusan Pembelian

(Y). Nilai F hitung adalah $0,334 < F$ tabel 2,17. Karena F hitung lebih kecil dari nilai F table maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan linear secara signifikan antara variabel Harga (X2) dengan variabel Keputusan Pembelian (Y).

6. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas dilakukan dengan hasil:

Tabel 13. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients ^a						Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF	
	B	Std. Error	Beta					
(Constant)	31.614	3.838		8.237	.000			
1	Harga	-.265	.147	-.220	-1.806	.076	.948	1.055
	Lokasi	-.185	.120	-.187	-1.540	.129	.948	1.055

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Hasil Pengolahan Data (2022)

Dasar pengambilan keputusan uji multikolinearitas dapat dilakukan dengan cara melihat nilai *tolerance* dan VIF. Berdasarkan table 13 diatas diketahui nilai *tolerance* untuk varibel harga (X1) dan Lokasi (X2) adalah sebesar $0,948 < 0,10$. Sementara nilai VIF untuk ariable (X1) dan Lokasi (X2) adalah sebesar $1.055 < 10.00$. maka mengacu pada dasar pengambilan keputusan dalam uji multikolinearitas dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas dalam model regresi.

7. Uji Heterokedasitas

Dasar pengmbian keputusan dalam uji heteroskedastisitas dengan menggunakan uji glejser adalah:

- Jika nilai signifikansi (Sig.) lebih besar dari 0,05 maka kesimpulannya adalah tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.
- Jika nilai signifikansi (Sig.) lebih kecil dari 0,05 maka kesimpulannya adalah terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

Tabel 14. Hasil Uji Heterokedasitas

Model	Coefficients ^a			t	Sig.	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	-1.748	2.056		-.850	.398	
1	Harga	.094	.078	.149	1.194	.237
	Lokasi	.071	.065	.138	1.101	.275

a. Dependent Variable: Abs_RES

Sumber : Hasil Pengolahan Data (2022)

Dari hasil tabel 14 diatas variabel Abs_RES berperan sebagai variabel dependen dimana diketahui nilai signifikansi (Sig.) untuk variabel Harga (X1) adalah 0,237. Sementara nilai signifikansi (Sig.) untuk variable Lokasi (X2) adalah 0,275. Karena nilai signifikansi kedua variabel diatas lebih besar dari 0,05

maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji glejser, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

8. Analisis Korelasi Bivariate Pearson

Analisis korelasi Pearson (Correlate Bivariate) digunakan untuk mengetahui hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lain secara linier. Data yang digunakan berskala interval atau rasio. Nilai

korelasi (r) adalah 0 sampai 1, semakin mendekati 1 hubungan yang terjadi semakin kuat. Sebaliknya, nilai semakin mendekati 0 maka hubungan yang terjadi semakin lemah. (Nugroho et al., 2014).

Tabel 15. Analisis Korelasi Bivariate Pearson

		Correlations		
		Harga Rumah	Lokasi Rumah	Keputusan Pembelian Rumah
Harga Rumah	Pearson Correlation	1	.228	-.262*
	Sig. (2-tailed)		.064	.032
	N	67	67	67
Lokasi Rumah	Pearson Correlation	.228	1	-.237
	Sig. (2-tailed)	.064		.053
	N	67	67	67
Keputusan Pembelian Rumah	Pearson Correlation	-.262*	-.237	1
	Sig. (2-tailed)	.032	.053	
	N	67	67	67

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Sumber : Hasil Pengolahan Data (2022)

Dari tabel 15 diatas diketahui nilai Sig. (2-tailed) antara variabel Harga (X1) terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y) adalah sebesar 0,032 < 0,05 yang berarti terdapat korelasi yang signifikan antara variabel Harga (X1) dengan variabel Keputusan Pembelian (Y). Nilai Sig. (2-

tailed) antara variabel Lokasi (X2) terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y) adalah sebesar 0,053 > 0,05 yang berarti tidak terdapat korelasi yang signifikan antara Variabel Lokasi (X2) dengan variabel Keputusan Pembelian (Y).

9. Uji F

Uji F digunakan untuk menguji apakah ada pengaruh variabel Harga (X1) dan variabel Lokasi (X2) secara simultan terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y)

Tabel 16. Anova

ANOVA ^a						
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
1 Regression	44.552	2	22.276	3.638	.032 ^b	
Residual	391.865	64	6.123			
Total	436.418	66				

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian Rumah

b. Predictors: (Constant), Lokasi Rumah, Harga Rumah

Sumber : Hasil Pengolahan Data (2022)

Berdasarkan table 16 diatas diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,032 dan signifikan pada 0,05 maka ada pengaruh variabel Harga (X1) dan variabel Lokasi (X2) secara simultan terhadap variabel

Keputusan Pembelian (Y). Tetapi dilihat dari angkanya yang kecil menunjukkan pengaruhnya kecil juga, yaitu sebesar 0,032.

