

# Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah

Oleh:

Nama Mahasiswa : Moch.Zaenal Ependi - 192010200106

Nama Dosen Pembimbing : Mas Oetarjoe SE., MM.

Progam Studi Manajemen

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Juli, 2023



# Pendahuluan

Perkembangan era society 5.0 menyebabkan pertumbuhan penduduk yang sangat pesat sehingga mengakibatkan meningkatnya kebutuhan masyarakat salah satunya kebutuhan produk properti dan rumah. Ketersediaan kebutuhan masyarakat pada produk ini menjadi sangat berguna karena sangat penting untuk tempat tinggal, sedangkan lokasi yang digunakan untuk bangunan pada umumnya mulai terbatas.

Bumi Papan Selaras merupakan perumahan yang menyediakan tempat tinggal yang nyaman dan aman. Perumahan bumi papan selaras merupakan proyek dari PT. Bangun Papan Selaras sebagai pengembang *Real Estate* yang mempunyai rumah dengan berbagai macam tipe mulai dari tipe 52 sampai tipe 128 dan bangunan 1 lantai sampai 2 lantai. Perumahan Bumi Papan Selaras berada di Jl. Raya Tanggul, Kec Wonoayu, Kabupaten Sidoarjo.

Oleh karena itu, Perumahan Bumi Papan Selaras memfokuskan pentingnya tentang kualitas produk, harga, dan lokasi untuk menarik konsumen dalam membeli rumah dan sehingga menjadi perumahan yang unggul

# Pendahuluan

## Kualitas Produk

**Kualitas produk adalah keseluruhan dari sifat dan kualitas suatu jasa atau produk yang bergantung pada kapasitas untuk memenuhi kebutuhan tesurat atau tersira.**

## Harga

**Harga menjadi bagian paling kuat dari kualitas produk. harga ialah berapa banyak uang yang digunakan untuk memperdagangkan berbagai produk dan jenis jenis jasa, sehingga harga dapat dihubungkan dengan barang yang berbeda dan pada akhirnya jasa akan setara sebagai sesuatu yakni produk.**

## Lokasi

**Lokasi adalah tempat mempromosikan dan aktivitas pemasaran yang tujuannya untuk mempermudah penyampaian dan menyalurkan produk dari produsen ke konsumen tanpa henti.**

## Keputusan Pembelian

**Keputusan pembelian merupakan cara konsumen memilih keputusan dimana produk yang akan dipilih, serta tentang apa yang harus dibeli, terlepas dari apakah akan membeli, kapan harus membeli, dimana harus membeli, dan bagaimana memilih pembayarannya.**

# Pendahuluan

## Kualitas Produk

Indikator yang didapat untuk variabel kualitas produk dalam jurnal penelitian yang dilakukan oleh Dr. Rufaida Setyawati, M.Si, Suhartono, S.E., M.Si., dan Pungki Nindia Asmoro. S.M. (2022) yaitu :

1. *Performance* (Kinerja)
2. *Durabilty* (Daya Tahan)
3. *Conformance to specification* (Kesesuaian dengan Spesifik)
4. *Features* (Fitur)
5. *Reliability* (Reliabilitas)

## Harga

Indikator yang didapat untuk variabel harga dalam jurnal penelitian Andre Maulana, Rozikin, dan Agus Widarko, M. Khoirul ABS (2021) yaitu :

1. Keterjangkauan harga
2. Kesesuaian harga dengan pasar
3. Daya saing harga
4. Nilai Investasi

## Lokasi

Indikator yang didapat untuk variabel lokasi dalam jurnal penelitian yang dilakukan oleh Vania Senggetang, Silvy L. Mandey, dan Silcyljeova Moniharapon (2019) yaitu :

1. Akses
2. Visibilitas
3. Tempat Parkir
4. Area Bermain

## Keputusan Pembelian

Indikator yang didapat variabel keputusan pembelian dalam jurnal penelitian oleh Fandi Agub Harnady, dan Budi Wahono Siti Asiyah (2021) yaitu :

1. Identifikasi produk
2. Mengidentifikasi informasi produk
3. Melakukan pembelian produk
4. Kepastian pembelian

# RESEARCH GAP

Terdapatnya kesenjangan peristiwa hasil penelitian terdahulu (evidence gap), yakni adanya perbandingan hasil riset yang tidak konsisten (didukung ataupun tidak didukung). Perihal tersebut membuat kesimpangsiuran hasil riset yang belum jelas.

