

**PENGARUH KEBIJAKAN BANK, LOKASI DAN
FASILITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA PERUMAHAN REXVIN GREENPARK DI
BATAM**

SKRIPSI



Oleh:

Miranda Yunita Lumbantobing

160910375

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL & HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2020**

**PENGARUH KEBIJAKAN BANK, LOKASI DAN
FASILITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA PERUMAHAN REXVIN GREENPARK DI
BATAM**

SKRIPSI

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



Oleh:

**Miranda Yunita Lumbantobing
160910375**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL & HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2020**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Miranda Yunita Lumbantobing

NPM : 160910375

Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Program Studi : Manajemen.

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

Pengaruh Kebijakan Bank, Lokasi, dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Pada Perumahan Rexvin Greenpark Di 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 Skripsi 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, 21 Januari 2020



Miranda Yunita Lumbantobing

160910375

**PENGARUH KEBIJAKAN BANK, LOKASI DAN
FASILITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA PERUMAHAN REXVIN GREENPARK DI
BATAM**

SKRIPSI

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

**Oleh
Miranda Yunita Lumbantobing
160910375**

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

Batam 21 Februari 2020



**Dr.Hendri Herman,S.E.,M.Si
Pembimbing**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kebijakan bank, lokasi dan fasilitas terhadap keputusan pembelian pada PT Rexvin Greenpark di Batam. Penelitian ini memiliki populasi sebanyak 215 orang, yaitu Rexvin Greenpark pembeli perumahan yang melakukan pembelian pada tahun 2015 – 2019 adalah 215 orang, dengan total sampel sebanyak 140 orang. Teknik pengambilan sampel adalah simple random sampling. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis linear berganda, analisis regresi ini menggunakan program SPSS. Berdasarkan hasil pengujian koefisien determinasi (R^2) sebesar 39,5% menunjukkan bahwa kebijakan bank, lokasi dan fasilitas mempengaruhi keputusan pembelian. Hasil uji t menunjukkan bahwa nilai t pada variabel kebijakan bank adalah -1,540, nilai t pada variabel lokasi adalah 4,524 dan nilai t pada variabel fasilitas adalah 3,597. Nilai dari variabel kebijakan bank t hitung lebih kecil dari nilai t tabel dengan nilai 1,97756, sehingga variabel memiliki nilai negatif dan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan untuk variabel lokasi dan fasilitas memiliki nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel dengan nilai 1,97756, sehingga variabel memiliki nilai positif dan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Jadi dapat disimpulkan bahwa kebijakan bank, lokasi dan fasilitas bersama-sama memiliki dampak positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Kebijakan Bank, Lokasi, Fasilitas, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of bank policy, location and facilities on purchasing decisions at PT Rexvin Greenpark Batam. This study has a population of 215 people, that is Rexvin housing buyers who make purchases in 2019-2020 is 215 people, with total sample of 140 people with sampling technique is simple random sampling. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis using SPSS program. Based on the test results (R²) of 39,5% indicates that the bank policy, location, facilities of the product influence the purchase decision. The result of t test shows that t value on bank policy variable is -1,540, t value on location variable is 4,524 and t value on facility variable is 3,597. The value of the bank t policy variable is smaller than the t table value with a value of 1.97756, so the variable has a negative value and has a significant effect on purchasing decisions. As for location and facility variables, the t value is greater than the t table value with a value of 1.97756, so the variable has a positive value and has a significant effect on purchasing decisions. So it can be concluded that bank policy, location, facilities together have a positive and significant impact on purchasing decisions

