

# *The Effect of Product Quality, Price and Location on Home Purchase Decisions*

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

Moch.Zaenal Ependi <sup>1)</sup>, Mas Oetarjo <sup>2)</sup>

<sup>1)</sup> Fakultas Bisnis Hukum dan Ilmu Sosial, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo,

<sup>2)</sup> Fakultas Bisnis Hukum dan Ilmu Sosial, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.

\* Email Penulis Korespondensi : [masoetarjo@umsida.ac.id](mailto:masoetarjo@umsida.ac.id)

**Abstract** *The purpose of the research is to find out whether product quality, price, and location have a partial and simultaneous influence on the decision to buy a house. The data used in the study were obtained from distributing questionnaires to respondents via the Google form. The research sample is 96 respondents. The method used in this study is a survey method using SPSS version 26. for windows. validity test, reliability test, normality test, multicollinearity test, autocorrelation test, heteroscedasticity test, multiple linear regression test, t test, F test and test of the coefficient of determination. So the results are: (1) product quality has a partially significant effect on home buying decisions (2) price has a partially significant effect on home buying decisions (3) location has a partially significant effect on home buying decisions. (4) product quality, price, and location simultaneously have a significant effect on home buying decisions.*

**Keywords:** *Product Quality, Price, Location, Purchase Decision*

**Abstrak.** *Tujuan dilakukannya penelitian adalah untuk mengetahui apakah kualitas produk, harga, dan lokasi memiliki pengaruh secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian rumah. Data yang digunakan dalam penelitian didapat dari menyebarkan kuesioner kepada responden melalui google form. Sampel penelitian berjumlah 96 responden. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode survei dengan menggunakan SPSS versi 26. for windows. uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikoleniaritas, uji autokolerasi, uji heteroskedastisitas, uji regresi linier berganda, uji t, uji F dan uji koefisien determinasi. Sehingga hasil nya: (1) kualitas produk memberikan hasil berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian rumah (2) harga memberikan hasil berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian rumah (3) lokasi memberikan hasil berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian rumah. (4) kualitas produk, harga, dan lokasi berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian rumah.*

**Kata Kunci :** *Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Keputusan Pembelian*

## **I. 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 [1]. Semakin banyaknya populasi di Indonesia maka keperluan akan tempat tinggal juga semakin meningkat. Setiap manusia pasti membutuhkan rumah agar bisa menjadi tempat tinggal dan tempat berlindung serta untuk kegiatan berkumpul bersama keluarga. Namun, pada titik ini, memiliki rumah tidak lagi hanya untuk memenuhi kebutuhan dasar, sebaliknya telah berkembang menjadi jenis investasi, dengan konsumen yang membeli rumah berhaap bahwa nilainya akan naik seiring waktu dan menghasilkan keuntungan jika properti itu kemudian akan dijual kembali [2].

Seiring dengan meningkatnya kesadaran investasi dengan minat properti di Indonesia, khususnya di Sidoarjo yang padat penduduk wilayah Jawa Timur. Hingga saat ini, persoalan rumah untuk tempat tinggal telah berubah menjadi suatu persoalan yang timbul di wilayah Sidoarjo. Tidak adanya rumah yang aman dan nyaman menjadi persoalan bagi masyarakat di Sidoarjo [3]. Dengan melihat keadaan yang terjadi tentunya mendorong produsen untuk berlomba- lomba mengembangkan bisnisnya dibidang properti. Maka tidak heran jika banyak bisnis di bidang properti terutama bidang perumahan yang semakin banyak [4]

Dalam langkah pengambilan keputusan pembelian, ada keinginan di mana konsumen benar-benar melakukan pembelian. Konsumen yang terlibat langsung dalam memperoleh dan memanfaatkan barang yang ditawarkan yang terlibat dalam pengambilan keputusan. Ketika konsumen memutuskan untuk membeli rumah, mereka mempertimbangkan lebih dari sekadar harga. Mereka juga mempertimbangkan kualitas produk yang terbuat dari bahan baku yang digunakan, serta lokasi rumah yang strategis untuk cocok pemukiman, apakah memenuhi kebutuhan

pembeli atau tidak [2]. 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. [5].

Untuk memajukan bisnis properti terutama dibidang bisnis perumahan ada suatu pengaruh untuk menarik minat konsumen untuk melakukan keputusan pembelian rumah diantaranya kualitas produk. Pengaruh tersebut akan mempengaruhi keputusan pembelian seorang konsumen. Agar bisa bersaing dalam bisnis properti dengan yang lain tentunya developer perumahan mementingkan tentang kualitas produk. Karena dalam melakukan keputusan pembelian, konsumen akan mengerti pentingnya suatu kualitas produk. Kualitas produk yang baik adalah dengan memenuhi kebutuhan yang dibutuhkan oleh konsumen. Terpenuhinya kebutuhan yang diperlukan bagi konsumen dapat mengatasi masalah dan asumsi bagi konsumen, yang kemudian dapat meningkatkan kesan bagi konsumen terhadap produk yang di inginkan[6].