1. Penelitian oleh La Ode Sugianto , Titin Eka Ardiana , dan Diana Pramudya Wardhani (2022) tentang pengaruh Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian mempunyai hasil yang simultan dan signifikan. Namun berbeda dengan penelitian Marc Sengkey, Silvy L. Mandey , dan Agus Supandi Soegoto (2021) menunjukkan kalau kualitas produk mendapatkan pengaruh yang simultan dan tidak signifikan
2. Penelitian oleh Dwi Junita Anggila dan Subandrio (2022) memberikan hasil secara parsial dan simultan dengan variabel harga terhadap keputusan pembelian menunjukkan hasil signifikan. Namun pada penelitian Maryam Batubara, Purnama Ramadani Silalahi, Sri Aderafika Sani, Rima Rizki Syahputri, dan , Vega Liana (2022) memberikan hasil secara parsial dan simultan dengan variabel harga terhadap keputusan pembelian menunjukkan hasil yang tidak signifikan .

# Lanjutan

3. Penelitian oleh M. D. L. Annisaa, A. Suharto, dan Nursaidah (2022) tentang Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian menunjukkan hasil yang signifikan. Sedangkan pada penelitian Maggie Hardikoesoemo dan Dhyah Harjanti (2021) tentang Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian menunjukkan kalau lokasi hasil yang tidak signifikan.

Maka dari itu penelitian ini dilakukan untuk mengkaji ulang apakah kualitas produk, harga dan lokasi dapat mempengaruhi keputusan pembelian dalam upaya mengenali pengaruhnya terhadap keputusan Pembelian rumah di Bumi Papan Selaras

# Pertanyaan Penelitian (Rumusan Masalah)

## **Rumusan Masalah**

: Memutuskan pengaruh kualitas produk, harga, dan lokasi terhadap keputusan pembelian rumah pada perumahan Bumi Papan Selaras

## **Pertanyaan Penelitian**

: Apakah Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada masyarakat di perumahan Bumi Papan Selaras Kabupaten Sidoarjo.