Keywords: *Bank Policy, Location, Facilities, Purchase Decision.*

KATA PENGANTAR

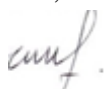
Puji syukur kita panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang senantiasa telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Universitas Putera 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 pula 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. Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI, Rektor Universitas Putera Batam yang telah memberikan izin dan kesempatan untuk menyelesaikan studi di Universitas Putera Batam;
2. Rizki Tri Anugrah Bhakti, S.H.,M.H, Dekan Universitas Putera Batam yang telah memberikan izin dan kesempatan untuk menyelesaikan studi di Universitas Putera Batam;
3. Mauli Siagian, S.Kom., M.Si, Ketua Program Studi Universitas Putera Batam yang telah memberikan ijin melaksanakan penelitian;
4. Dr.Hendri Herman,S.E.,M.Si, selaku pembimbing Skripsi pada Program Studi Universitas Putera Batam yang telah memberikan saran, bimbingan dan pengarahan dari awal sampai akhir dalam menyelesaikan skripsi ini;
5. Bapak dan Ibu di Universitas Putera Batam, khususnya jurusan Manajemen atas segala ilmu yang diberikan;
6. Seluruh staf dan dosen pengajar jurusan Manajemen yang telah memberikan banyak ilmu bagi penulis, selama mengikuti perkuliahan;
7. Keluarga dan sahabat penulis yang telah memberikan dukungan;
8. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu atas segala bantuan baik moril maupun materiil

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufik-Nya, Amin.

Batam, 29 Januari 2020



Miranda Yunita Lumbantobing

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PERNYATAAN

HALAMAN PENGESAHAN

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR RUMUS	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x

BAB I PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Pembatasan Masalah	8
1.4 Rumusan Masalah	9
1.5 Tujuan Penelitian	9
1.6 Manfaat Penelitian	10
1.6.1 Manfaat Teoritis	10
1.6.2 Manfaat Praktis	10

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Teori	11
2.1.1 Kebijakan Bank	11
2.1.2 Lokasi	14
2.1.3 Fasilitas	16
2.1.4 Keputusan Pembelian	18
2.2 Penelitian Terdahulu	21

2.3 Kerangka Pemikiran.....	24
2.3.1 Kebijakan Bank Terhadap Keputusan Pembelian.....	24
2.3.2 Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian	25
2.4 Hipotesis.....	25

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian.....	27
3.2 Operasional Variabel.....	27
3.2.1 Variabel Independen.....	27
3.2.2 Variabel Dependen	29
3.3 Populasi dan Sampel	33
3.3.1 Populasi.....	33
3.3.2 Sampel.....	33
3.4 Teknik Pengambilan Data	35
3.4.1 Teknik Pengambilan Data	35
3.4.2 Alat Pengambilan Data	36
3.5 Metode Analisis Data.....	37
3.5.1 Analisis Deskriptif	37
3.5.2 Uji Kualitas Data.....	38
3.5.3 Uji Assumsi Klasik	40
3.5.4 Uji Pengaruh.....	42
3.5.5 Uji Hipotesis.....	43
3.6 Lokasi dan Jadwal Penelitian	45
3.6.1 Lokasi penelitian	45
3.6.2 Jadwal Penelitian.....	46

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Ciri - Ciri Responden	47
4.1.1 Ciri - Ciri Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
4.1.2 Ciri – Ciri Responden Berdasarkan Usia	48
4.1.3 Ciri - Ciri Responden Berdasarkan Status Perkawinan.....	49
4.1.4 Ciri - Ciri Responden Berdasarkan Tingkat Penghasilan	49
4.2 Hasil Penelitian	50
4.2.1 Analisis Deskriptif	50

4.3 Hasil Uji Kualitas Data	58
4.3.1 Hasil Uji Validitas.....	58
4.3.2 Hasil Uji Validitas Instrumen.....	58
4.3.4 Hasil Uji Reliabilitas	59
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	60
4.4.1 Uji Normalitas	60
4.4.2 Uji Multikolinearitas	62
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	63
4.5 Uji Pengaruh.....	64
4.5.1 Analisis Regresi Linear Berganda.....	64
4.6 Uji Hipotesis.....	66
4.6.1 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji T).....	66
4.6.2 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F).....	68
4.6.3 Analisis Koefisien Determinasi (R ²)	69
4.7 Pembahasan.....	70

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	71
5.2 Saran.....	72

DAFTAR PUSTAKA	73
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	25
Gambar 2.2 Hasil Uji Normalitas Variabel Keputusan Pembelian	60
Gambar 2.3 Hasil Uji Normalitas Variabel Keputusan Pembelian	61