Demikian juga, 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 [7]. Harga juga merupakan suatu kunci suatu alasan bagi konsumen untuk memilih rumah yang akan dimiliki. Konsumen berpendapat bahwa kualitas produk rumah yang baik umumnya mengeluarkan biaya yang tinggi karena memiliki kualitas yang bagus, sementara kualitas produk rumah yang kurang baik biayanya tidak terlalu mahal[8].

Lokasi menjadi faktor penting yang untuk keputusan pembelian rumah. Istilah "lokasi" mengacu pada jenis dari suatu bisnis yang menggambarkan bagian utama yang berperan dalam membentuk kesan kepada konsumen tentang upaya mendapatkan kepercayaan tertentu agar ada keinginan membeli serta menyediakan sarana dan prasarana kepada konsumen dengan layanan yang mereka butuhkan [9]. Lokasi adalah tempat mempromosikan dan aktivitas pemasaran yang tujuannya untuk mempermudah penyampaian dan menyalurkan produk dari produsen ke konsumen tanpa henti". Di dalam memilih lokasi tentunya untuk menarik konsumen, *developer* perumahan tentunya memakai berbagai metode untuk menentukan lokasi yang strategis meliputi transportasi, sekolah, pasar, tempat rekreasi dan sebagainya [3].

No	Tahun	Cluster	Luas Tanah	Tipe	Target unit Penjualan	Jumlah Unit Penjualan	Total Pencapaian %
1	2018	Krisan	8X12,5	52/100	10	10	100%
		Cempaka	8X12	52/96	5	8	160%
		Cendana	8X12	70/96	5	5	100%
		Camelia	7X10,5	5873,5 (2L)			
		Cemara	8X16	60/128	5	6	120%
		Royal Cemara	7X10.5	58/73,5 (2L)			
		Krisan	8X12,5	52/100	10	5	50%
2.	2019	Cempaka	8X12	52/96	10	2	20%
		Cendana	8X12	70/96	10	3	30%
		Camelia	7X10,5	5873,5 (2L)	10	1	10%
		Cemara	8X16	60/128	10	2	20%
		Royal Cemara	7X10.5	58/73,5 (2L)			
		Krisan	8X12,5	52/100	5	2	40%
		Cempaka	8X12	52/96	5	2	40%
3.	2020	Cendana	8X12	70/96	5	1	20%
		Camelia	7X10,5	5873,5 (2L)	5	3	60%
		Cemara	8X16	60/128	5	5	100%
		Royal Cemara	7X10.5	58/73,5 (2L)	5	1	20%

No	Tahun	Cluster	Tipe
----	-------	---------	------

		Luas Tanah		Target unit Penjualan	Jumlah Unit Penjualan	Total Pencapaian %	
4.	2021	Krisan	8X12,5	52/100	15	4	26,67%
		Cempaka	8X12	52/96	10	5	50%
		Cendana	8X12	70/96	10	6	60%
		Camelia	7X10,5	5873,5 (2L)	5	3	60%
		Cemara	8X16	60/128	5	6	120%
		Royal Cemara	7X10.5	58/73,5 (2L)	5	3	60%
		Krisan	8X12,5	52/100	5	4	80%
		Cempaka	8X12	52/96	5	5	100%
		Cendana	8X12	70/96	5	4	80%
5.	2022.	Camelia	7X10,5	5873,5 (2L)	10	6	60%
		Cemara	8X16	60/128	10	9	90%
		Royal Cemara	7X10.5	58/73,5 (2L)	10	7	70%

Dari tabel 1 di atas fenomena yang terjadi di perumahan Bumi Papan Selaras mengenai penjualan unit rumah dan target penjualan. Penjualan perumahan pada tahun 2018 langsung menunjukkan tingkat penjualan yang begitu diminati oleh masyarakat sidoarjo yakni sebanyak 28 unit rumah dan langsung memenuhi target penjualan pertama sebanyak 25 unit rumah, namun pada tahun 2019 mengalami penurunan penjualan unit rumah yakni sebanyak 13 unit rumah dan menjauhi target penjualan yakni sebanyak 50 unit rumah, dikarenakan pada saat itu ada pandemic covid – 19 yang terjadi di seluruh dunia sehingga daya beli masyarakat menjadi lemah atau kurang. Untuk mencari solusi dari pandemi covid – 19 PT. Bangun Papan Selaras memberikan promo dan diskon harga rumah agar masyarakat yang ingin membeli rumah idaman dapat terpenuhi. Dari memberika promo dan diskon penjualan unit rumah tetap stabil dan mengalami peningkatan penjualan di tahun selanjutnya.

Berdasarkan mengenai berbagai riset penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa hasil yang berbeda dalam hasil penelitian terdahulu (*evidence gap*), yakni perbandingan hasil riset yang tidak konsisten (signifikan ataupun tidak signifikan) tentang kualitas produk, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian rumah.