## **Kategori SDGs**

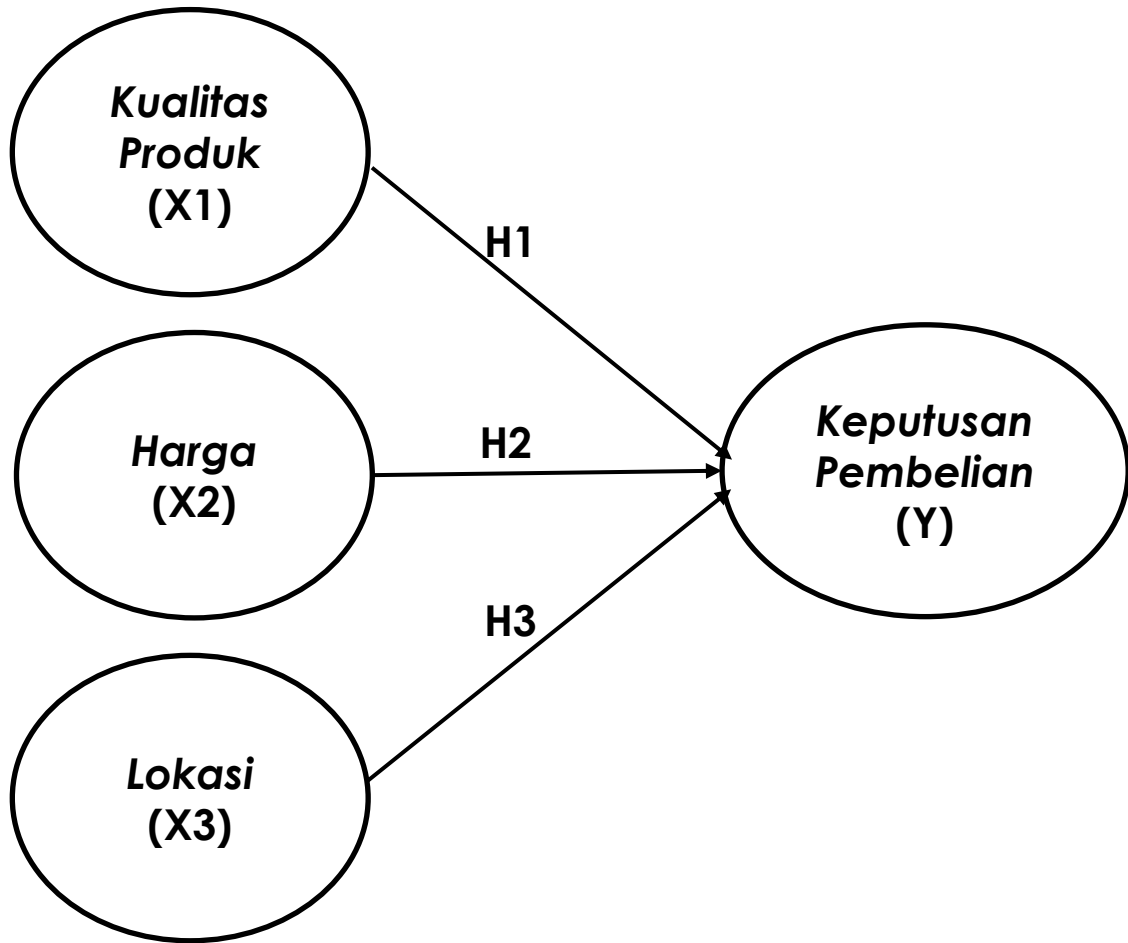
: Sesuai dengan kategori SDGs 11 dengan tujuan menjadikan kota dan pemukiman inklusif, berketahanan, aman, dan berkelanjutan”.

# Metode

- **Jenis Penelitian.** Jenis penelitian Kuantitatif dengan metode survei.
- **Populasi.** Masyarakat yang tinggal di perumahan Bumi Papan Selaras.
- **Teknik Sampling.** Probability sampling dengan random sampling.
- **Penentuan Jumlah Sampel.** Penentuan dalam jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus *Slovin*. yang ditoler 5% diperoleh 96 responden.
- **Teknik Analisis Data.** Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik (uji multikolinearitas, uji normalitas, dan uji heteroskedastisitas), Analisis Regresi Linier Berganda dan Uji Hipotesis (uji t dan koefisien determinasi).



# Kerangka Konseptual



## RUMUSAN HIPOTESIS :

- H1 :** Kualitas Produk (X1) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada perumahan Bumi Papan Selaras.
- H2 :** Harga (X2) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada perumahan Bumi Papan Selaras.
- H3 :** Lokasi (X3) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada perumahan Bumi Papan Selaras.

# Hasil

## Karakteristik Responden

**96**  
Total Responden

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
Perempuan	37,5	37,5%
Laki-Laki	62,5	62,5%

Usia	Frekuensi	Presentase
20 – 30 Tahun	28,1	28,1%
31 – 40 Tahun	37,5	37,5%
41 - 50 Tahun	26	26%
51 – 60> Tahun	8,3	8,3%

# Hasil

Hasil Uji Validitas



Seluruh item bahwa ( $r_{hitung} > r_{tabel}$ ) nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  (0,168) dengan demikian dapat diketahui bahwa seluruh item pernyataan pada variabel Kualitas Produk (X1), Harga (X2), Lokasi (X3), dan Keputusan Pembelian (Y) dinyatakan valid.

