

PENGARUH LOKASI DAN *PERSONAL SELLING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PERUMAHAN PADA PT REXVIN PROPERTINDO BATAM

SKRIPSI



**Oleh:
Nadia Eliana
180910092**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
2022**

PENGARUH LOKASI DAN *PERSONAL SELLING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PERUMAHAN PADA PT REXVIN PROPERTINDO BATAM

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**



**Oleh
Nadia Eliana
180910092**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2022**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Nadia Eliana
NPM : 180910092
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

PENGARUH LOKASI DAN *PERSONAL SELLING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PERUMAHAN PADA PT REXVIN PROPERTINDO BATAM

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 01 Januari 2022



Nadia Eliana
180910092

PENGARUH LOKASI DAN *PERSONAL SELLING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PERUMAHAN PADA PT REXVIN PROPERTINDO BATAM

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**

**Oleh
Nadia Eliana
180910092**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
seperti tertera di bawah ini**

Batam, 20 Januari 2022



**Heryenzus, S.Kom., M.Si.
Pembimbing**



Universitas Putera Batam

ABSTRAK

Nominal angka pertumbuhan penduduk yang semakin meningkat menyebabkan kebutuhan manusia akan sebuah rumah untuk berlindung menjadi prioritas. Memilih sebuah rumah untuk berlindung diri melibatkan berbagai pertimbangan Lokasi dan *Personal Selling* merupakan faktor yang dipertimbangkan oleh calon pembeli atau konsumen dalam hal mempertimbangkan pembelian terhadap rumah. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian, berapa besar pengaruh *personal selling* terhadap keputusan pembelian serta berapa besar pengaruh lokasi dan *personal selling* terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan data yang diperoleh dari 138 responden. Sumber data yang digunakan adalah sumber data primer dan sekunder dengan menggunakan metode random sampling. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode analisis regresi linear berganda, menggunakan metode analisis data statistik menggunakan SPSS versi 25. Hasil dari penelitian yang dilakukan menghasilkan ketiga dari hipotesis diterima. Terbukti dari hasil uji t variabel lokasi diperoleh 2,274 dengan signifikansi 0,025, dan untuk variabel personal selling didapatkan 4,375 dengan signifikansi 0,000 yang dimana hasil dari t hitung lebih besar dari t tabel yaitu 1,97769, serta hasil dari signifikansi masing masing variabel lebih kecil dari 0,05. Untuk hasil uji F didapatkan bahwa F hitung sebesar 11,614 dengan signifikansi sebesar 0,000 yang dimana hasil dari uji F menunjukkan lebih besar dari F tabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Hasil penelitian ini adalah lokasi dan personal selling berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Lokasi; *Personal Selling*; Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

The increasing nominal population growth rate causes the human need for a house to take shelter to become a priority. Choosing a house for shelter involves various considerations. Location and Personal Selling are factoring those prospective buyers or consumers consider when considering buying a house. The purpose of this study is to determine how much influence location has on purchasing decisions, how much influence personal selling has on purchasing decisions and how much influence location and personal selling have on purchasing decisions. This study uses data obtained from 138 respondents. Sources of data used are primary and secondary data sources using random sampling method. This research is quantitative research using multiple linear regression analysis method, using statistical data analysis method using SPSS version 25. The results of the research conducted resulted in all three of the hypotheses being accepted. It is evident from the results of the t-test for the location variable obtained 2.274 with a significance of 0.025, and for the personal selling variable obtained 4.375 with a significance of 0.000, where the results of the t-count are greater than the t-table, namely 1.97769, and the results of the significance of each variable are less than 0,05. For the results of the F test, it was found that the calculated F was 11,614 with a significance of 0.000, where the results of the F test showed that it was greater than the F table and the significance value was less than 0.05. The results of this study are location and personal selling have a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords: Location; Personal Selling; Purchasing Decisions.

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmat yang diberikan, penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI. selaku rector Universitas Putera Batam;
2. Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora;
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. Selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
4. Bapak Heryenzus, S.Kom., M.Si. selaku Pembimbing;
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam;
6. Orang tua beserta keluarga penulis;
7. Pimpinan beserta semua staff PT Rexvin Propertindo;
8. Seluruh sahabat penulis serta teman lainnya yang tidak dapat disebutkan satu per satu;
9. Seluruh responden yang telah berpartisipasi dalam pengisian kuesioner.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan berkat-Nya, Amin