Penelitian terdahulu mengenai tentang pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian oleh La Ode Sugianto, Titin Eka Ardiana dan, Diana Pramudya Wardhani (2022) memberikan hasil secara simultan dan signifikan [10]. Tetapi berbeda dengan penelitian terdahulu oleh Marc Sengkey, Silvy L. Mandey dan, Agus Supandi Soegoto (2021) bahwa kualitas produk berpengaruh secara simultan dan tidak signifikan [11].

Penelitian terdahulu mengenai oleh Dwi Junita Anggila dan Subandrio (2022) memberikan hasil secara parsial dan simultan dengan variabel harga terhadap keputusan pembelian menunjukkan hasil signifikan [12]. Tetapi berbeda pada penelitian oleh Maryam Batubara, Purnama Ramadani Silalahi, Sri Aderafika Sani, Rima Rizki Syahputri, dan Vega Liana (2022) hasil secara parsial dan simultan dengan variabel harga terhadap keputusan pembelian menunjukkan hasil yang tidak signifikan [13].

Pada penelitian terdahulu oleh M. D. L. Annisaa, A. Suharto, dan Nursaidah (2022) ) memberikan hasil secara parsial dengan variabel lokasi terhadap keputusan pembelian menunjukkan hasil signifikan. Sedangkan pada penelitian oleh Maggie Hardikoesoemo dan Dhyah Harjanti (2021) menunjukan hasil lokasi sebesar 0,201 dan t hitung sebesar 1,842 sehingga menunjukkan hasil yang tidak signifikan. [14]

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan oleh penulis. Penulis tertarik melakukan penelitian mengenai **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah”**. Penelitian ini diharapkan memberi manfaat yang berguna bagi investor dan calon pembeli untuk mempertimbangkan ketika membeli rumah di perumahan Bumi Papan Selaras.

### Rumusan Masalah

1. Apakah Kualitas Produk berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian rumah di perumahan Bumi Papan Selaras?
2. Apakah Harga berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian rumah di perumahan Bumi Papan Selaras?
3. Apakah Lokasi berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian rumah di perumahan Bumi Papan Selaras?
4. Apakah Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian rumah di perumahan Bumi Papan Selaras?

### Kategori SDGs

Penelitian ini masuk dalam kategori SDGs sebelas dengan tujuan menjadikan kota dengan pemukiman inklusif, berketahanan, aman, dan berkelanjutan. Pemilihan kategori ini sesuai dengan judul penelitian “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah” guna membantu keputusan konsumen dalam melakukan pembelian rumah supaya bisa membeli rumah yang di inginkan.

## II. METODE

### Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan metode survei. Metode survei adalah penelitian yang menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan data dari beberapa sampel atau populasi sehingga dapat diperoleh data yang akurat dan dapat diandalkan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya [15]. Adapun penentuan populasi yang akan menjadi subjek penelitian adalah jumlah pembeli yang membeli unit rumah di Bumi Papan Selaras antara sebanyak 128 pembeli yang akan dilakukan uji validitas dan reliabilitas dengan *SPSS 26 for windows (Statistical Package for the Social Sciences)*

### Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian berlokasi di Perumahan Bumi Papan Selaras berada di Jl. Raya Tanggul, Kec Wonoayu, Kabupaten Sidoarjo. 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. Dengan jumlah penduduk yang tinggal sebanyak 128 dan dilakukan dari bulan November 2022 Hingga April 2023

### Populasi dan Sampel

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah orang yang telah membeli rumah di Perumahan Bumi Papan Selaras sebanyak 128 orang dari tahun 2018 sampai tahun 2022 [16].

Sampel merupakan jumlah populasi untuk dijadikan obyek penelitian. Dalam penelitian ini menggunakan metode sampling *Simple random sampling* yaitu teknik pengambilan sampel jenis ini dilakukan jika anggota populasi yang kecil dan dianggap homogen dengan menggunakan Teknik *probability sampling* yaitu teknik sampling probabilitas atau random sampling merupakan teknik sampling yang dilakukan dengan memberikan peluang atau kesempatan kepada seluruh anggota populasi untuk menjadi sampel. Dengan demikian sampel yang diperoleh diharapkan merupakan sampel yang representatif. Penentuan dalam jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus *Slovin*. yang ditoler 5% yaitu [17].

$$n = \frac{128}{1 + 128(0,05)^2} = 96$$

Hasil dari perhitungan diatas maka jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 96 responden di perumahan Bumi Papan Selaras