Variabel	Item	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	X1.1	0,709	0,168	Valid
	X1.2	0,737	0,168	Valid
	X1.3	0,671	0,168	Valid
	X1.4	0,779	0,168	Valid
	X1.5	0,760	0,168	Valid
Harga (X2)	X2.1	0,614	0,168	Valid
	X2.2	0,776	0,168	Valid
	X2.3	0,879	0,168	Valid
	X2.4	0,889	0,168	Valid
Lokasi (X3)	X3.1	0,850	0,168	Valid
	X3.2	0,839	0,168	Valid
	X3.3	0,768	0,168	Valid
	X3.4	0,718	0,168	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	Y1	0,836	0,168	Valid
	Y2	0,796	0,168	Valid
	Y3	0,769	0,168	Valid
	Y4	0,639	0,168	Valid

# Hasil

## Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	0,782	Reliabel
Harga (X2)	0,802	Reliabel
Lokasi (X3)	0,763	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,727	Reliabel

Semua variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60. Dengan demikian variabel *Kualitas Produk (X1)*, *Harga (X2)*, *Lokasi (X3)*, dan *Keputusan Pembelian (Y)* dinyatakan reliabel.

Nilai signifikansi sebesar 0,200 lebih besar dari *level of significant 5%* ( $0,200 > 0,05$ ), sehingga dapat dinyatakan bahwa data berdistribusi normal.

## Hasil Uji Normalitas

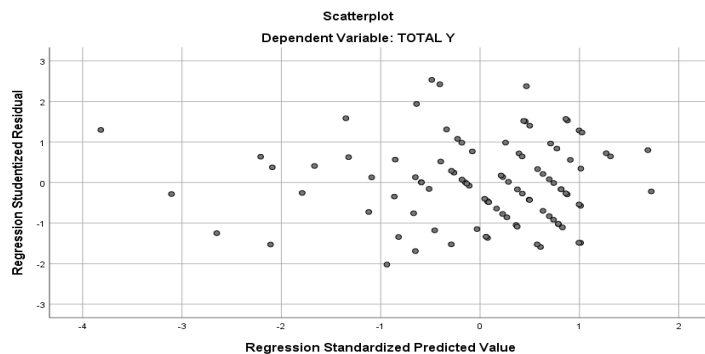
	Unstandardized Residual
N	96
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,140

# Hasil

## Hasil Uji Multikolinearitas

Semua variabel bebas memiliki nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) kurang dari 10 dan nilai *Tolerance* lebih besar dari 0,10, sehingga dapat dinyatakan tidak terjadi gejala multikolinearitas.

Variabel	Nilai Tolerance	VIF	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	0,544	1,837	Tidak terjadi multikolinearitas
Harga (X2)	0,350	2,854	Tidak terjadi multikolinearitas
Lokasi (X3)	0,309	3,239	Tidak terjadi multikolinearitas



Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa titik-titik menyebar secara acak baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y dan tidak membentuk suatu pola sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi dalam penelitian ini.

# Hasil

## Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3.276	.721		4.542	.000
Kualitas Produk	.180	.050	.242	3.621	.000
Harga	.165	.066	.208	2.494	.014
Lokasi	.440	.075	.521	5.858	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

## Persamaan Regresi :

$$\gamma = 3,276 + 0,180X_1 + 0,165X_2 + 0,440X_3 + \varepsilon$$

## Keterangan :

$\gamma$	= Keputusan Pembelian	$X_2$	= Harga
$\alpha$	= Konstanta	$X_3$	= Lokasi
$X_1$	= Kualitas Produk	$\varepsilon$	= Error Term