10. Uji Persamaan Regresi

Tabel 17. Uji Persamaan Regresi

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	31.614	3.838		8.237	.000
1 Harga Rumah	-.265	.147	-.220	-1.806	.076
Lokasi Rumah	-.185	.120	-.187	-1.540	.129

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian Rumah

Sumber : Hasil Pengolahan Data (2022)

Tabel 16 diatas menjelaskan persamaan regresi ada tidaknya pengaruh variabel Harga (X1) dan lokasi secara parsial terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y).

Berdasarkan tabel 16 diatas nilai Sig. variabel Harga (X1) adalah sebesar 0,076. Karena nilai sig 0,076 > dari probabilitas 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh variabel Harga (X1) terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y). Demikian juga dengan nilai sig variabel Lokasi (X2) adalah sebesar 0,129 > dari probabilitas 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh variabel Lokasi (X2) terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y).

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Dari hasil penelitian diatas (analisis korelasi pearson) terdapat hasil yang tidak ada korelasi antara variabel lokasi dengan variabel keputusan pembelian, ini terjadi karena lokasi perumahan sudah tidak mejadi permasalahan bagi konsumen karena saat pertama kali ingin melihat rumah yang akan dibeli sebelumnya konsumen sudah mengetahui lokasi rumah tersebut.

Dari hasil uji F menjelaskan ada pengeruh variabel Harga (X1) dan variabel Lokasi (X2) secara simultan terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y) dengan hasil yang kecil yaitu 0,032 ini disebabkan dimasa sekarang lokasi dan harga rumah sudah tidak jadi permasalahan karena sebelum melakukan pembelian konsumen sudah memeriksa harga yang ditawarkan begitu juga dengan lokasi perumahan.

Dari uji persamaan regresi dimana ada pengaruh Harga (X1) terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y) dan tidak ada pengaruh variabel Lokasi (X2) terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y) sehingga hipotesis satu diterima dan hipotesis dua ditolak.

REFERENSI

- Anindita, N., Astuti, W., & Hardiana, A. (2021). Pemilihan Lokasi Perumahan Bagian Barat Urban Fringe Kota Surakarta. *Desa-Kota*, 3(1), 61. <https://doi.org/10.20961/desa-kota.v3i1.31490.61-76>
- Aprileny, I., & Andriani, R. (2018). Pengaruh Harga, Diferensiasi Produk, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian di Giant Ekstra Ujung Menteng Bekasi. *Jurnal STEI Ekonomi*, 27(1), 38–56. <https://doi.org/10.36406/jemi.v27i1.152>
- Arrafat, Y. (2018). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Toko Batik Sri Mulyadi di Solo*. http://eprints.ums.ac.id/64068/12/NASKAH_PUBLIKASI-15.pdf
- Dewi, Syahrina N. Halawa, Meiman Hendra Nifanngelyau, L. K. (2021). Dampak Covid-19 Terhadap Bisnis Property. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JPE)*, 1(1), 20–25.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan PEmasaran)* (Issue December). Deepublish.
- Lubis, B. O. (2014). Peranan Pengetahuan Desain Komunikasi Visual Dalam Pengajaran Matakuliah Interaksi Manusia Dan Komputer. *Seminar Nasional Aplikasi Sains & Teknologi (SNAST)*, A-413-A-420. <https://tridarmabagindaoloanlubis.files>

- .wordpress.com/2018/03/proseding-seminar-nasional-aplikasi-sains-dan-teknologi-snast-2014.pdf
- Murty, D., & Khasanah, I. (2015). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Merek Pelangi Kemasan 600ml Di Semarang. *Diponegoro Journal of Management*, 4(2), 1–11.
- Nugroho, S. B., Nugroho, D., & Kustanto. (2014). Korelasi Antara Prestasi Akademik Dengan Tingkat Kemampuan TIK Pada Sekolah Dasar Negeri 3 Malangjiwan. *Jurnal TIKomSiN*, Vol.2(No.2), Hal.10-14.
- Setyani, T. P. H., & Gunadi, W. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mobil All New Rio Kia Motors Indonesia (Pada PT. Radita Autoprima). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Unsurya*, 1(1), 92–102.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Susilowati, I. H., & Utari, S. C. (2022). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Apotik MAMA Kota Depok. *Jurnal Ecodemica Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 6(1), 134–140. <https://doi.org/10.31294/eco.v6i1.12806>
- Waani, N. C., Maryam, M., & Uhing, Y. (2022). Perbedaan Sikap Konsumen dalam Keputusan Pembelian Niu Green Tea dan Teh Botol Sosro (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNSRAT). *Emba*, 10(1), 1004–1013.