### Teknik Pengumpulan Data

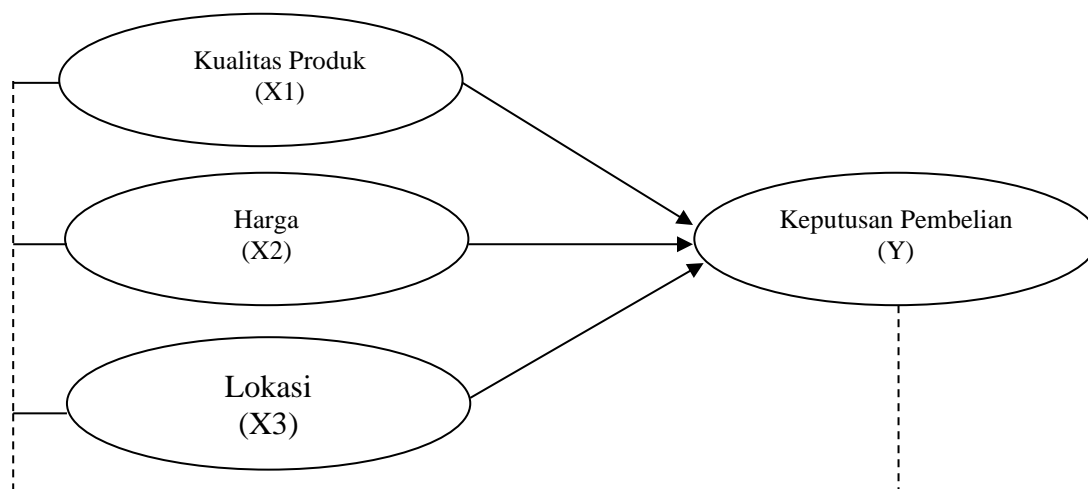
Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian adalah metode kuesioner menggunakan angket, metode observasi, dan dokumentasi.

Untuk pengukuran data digunakan skala likert yang bertujuan untuk mengukur pendapat, persepsi dan sikap seorang atau kelompok mengenai fenomena social. Skala likert memberikan leluasa pada responden untuk mengekspresikan intensitas perasaan responden. Pada skala variabel ini diuraikan menjadi indikator variabel yang kemudian dijadikan sebagai titik tolak dalam penyusunan *item instrument* pertanyaan.

Jawaban dari pertanyaan memiliki gradasi dari sangat positif hingga sangat negatif, seperti:

Sangat Setuju	(SS)	dengan skor	5
Setuju	(S)	dengan skor	4
Netral	(N)	dengan skor	3
Tidak Setuju	(TS)	dengan skor	2
Sangat Tidak Setuju	(STS)	dengan skor	1

### Kerangka Konseptual



**Gambar 1.** Kerangka Konseptual

Dengan kerangka konseptual, peneliti dapat berhipotesis bahwa:

H1: Kualitas Produk berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Rumah[2].

H2: Harga berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Rumah[4]

H3: Lokasi berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Rumah[18].

H4: Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian Rumah[9]

### Definisi operasional

#### a. Kualitas Produk

Kualitas produk rumah yaitu kualitas rumah dalam menerapkan fungsinya, termasuk faktor – faktor lainnya mengenai kemudahan dalam memiliki rumah, kelengkapan fasilitas, pemilihan lokasi, dan produk lainnya. Maka sangat penting bagi perumahan untuk membuat produk apa yang diperlukan oleh konsumen[19].

#### b. Harga

Jumlah uang yang bersedia dibayar oleh pembeli dan diterima oleh penjual disebut harga. Maka dalam hal ini harga ialah sejumlah uang yang akan dibayarkan kepada penjual untuk mendapatkan rumah yang diinginkan. Dan pada dasarnya penjual memiliki cara untuk menetapkan harga rumah yang akan dijual[20].

#### c. Lokasi

Penentuan lokasi adalah menjadi salah satu pertimbangan terpenting bagi suatu perumahan. Perumahan yang berada di dalam lokasi yang strategis akan cenderung diperhatikan oleh konsumen karena ingin membeli tempat tinggal pada perumahan tersebut[21].

#### d. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan suatu keputusan konsumen untuk membeli rumah yang dipengaruhi oleh produk harga dan lokasi. Sehingga menciptakan suatu sikap terhadap konsumen untuk mengolah informasi dan mendapatkan kesimpulan berupa keputusan yang pada rumah apa yang akan dibeli[22].

**Indikator Variabel****Tabel 2. Indikator Variabel**

No	Variabel	Indikator
1.	Kualitas Produk (X1) [23]	1. <i>Performance</i> (Kinerja) 2. <i>Durability</i> (Daya Tahan) 3. <i>Conformance to specification</i> (Kesesuaian dengan Spesifik) 4. <i>Features</i> (Fitur) 5. <i>Reliability</i> (Reliabilitas)
2.	Harga (X2) [9]	1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan pasar 3. Daya saing harga 4. Nilai Investasi
3.	Lokasi (X3) [18]	1. Akses 2. Visibilitas 3. Tempat parkir 4. Area bermain
4.	Keputusan Pembelian (Y) [24]	1. Identifikasi produk 2. Mengidentifikasi informasi produk 3. Melakukan Pembelian Produk 4. Kepastian Pembelian