# Hasil

## Hasil Uji t (Parsial)

Model	Coefficients <sup>a</sup>			t	Sig.
	Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients		
(Constant)	3.276	.721		4.542	.000
Kualitas Produk	.180	.050	.242	3.621	.000
Harga	.165	.066	.208	2.494	.014
Lokasi	.440	.075	.521	5.858	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Nilai signifikansi pengaruh Kualitas Produk (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) adalah  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung} 3,621 >$  nilai  $t_{tabel} 1,661$ . Nilai signifikansi pengaruh Harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) adalah  $0,014 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung} 2,494 >$  nilai  $t_{tabel} 1,661$ . Nilai signifikansi pengaruh Lokasi (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) adalah  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung} 5,858 >$  nilai  $t_{tabel} 1,661$ .

## Hasil Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Nilai koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) sebesar 0,775 atau 75,5%.

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.881 <sup>a</sup>	.775	.768	1.197

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Harga, Lokasi

# Pembahasan

## Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil analisis membuktikan bahwa Kualitas Produk mempengaruhi signifikan Keputusan Pembelian pada orang yang membeli rumah di perumahan Bumi Papan Selaras. Hal ini dapat ditandai dengan jika ketika orang membeli rumah di Perumahan Bumi Papan Selaras memiliki tempat yang aman dan nyaman, terdapat banyak fasilitas – faslitas yang di tersedia. Kualitas produk juga sangat penting, khususnya memiliki daya tahan terhadap cuaca dalam waktu jangka waktu yang lama, *design* perumahan yang terbaru dan mengikuti design gaya eropa, serta terdapat garansi perbaikan rumah yang rusak.

## Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil analisis yang membuktikan bahwa Harga mempengaruhi Keputusan Pembelian. Hal ini ditandai dengan jawaban dari responden yang menjawab rata rata setuju dengan pernyataan harga perumahan Bumi Papan Selaras relatif terjangkau dengan harga perumahan lainnya yang berarti harga perumahan di perumahan Bumi Papan Selaras tidak sama dengan perumahan lainnya. Harga yang ditawarkan oleh perumahan Bumi Papan Selaras tergolong relatif lebih murah dibanding perumahan lainnya hal ini yang membuat konsumen tertarik untuk membeli rumah di perumahan bumi papan selaras serta membuat konsumen bisa untuk melakukan investasi rumah.

## Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil analisis yang membuktikan bahwa Lokasi mempengaruhi Keputusan Pembelian. Hal ini ditandai dengan lokasi perumahan Bumi Papan Selaras memiliki akses jalan yang dekat sarana dan prasana disekitarnya serta lokasi yang terlihat strategis dan dapat dilihat dari jalan raya membuat konsumen tertarik untuk membeli rumah di perumahan Bumi Papan Selaras dan memiliki tempat parkir rumah yang luas agar dapat mobil atau sepeda bisa tertata dengan rapi. Area bermain Bersama keluarga atau tempat hiburan keluarga juga bisa membuat orang yang tinggal semakin nyaman dan senang.



# Kesimpulan

01

Variabel Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian rumah di Perumahan Bumi Papan Selaras

02

Variabel Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian rumah di Perumahan Bumi Papan Selaras

03

Variabel Lokasi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Perumahan Bumi Papan Selaras