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Penjualan Perumahan Rexvin Greenpark Tahun 2015-2019.....	5
Tabel 1.2	Pentingnya Lokasi Perumahan Rexvin Greenpark antara lain :.....	7
Tabel 1.3	Ketersediaan Fasilitas Umum Perumahan Rexvin Greenpark	7
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	22
Tabel 3.1	Operasional Variabel Penelitian	31
Tabel 3.2	Jadwal Penelitian	46
Tabel 4.1	Responden berdasarkan Jenis Kelamin	47
Tabel 4.2	Responden Berdasarkan Usia.....	48
Tabel 4.3	Responden Berdasarkan Status	49
Tabel 4.4	Responden Berdasarkan Penghasilan	49
Tabel 4.5	Tanggapan Responden Mengenai Kebijakan Bank.....	50
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Mengenai Lokasi.....	52
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Mengenai Lokasi.....	55
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian	56
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas Instrumen.....	58
Tabel 4.10	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	59
Tabel 4.11	Hasil Uji Normalitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	62
Tabel 4.12	Hasil Uji Multikolinearitas	63
Tabel 4.13	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	63
Tabel 4.14	Hasil Estimasi Regresi.....	65
Tabel 4.15	Hasil Uji T	67
Tabel 4.16	Hasil Uji F	68
Tabel 4.17	Koefisien Determinasi.....	69

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 Slovin	33
Rumus 3.2 Rumus Validitas (Pearson Product Moment)	38
Rumus 3.3 Rumus Reliabilitas (cronbach's alfa)	39
Rumus 3.4 Regresi Linear Berganda.....	42
Rumus 3.5 Uji T	43
Rumus 3.6 Uji F	44

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	73
Lampiran 2 Tabulasi hasil input kuesioner	78
Lampiran 3 Pengolahan Data (Output SPSS)	103
Lampiran 4 Tabel r	114
Lampiran 5 Tabel t	117
Lampiran 6 Uji f	120

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan zaman di masa sekarang ini semakin meningkat dengan jumlah penduduk di kota Batam yang semakin bertambah akibat terjadinya urbanisasi sehingga banyak permintaan penduduk untuk mencari tempat tinggal, apalagi kota ini termasuk kota industri yang terdiri banyak perusahaan-perusahaan. Sesuai data sensus penduduk dari BPS tahun 2019 jumlah penduduk di Kepulauan Riau yang sudah mencapai 2 189 653 jiwa dan di kota Batam sebanyak 1.376.009 jiwa. Berdasarkan data dari situs resmi Persatuan Pengusaha Real Estate Indonesia, bahwa kota Batam memiliki banyak permintaan akan kebutuhan dalam bidang properti yaitu rumah, rumah perkantoran (rukan), rumah toko (ruko) yang semakin tinggi. Sehingga banyak para perantau / transmigran dari luar Batam yang ingin menetap untuk mencari pekerjaan. Bukan hanya perantau saja penyebab bertambahnya penduduk, faktor kelahiran setiap tahunnya juga salah satunya. Sehingga pertumbuhan penduduk naik drastis dan berdampak pada meningkatnya permintaan masyarakat untuk memiliki rumah. (Badan Pusat Statistik Provinsi Kepulauan Riau).

Rumah memiliki banyak fungsi, baik penunjang identitas keluarga sebagai tempat perlindungan dan berteduh dari cuaca luar. Fungsi kedua, penunjang kesempatan dari kehidupan sosial, budaya dan ekonomi yaitu sebagai kebutuhan untuk pemenuhan akses ke berbagai tempat, baik ke tempat kerja untuk mendapatkan ilmu yang diterima oleh masyarakat. Fungsi ketiga, penunjang rasa aman yaitu pemenuhan terjaminnya keadaan di masa depan baik jaminan keamanan atas lingkungan perumahan yang di tinggali dan jaminan dari kepemilikan rumah yang ditempati. Setiap orang memiliki pilihan yang berbeda-beda dalam pembelian rumah baik itu secara cash maupun kredit, untuk itu diperlukannya kebijakan bank yang berarti memberikan pinjaman uang kepada masyarakat yang ingin membeli rumah secara kredit, itu akan memudahkan dalam pembelian rumah.