**III. HASIL DAN PEMBAHASAN****A. Deskriptif Data**

Profil Setelah proses pengumpulan data, penulis berhasil memperoleh sebanyak 96 responden orang yang membeli rumah di Perumahan Bumi Papan Selaras Kec. Wonoayu Kab. Sidoarjo yang sesuai berdasarkan hasil perhitungan rumus slovin yaitu 96 responden. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas responden berjenis kelamin Laki - laki sebanyak 62,5% dan responden Perempuan sebanyak 37,5%. Sedangkan usia responden, 20 – 30 tahun sebanyak 28,1%, usia 31 – 40 37,5%, usia 41 - 50 26% dan sisanya dengan usia 51 - 60 > tahun sebanyak 8,3%

**B. Uji Validitas**

Uji validitas dilakukan dengan cara melihat korelasi antara skor pada masing- masing item dalam kuesioner dengan total skor yang akan digunakan untuk mengukur tingkat validitas dari suatu variabel dan sebagai penentu apakah variabel tersebut layak atau tidak untuk digunakan. Agar dapat bisa menentukan layak atau tidaknya variabel maka dilakukannya uji validasi menggunakan SPSS sehingga didapatkan hasil yang signifikan dan valid jika  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  table.

Untuk mengetahui apakah variabel kualitas produk, harga, dan lokasi dapat dikatakan valid, maka peneliti melakukan uji validasi dengan menggunakan bantuan software SPSS versi 26.0. dapat dilihat pada Tabel 3:

**Tabel 3. Hasil Uji Validitas**

Variabel	Item	R. Hitung	R. Tabel	Keputusan
Kualitas Produk	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

Variabel	Item	R. Hitung	R. Tabel	Keputusan
Harga	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_1	0,776	0,168	Valid
	X3_2	0,791	0,168	Valid
	X3_3	0,774	0,168	Valid
	X3_4	0,718	0,168	Valid
Keputusan Pembelian	Y1_1	0,794	0,168	Valid
	Y1_2	0,739	0,168	Valid
	Y1_3	0,764	0,168	Valid
	Y1_4	0,676	0,168	Valid

Sumber : Output Data IBM SPSS(2023)

Berdasarkan hasil Tabel 1 menunjukkan pada seluruh item bahwa (rhitung > rtabel) nilai rhitung lebih besar dari rtabel (0,168) dengan demikian dapat diketahui bahwa seluruh item pernyataan pada variabel Kualitas Produk (X1), Harga (X2), Keputusan Pembelian (X3), dan Keputusan Pembelian (Y) dinyatakan valid.

### C. Uji Reabilitas

**Tabel 4. Hasil Uji Reabilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha	Standart	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	0,782	0,60	Reliabel
Harga (X2)	0,802	0,60	Reliabel
Lokasi (X3)	0,763	0,60	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,727	0,60	Reliabel

Sumber : Output Data IBM SPSS(2023)

Berdasarkan hasil Tabel 4. diketahui bahwa 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.

### D. Uji Normalitas

**Tabel 5. Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters a,b	Mean	.0000000
	Sttd. Deviation	1.17797989
Most Extreme Differences	Absolute	0,80
	Positive	0,80
	Negative	-0,44
Test Statistic		0,80
Asymp. Sig. (2-tailed)		.140 <sup>c</sup>

Sumber : Output Data IBM SPSS(2023)

Berdasarkan hasil pada Tabel 5 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi adalah 0,140. Dengan demikian nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 ( $0,200 > 0,05$ ) sehingga dapat dinyatakan bahwa data berdistribusi normal

### E. Uji Multikoleniaritas

**Tabel 6. Hasil Uji Multikoleniaritas**

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

Sumber : Output Data IBM SPSS(2023)

Berdasarkan Tabel 6, diketahui Kualitas Produk (X1), Harga (X2), dan Lokasi (X3) memiliki VIF (Variance Inflation Factor) kurang atau  $< 10$  dan nilai Tolerance lebih dari atau  $> 0,10$ , sehingga dapat dinyatakan tidak terjadi gejala multikoleniaritas.

### F. Uji Autokolerasi

**Tabel 7. Uji Autokolerasi**

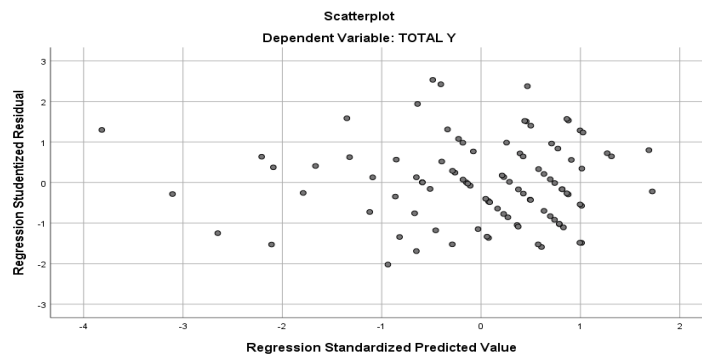
Model Summary b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.881 <sup>a</sup>	.775	.768	1.197	1.789

Sumber : Output Data IBM SPSS (2023)

Uji autokorelasi adalah analisis statistik yang dilakukan untuk mengetahui apakah ada korelasi antara variabel dalam model prediksi dengan perubahan dari waktu ke waktu. Jika terjadi korelasi maka dikatakan ada problem autokorelasi yang sebagian besar ditemukan pada regresi yang datanya time series.

Bedasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai durbin watson sebesar 1,789 dengan  $dL < d < 4-dU$  ( $1,736 < (1,789) < (2,2674)$ ) artinya regresi berganda yang dilakukan dalam penelitian ini tidak terjadi autokorelasi.

### G. Uji Heteroskedastisitas



**Gambar 2.** Hasil Uji Heteroskedastisitas Output Data IBM SPSS 26

Berdasarkan Gambar 2 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.

### H. Uji Analisis Regresi Liner Berganda

**Tabel 8. Hasil Uji Multikoleniaritas**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,276	.721		4.542	.000
	TOTAL X1	.180	.050	.242	3.621	.000
	TOTAL X2	.165	.066	.208	2.494	.014
	TOTAL X3	.440	.075	.521	5.858	.000

a. Dependent variable : Keputusan Pembelian

Sumber : Output Data IBM SPSS(2023)



Berdasarkan hasil olah data pada Tabel 8 menunjukkan persamaan yang dihasilkan, yakni :

$$\gamma = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3$$

$$Y = 3,276 + 0,180X_1 + 0,165X_2 + 0,440X_3$$

Dari persamaan regresi diatas dapat diinterpretasikan bahwa

1. nilai konstanta positif 3,276 yang menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh variabel bebas yaitu Kualitas Produk (X1), Harga (X2), dan Lokasi (X3), nilai Keputusan Pembelian (Y) tidak berubah konstan sebesar 3.276
2. Nilai koefisien antara variabel Kualitas Produk (X1) Sebesar 0,180 dan mempunyai signifikansi yang positif. Hal ini menunjukkan terjadinya perubahan searah, artinya jika Kualitas Produk (X1) ditingkatkan, maka dapat meningkatkan Keputusan Pembelian (Y) dengan asumsi variabel harga (X2) dan lokasi (X3) konstan,
3. Nilai koefisien antara variabel Harga (X2) sebesar 0,165 dan mempunyai signifikansi yang positif. Hal ini menunjukkan terjadinya perubahan searah, artinya jika Harga (X2) ditingkatkan, maka dapat meningkatkan Keputusan Pembelian (Y) dengan asumsi variabel kualitas produk (X1) dan lokasi (X3) konstan.
4. Nilai koefisien variabel Lokasi (X3) 0,440 dan mempunyai signifikansi yang positif. Hal ini menunjukkan terjadinya perubahan searah, artinya jika lokasi (X3) ditingkatkan, maka dapat meningkatkan Keputusan Pembelian (Y) dengan asumsi variabel kualitas produk (X1) dan harga (X2) konstan

## I. Uji t

**Tabel 9. Uji t (parsial)**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3.276	.721		4.542	.000
1 TOTAL X1	.180	.050	.242	3.621	.000
TOTAL X2	.165	.066	.208	2.494	.014
TOTAL X3	.440	.075	.521	5.858	.000

a. Dependent Variabel :Keputusan Pembelian

Sumber : Output Data IBM SPSS(2023)

Dengan menggunakan tingkat kepercayaan sebesar 5% ( $\alpha=0,05$ ) dengan *degree of freedom* sebesar k = 3 dan  $df_2 = n - k - 1$  ( $96 - 3 - 1 = 92$ ) sehingga diperoleh  $t_{table}$  sebesar 1,66159

1. Kualitas Produk (X1) nilai t hitung sebesar 3,621, nilai t table sebesar 1,66159. Sehingga t hitung > table ( $3,621 > 1,66159$ ) dapat dikatakan bahwa  $H_a$  diterima  $H_0$  ditolak. Hal ini diperkuat dengan nilai signifikansi ( $0,000 < (0,05)$ ), sehingga terjadi pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas produk dengan keputusan pembelian.
2. Harga (X2) nilai t hitung sebesar 2,494 nilai t table sebesar 1,66159. Sehingga t hitung > table ( $3,621 > 1,66159$ ) dapat dikatakan bahwa  $H_a$  diterima  $H_0$  ditolak. Hal ini diperkuat dengan nilai signifikansi ( $0,014 < (0,05)$ ), sehingga terjadi pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas produk dengan keputusan pembelian.
3. Lokasi (X3) nilai t hitung sebesar 5,858 nilai t table sebesar 1,66159. Sehingga t hitung > table ( $5,858 > 1,66159$ ) dapat dikatakan bahwa  $H_a$  diterima  $H_0$  ditolak. Hal ini diperkuat dengan nilai signifikansi ( $0,000 < (0,05)$ ), sehingga terjadi pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas produk dengan keputusan pembelian.