# Referensi

- [1] Y. Putri and I. K. Martana, "Prosedur Pembiayaan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Griya pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Mayestik Jakarta," *J. Adm. Bisnis*, vol. 1, no. 1, pp. 63–68, 2021, [Online]. Available: <http://jurnal.bsi.ac.id/index.php/jab/article/view/382/203>
- [2] R. Sugianto and S. O. Ginting, "Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Lokasi, Fasilitas dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah pada Perumahan Medan Resort City," *J. Wira Ekon. Mikroskil*, vol. 10, no. 1, pp. 1–12, 2020, doi: 10.55601/jwem.v10i1.666.
- [3] J. Heruwanto, R. Kusumanadya, . R., and E. N. Kurniawan, "Analisis Lokasi, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Di Perumahan Cinere Parkview," *J. Manaj. Kewirausahaan*, vol. 17, no. 2, p. 169, 2020, doi: 10.33370/jmk.v17i2.453.
- [4] A. Irwansyah Siregar, "Model Keputusan Pembelian Rumah Subsidi Dari Perspektif Fasilitas, Citra Perusahaan Dan Harga (Survey Pada Perumahan Panorama Sakuran Asri Kota Jambi)," *J. Ekon. Manaj. Sist. Inf.*, vol. 3, no. 2, pp. 212–224, 2021, doi: 10.31933/jemsi.v3i2.778.
- [5] A. Pamela and T. Sudarwanto, "PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR MATIC HONDA BeAT ( STUDI PADA WARGA PERUMAHAN PESONA PERMATA UNGU KRIAN SIDOARJO ) Pada era mobilitas yang tinggi persaingan sangat ketat sehingga masyarakat perlu menerapkan sist," *J. Pendidik. Tata Niaga*, vol. 10, no. 1, pp. 1554–1563, 2022, [Online]. Available: <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/42763>
- [6] Stewen, A. Fitriano, and W. Antono, "Effect of Distribution Channels, Service Quality and Product Quality on Purchase Decisions at PT Sumatra Sukses Jaya (FDR Tire Distributor)," *Int. J. Res. Rev.*, vol. 8, no. 6, pp. 175–179, 2021, doi: 10.52403/ijrr.20210621.
- [7] H. Ristanto and G. Aditya, "Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada CV Mitra Sejati Foamindo Semarang)," *Bingkai Ekon.*, vol. 6, no. 1, pp. 58–71, 2021.
- [8] S. Ningsih and L. Pradanawati, "THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PRICE AND PROMOTION ON PURCHASE DECISION (Case Study on Gea Geo Store)," *Bus. Account. Res. Peer Rev. J.*, vol. 5, no. 3, pp. 1–12, 2021, [Online]. Available: <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/IJEBAR>
- [9] F. I. Agustina and H. Azmi, "International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding Purchase Decision in Terms of Price and Trust Aspects," vol. 8, no. 10, pp. 290–297, 2021.
- [10] F. M. R. Yusuf, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Persebaya Store," *J. Ilmu dan Ris. Manaj.*, vol. 8, no. 6, pp. 1–15, 2019.
- [11] L. O. Sugianto, T. E. Ardiana, and D. P. Wardhani, "THE EFFECT OF BRAND IMAGE AND PRODUCT QUALITY ON CONSUMER PURCHASE DECISIONS (Case Study on the ADIDAS Brand in Siman Ponorogo Sub-district)," *Int. J. Econ. Bus. Account. Res.*, vol. 6, no. 1, p. 56, 2022, doi: 10.29040/ijebar.v6i1.4327.
- [12] M. Sengkey, S. L. Mandey, and A. S. Soegoto, "The Effect of Price Perception , Product Quality and Location on Consumer Purchase Decisions through Buying Interest as Intervening Variables on Msme Products During the Covid-19 Pandemic," *Eur. J. Life Saf. Stab.*, vol. 6, pp. 67–82, 2021.
- [13] D. J. Anggila and S. Subandrio, "Pengaruh Harga, Kepercayaan Dan Advertising (Iklan) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Tokopedia," *J. Entrep. dan Manaj. Sains*, vol. 3, no. 2, pp. 167–182, 2022, doi: 10.36085/jems.v3i2.3157.
- [14] S. A. Sani, M. Batubara, P. R. Silalahi, R. R. Syahputri, and V. Liana, "Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Scarlett Whitening," *Al-Kharaj J. Ekon. Keuang. Bisnis Syariah*, vol. 4, no. 5, pp. 1327–1342, 2022, doi: 10.47467/alkharaj.v4i5.931.