Batam, 01 Januari 2021



Nadia Eliana



Universitas Putera Batam

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR RUMUS	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	16
1.1. Latar Belakang	16
1.2. Identifikasi Masalah	21
1.3. Batasan Masalah	21
1.4. Rumusan Masalah	22
1.5. Tujuan Penelitian.....	22
1.6. Manfaat Penelitian.....	22
1.6.1. Aspek Teoritis	23
1.6.2. Aspek Praktis.....	23
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	26
2.1. Kajian Teori	26
2.1.1. Lokasi	26
2.1.2. <i>Personal Selling</i>	29
2.1.3. Keputusan Pembelian.....	35
2.2. Penelitian Terdahulu.....	40
2.3. Kerangka Pemikiran	44
2.4. Hipotesis	45
BAB III METODE PENELITIAN	47
3.1. Jenis Penelitian	47
3.2. Sifat Penelitian	47
3.3. Lokasi dan Periode Penelitian.....	47
3.3.1. Lokasi Penelitian	47
3.3.2. Periode Penelitian	48
3.4. Populasi dan Sampel.....	48
3.4.1. Populasi.....	48
3.4.2. Teknik Penentuan Besar Sampel	49
3.4.3. Teknik Sampling.....	49
3.5. Sumber Data.....	50
3.6. Metode Pengumpulan Data	50
3.6.1. Kuesioner	50
3.7. Operasional Variabel	51
3.7.1. Variabel Bebas.....	51
3.7.2. Variabel Terikat.....	52

3.8. Metode Analisa Data	53
3.8.1. Analisis Deskriptif	53
3.8.2. Uji Kualitas Data	54
3.8.3. Uji Asumsi Klasik.....	56
3.8.4. Uji Pengaruh.....	57
3.9. Uji Hipotesis.....	58
3.9.1. Uji T (Uji Parsial)	58
3.9.2. Uji F (Uji Simultan).....	59
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	61
4.1. Sejarah PT Rexvin Propertindo.....	61
4.1.1. Karakteristik Responden	61
4.1.2. Analisis Deskriptif.....	65
4.1.3. Hasil Uji Kualitas Data	69
4.1.4. Hasil Uji Reliabilitas Data	70
4.1.5. Hasil Uji Asumsi Klasik	72
4.1.6. Hasil Uji Pengaruh.....	76
4.1.7. Uji Hipotesis.....	77
4.2. Pembahasan.....	79
4.2.1. Lokasi Berpengaruh Secara Positif dan Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan pada PT Rexvin Propertindo Batam.....	79
4.2.2. <i>Personal Selling</i> Berpengaruh Secara Positif dan Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan pada PT Rexvin Propertindo Batam	80
4.3.2. Lokasi dan <i>Personal Selling</i> Berpengaruh Secara Positif dan Signifikan terhadap Keputusan Pembelian Perumahan pada PT Rexvin Propertindo Batam	81
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	83
5.1. Simpulan	83
5.2. Saran	83
DAFTAR PUSTAKA	
Lampiran 1 Kuesioner	
Lampiran 2 Hasil Kuesioner	
Lampiran 3 Hasil Uji SPSS 25	
Lampiran 4 Tabel R	
Lampiran 5 Tabel T	
Lampiran 6 Tabel F	
Lampiran 7 Daftar Riwayat Hidup	
Lampiran 8 Surat Permohonan Izin Penelitian Universitas Putera Batam	
Lampiran 9 Surat Balasan Permohonan Izin Penelitian	
Lampiran 10 Hasil Turnitin Skripsi	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data keluhan konsumen mengenai Lokasi.....	19
Tabel 1.2 Data keluhan konsumen mengenai <i>personal selling</i>	20
Tabel 1.3 Data penjualan Perumahan The Residence Tahun 2016-2020.....	20
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian	48
Tabel 3.2 Skala Likert	51
Tabel 3.3 Rentang Skala Penelitian	54
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Usia	62
Tabel 4.2 Profil Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir	62
Tabel 4.3 Profil Responden berdasarkan Penghasilan Perbulan.....	63
Tabel 4.4 Profil Responden berdasarkan Jenis Kelamin	64
Tabel 4.5 Profil Responden berdasarkan pekerjaan	64
Tabel 4.6 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Lokasi (X1).....	66
Tabel 4.7 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Personal Selling (X2)	67
Tabel 4.8 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	68
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi (X1)	69
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Personal Selling (X2).....	69
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	70
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Lokasi	70
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Personal Selling	71
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	71
Tabel 4.15 Hasil Uji Kolmogrov-Smirnov	73
Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolinieritas	74
Tabel 4.17 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	74
Tabel 4.18 Hasil Koefisien Regresi	76
Tabel 4.19 Hasil Uji Koefisien Determinasi R^2	77
Tabel 4.20 Hasil Uji T	78
Tabel 4. 21 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	79

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 Rumus Slovin.....	49
Rumus 3.2 Rentang Skala	53
Rumus 3.3 Uji Validitas Instrumen	55
Rumus 3.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	58

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran.....	44
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas	72
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas.....	72
Gambar 4.3 Uji Scatter-Plot.....	75