## J. Uji f

**Tabel 10. Hasil Uji f**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	455.331	3	151.777	105.924	.000 <sup>b</sup>
	Residual	131.825	92	1.433		
	Total	587.156	95			

a. Dependent Variabel: Total Y

b. Predictors: (Constant), Lokasi, Harga, dan Kualitas Produk

Sumber : Output Data IBM SPSS(2023)

Dari hasil pengujian secara simultan menunjukkan nilai Fhitung sebesar 105,924 sedangkan Ftabel pada tingkat kepercayaan signifikansi sebesar 5% dan  $df_1 = k-1$  ( $3-1=2$ ) dan  $df_2 = n-k-1$  ( $96-3-1=92$ ) maka diperoleh Ftabel sebesar 3,109, oleh karena itu Fhitung 105,924 > Ftabel 3,109 dan tabel di atas menunjukkan nilai signifikansi < 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Dengan demikian H4 diterima, bahwa variabel kualitas produk, harga, dan lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan.

#### K. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

**Tabel 11. Hasil Uji koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Model Summary b						
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson	
1	.881 <sup>a</sup>	.775	.768	1.197	1.789	

Sumber : Output Data IBM SPSS(2023)

Pada tabel diatas dijelaskan bahwa nilai dari koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada hasil pengujian koefisien determinasi berganda ( $R^2$ ) adalah sebesar 0,775 atau 75,5% sehingga dapat dijelaskan bahwa variabel kualitas produk, harga, dan lokasi dapat menjelaskan variabel keputusan pembelian dalam penelitian ini , sisanya sebesar 24,5 % dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam peneliitan ini.

#### Pembahasan

##### 1. Kualitas Produk Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian di Perumahan Bumi Papan Selaras.

Hasil analisis membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian pada orang yang membeli rumah di perumahan Bumi Papan Selaras terdapat pengaruh signifikan[23]. Sehingga dapat dikatakan bahwa *Performance* (Kinerja), *Durability* (Daya Tahan), *Conformance to specification* (Kesesuaian dengan Spesifik), *Features* (Fitur), dan *Reliability* (Reabilitas) untuk menjadikan perumahan yang berkualitas. Hal ini dapat ditandai dengan jika ketika orang membeli rumah di Perumahan Bumi Papan Selaras memiliki tempat yang aman dan nyaman, terdapat banyak fasilitas – fasilitas yang di tersedia yakni ruang terbuka hijau dilengkapi pepohonan, rerumputan hingga sebuah kursi taman, ruang terbuka hijau seperti taman di perumahan, gedung olahraga (GOR) yang dipakai untuk tempat berbagai macam cabang olahraga bagi masyarakat yang tinggal di perumahan. dan *minimarket* yang memenuhi kebutuhan masyarakat perumahan. 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 mendapatkan ac dan cctv gratis di setiap rumah dan juga terdapat garansi perbaikan rumah yang mengalami kerusakan Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rany Sugianto, Sugianta Ovinus Ginting (2020) bahwa kualitas produk merupakan bagian penting dari keputusan pembelian rumah. Semakin bagus kualitas suatu rumah maka konsumen akan membeli rumah. [2].

##### 2. Harga Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian di Perumahan Bumi Papan Selaras.

Hasil analisis membuktikan bahwa harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian pada orang yang membeli rumah di perumahan Bumi Papan Selaras, Maka dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh signifikan[25]. Sehingga bahwa keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan pasar, daya saing harga, dan nilai investasi mempengaruhi pembelian rumah. 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. Terbukti perumahan bumi papan selaras memberikan diskon harga perumahan dan promosi, lalu gratis biaya KPR dan gratis biaya BPHTB yakni biaya Ketika jual beli rumah tidak ada bunga. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Andre Maulana Rozikin Agus Widarko M. Khoirul ABS (2021) yang mendapatkan hasil bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sehingga ini yang membuat konsumen tertarik untuk membeli rumah di perumahan bumi papan selaras serta membuat konsumen bisa untuk melakukan investasi rumah[9].

##### 3. Lokasi Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian di Perumahan Bumi Papan Selaras.

Hasil analisis membuktikan bahwa lokasi berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian pada orang yang membeli rumah di perumahan Bumi Papan Selaras. Maka dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh signifikan[18]. Sehingga bahwa akses, visibilitas, tempat parkir, dan area bermain

mempengaruhi pembelian rumah. Hal ini ditandai dengan lokasi perumahan Bumi Papan Selaras memiliki akses jalan yang menuju di perumahan Bumi Papan Selaras memiliki *one gate away* yaitu hanya satu jalur ketika keluar masuk di perumahan sehingga bisa memberikan kesan keamanan yang nyaman, juga lebar luas jalan 12m akan membuat semakin nyaman serta dekat sarana dan prasana seperti dekat dengan pasar dan rumah sakit. Lalu lokasi yang dapat terlihat 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. Hal ini sejalan dengan penelitian Primaraga Sumantri Indra Wicaksana Nasrun Baldah (2021) yang menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian rumah. Semakin strategis letak lokasi suatu perumahan maka konsumen akan tertarik untuk membeli rumah [26].