# Referensi

- [15]M. D. L. Annisaa, A. Suharto, and N. Nursaidah, "Pengaruh Lokasi, Harga, Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Ud Adam Jaya," *Equilib. J. Penelit. Pendidik. dan Ekon.*, vol. 19, no. 01, pp. 30–40, 2022, doi: 10.25134/equi.v19i01.4516.
- [16]M. Hardikoesoemo and D. Harjanti, "Di Toko Oke Listrik Jember," vol. 9, no. 2, 2021.
- [17]F. O. Suparno, "Pengaruh Harga, Lokasi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Wisata Semanggi," *J. Ilmu dan Ris. Manaj.*, pp. 1–20, 2019.
- [18]A. Setiawan<sup>1</sup>, M. Ruslan<sup>2</sup>, and Herminawati Abubakar<sup>2</sup>, "Indonesian Journal of Business and Management BERMOTOR PADA PT . BANK RAKYAT INDONESIA ( PERSERO ) TBK KANTOR WILAYAH Competitive Strategy Analysis of Ownership Credit Products of Motor Vehicle at PT . Bank Rakyat," vol. 2, no. 2, pp. 112–120, 2020.
- [19]I. Imalia and I. Aprileny, "The Influence Of Price , Facilities , And Location To Purchase Decision (Case Study Of Property Purchase In Grand Nusa Indah Block J, Cileungsi At PT. Kentanix Supra International)," *Sekol. Tinggi Ilmu Ekon. Indones.*, pp. 1–17, 2020, [Online]. Available: <http://repository.stei.ac.id/id/eprint/2409>
- [20]I. Putranto and K. Kartoni, "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tupperware (Studi Kasus Ibu Rumah Tangga di Perumahan Kunciiran - Tangerang)," *J. Mandiri Ilmu Pengetahuan, Seni, dan Teknol.*, vol. 4, no. 1, pp. 94–104, 2020, doi: 10.33753/mandiri.v4i1.107.
- [21]R. Setyawati, S. Suhartono, and P. N. Asmoro, "Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Memilih Real Property Melalui Digital Marketing Sebagai Variabel Intervening Di Yogyakarta," *J. Ris. Manaj. Sekol. Tinggi Ilmu Ekon. Widya Wiwaha Progr. Magister Manaj.*, vol. 9, no. 1, pp. 68–84, 2022, doi: 10.32477/jrm.v9i1.402.
- [22]I. Noviyanti, D. Sunarsi, and H. Wijoyo, "Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfamart Cabang Cipondoh," *J. Econ. Manag. Account. Technol.*, vol. 4, no. 1, pp. 43–54, 2021, doi: 10.32500/jematech.v4i1.1447.
- [23]Andre Maulana Rozikin Agus Widarko M. Khoirul ABS, "Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah (Studi Kasus Pada Pembeli Perumahan Havaland)," *e – J. Ris. Manaj.*, 2021.
- [24]M. Isa, H. A. Lubis, and I. S. Lubis, "Pengaruh Religiusitas dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Rahmat Syariah Swalayan City Walk Padangsidempuan," *Jesya (Jurnal Ekon. Ekon. Syariah)*, vol. 3, no. 1, pp. 1–15, 2020, doi: 10.36778/jesya.v3i1.123.
- [25]V. Senggetang, S. L. Mandey, and S. Moniharapon, "Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado (The Influence Of Location, Promotion And Price Perception To Consumer Purchase On Kawanua Emerald City Manado Housing)," *J. EMBA*, vol. 7, no. 1, pp. 881–890, 2019, [Online]. Available: <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/22916>
- [26]Suryati and Z. Nur Rahmat, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Makanan Pada Rumah Makan Super Chicken di Jambangan Kecamatan Kedawung Kabupaten Sragen," *J. Penelit. dan Kaji. Ilm.*, vol. 18, no. 4, pp. 291–297, 2020.
- [27]F. A. Haenady, B. Wahono, and S. Asiyah, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus PadaToko Prabujaya Malang)," *e – J. Ris. Manaj. PRODI Manaj. Fak. Ekon. dan Bisnis Unisma*, pp. 81–95, 2021.