#### 4. Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Perumahan Bumi Papan Selaras

Pada penelitian yang dilakukan di Perumahan Bumi Papan Selaras menunjukkan hasil yang searah yaitu positif dan signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini dibuktikan dengan banyaknya hasil dari tanggapan responden yang menyatakan setuju apabila kualitas produk, harga, dan lokasi digabungkan sehingga dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Yang artinya keputusan pembelian setiap konsumen pasti mempertimbangkan setiap faktor yang dapat mendukung keputusan pembeliannya seperti kualitas produk yang baik, serta banyak fasilitas- fasilitas gratis yang diberikan kepada konsumen, terdapat harga yang sudah sesuai dengan kesanggupan konsumen untuk membayar serta tidak dibebankan dengan biaya-biaya tambahan dan ada diskon juga promo, dan juga letak lokasi yang strategis, serta memiliki jalan *one gate way* sehingga akan semakin menarik minat konsumen lebar jalan yang luas juga akan memberikan rasa nyaman ketika beraktivitas di area perumahan Bumi Papan Selaras ditambah terdapat tempat berbagai macam wahana anak – anak [9]. Hasil ini mendukung penelitian dari Andre Maulana Rozikin Agus Widarko M. Khoirul ABS (2021) yang mendapatkan hasil bahwa kualitas produk, harga, dan lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan.

## IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dianalisis dan di uraikan, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk, harga, dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian di Perumahan Bumi Papan Selaras. Menjelaskan tentang keputusan pembelian rumah di Perumahan Bumi Papan Selaras sangat dipengaruhi oleh, Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi serta faktor lainnya.

*Developer* perumahan juga harus mempertimbangkan mengikuti perkembangan jaman yang ada sesuai kebudayaan serta kebiasaan masyarakat dengan selalu memperhatikan faktor lainnya seperti sarana, fasilitas dan manfaat dari produk rumah tersebut untuk meningkatkan keputusan pembelian di Perumahan Bumi Papan Selaras.

*Developer* harus dapat mempertahankan harga walaupun di masa akan datang akan mengalami kenaikan, tetapi juga harus memberikan harga yang terjangkau. Dan akses ke lokasi perumahan sangatlah mudah dijangkau oleh konsumen sehingga tertarik untuk membeli dan menciptakan rasa percaya diri.

## V. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada orang di perumahan Bumi Papan Selaras Kec Wonoayu Kab. Sidoarjo sebagai responden yang telah meluangkan waktunya untuk ikut berpartisipasi dalam penelitian ini. Selain itu, disampaikan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah banyak membantu sehingga penelitian ini dapat berjalan dengan baik

## REFRENSI

- [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] 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.
- [6] 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>
- [7] 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>
- [8] 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.
- [9] 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.
- [10] 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.
- [11] 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.
- [12] 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.
- [13] 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.
- [14] M. Hardikoesoemo and D. Harjanti, "Di Toko Oke Listrik Jember," vol. 9, no. 2, 2021.
- [15] F. O. Suparno, "Pengaruh Harga, Lokasi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan

- Wisata Semanggi,” *J. Ilmu dan Ris. Manaj.*, pp. 1–20, 2019.
- [16] N. Arianto and A. F. Albani, “Keputusan Pembelian Smartphone Pada Samsung Store Mall Bintaro,” *J. Ilm. Manaj.*, vol. 1, no. 1, pp. 1–14, 2018.
- [17] F. Septiani and R. Robianto, “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada PT Fastrata Buana Bogor,” *J. Disrupsi Bisnis J. Ilm. Prodi Manajemen, Fak. Ekon. Univ. Pamulang*, vol. 4, no. 1, p. 21, 2021, doi: 10.32493/dr.b.v4i1.9117.
- [18] 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>
- [19] I. Putranto and K. Kartoni, “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tupperware (Studi Kasus Ibu Rumah Tangga di Perumahan Kunciran - Tangerang),” *J. Mandiri Ilmu Pengetahuan, Seni, dan Teknol.*, vol. 4, no. 1, pp. 94–104, 2020, doi: 10.33753/mandiri.v4i1.107.
- [20] 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.
- [21] 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.
- [22] 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.
- [23] 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.
- [24] 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.
- [25] S. Syahri and D. M. Putri, “Volume 19 Issue 2 ( 2022 ) Pages 492-498 KINERJA : Jurnal Ekonomi dan Manajemen ISSN : 1907-3011 ( Print ) 2528-1127 ( Online ) Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian rumah The Influence of price and product quality on home purcha,” vol. 19, no. 2, pp. 492–498, 2022.
- [26] P. Kepercayaan, D. Promosi, T. Keputusan, P. Rumah, P. T. Mitra, and I. Properti, “Pengaruh Kepercayaan, Lokasi, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Bersubsidi di PT. Mitra Indah Properti,” vol. 15, no. 01, pp. 17–24, 2021.

**Conflict of Interest Statement:**

*The author declares that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.*