Di setiap perumahan penetapan kebijakan bank pada konsumen perumahan berbeda-beda. Perbedaan tersebut mempengaruhi pada keputusan konsumen untuk membeli perumahan. Dimulai dari bank yang suku bunganya rendah ke tinggi dan aturan-aturan bank yang ditetapkan. Aturan bank tersebut banyak mempersulit konsumen perumahan dalam melakukan keputusan pembelian. Berdasarkan aturan bank yaitu peminjaman harus sesuai dengan slip gaji yang standar. Dengan berbagai aturan bank yang ada konsumen memilih jalan terakhir dengan cash bertahap dan KPR.

Kebanyakan masyarakat dalam melakukan pembelian rumah itu berdasarkan proses KPR (Kredit Kepemilikan Rumah). Keputusan pembelian rumah secara KPR ini dipengaruhi oleh banyak hal, baik dari tawaran dari pihak

perbankan yang bekerjasama pada pihak perumahan, promosi yang dilakukan developer, hubungan perbankan dengan nasabah, dan lainnya. Hal yang paling utama memengaruhi keputusan pembelian rumah secara KPR adalah suku bunga bank yang berlaku (Gunawan & Cahyanti,2014: 95). Dan lokasi juga akan menjadi sasaran utama pihak developer untuk memasarkan perumahan di lokasi yang strategis.

Pemilihan lokasi faktor penting yang dibutuhkan oleh pengusaha sebagai kunci kesuksesan usaha perumahan sehingga dapat mempengaruhi minat beli konsumen. Letak lokasi perumahan yang terlalu jauh dari jalan utama sering membuat pelanggan perumahan membuat pilihan dalam memilih lokasi perumahan. Jika kriteria lokasi yang jauh dari fasilitas umum diminimalkan maka konsumen dapat menentukan keputusan pembelian. Karena rata-rata pembeli ingin rumahnya dekat dengan fasilitas umum baik itu dekat dengan pasar, adanya listrik, ketersediaan air, angkutan umum, pendidikan,telekomunikasi, ketersediaan tenaga kerja yang harus ada dilingkungan sekitar perumahan. Lokasi strategis merupakan lokasi yang dekat dengan tempat kerja, pasar, tempat ibadah dan sekolah untuk konsumen yang mempunyai anak (Nainggolan & Heryenzus,2018: 44). Untuk memenuhi permintaan konsumen tersebut para developer harus membuat konsumen tertarik untuk membeli rumah yang ditawarkan. Bukannya lokasi saja sebagai pertimbangan pembeli, pengusaha juga harus tau bahwa fasilitas juga termasuk kriteria pertimbangan pembeli.

Fasilitas juga termasuk faktor pendukung untuk keputusan konsumen. Fasilitas berupa peralatan atau perlengkapan yang ditawarkan untuk konsumen

sebelum suatu jasa ditawarkan. Dengan apapun yang diperlukan konsumen dengan tujuan memberikan tingkat kepuasan yang maksimal, maka pihak developer harus mengetahui kebutuhan yang diperlukan konsumen. Fasilitas fisik yang sangat dibutuhkan konsumen seperti adanya tempat perbelanjaan/pasar, adanya sarana pendidikan, rumah sakit, akses jalan, transportasi umum, bank dan tempat ibadah.

Fasilitas non fisik seperti ketersediaan air bersih, kondisi lingkungan yang aman, kondisi lingkungan yang asri dan udara segar. Fasilitas – fasilitas ini sangat memudahkan masyarakat dalam melaksanakan aktivitasnya. Jika tidak adanya fasilitas-fasilitas di setiap perumahan maka konsumen akan sulit mencari fasilitas yang dibutuhkan, terpaksa untuk mendapatkan fasilitas itu konsumen harus keluar dan pergi ke daerah lain. Ini menunjukkan penting sekali fasilitas umum bagi konsumen. Fasilitas yang diatas dapat mempengaruhi keputusan pembelian pada konsumen.

Perilaku konsumen saat menentukan keputusan pembelian seluruh kegiatan yang membuat konsumen melakukan tindakan ketika konsumen sebelum membeli, ketika membeli, dan menggunakan produk yang dibeli, serta kegiatan mengevaluasi (Mulyati et al. 2016). Pengambilan keputusan atau bisa disebut kegiatan yang dilakukan konsumen untuk membeli produk perumahan yang ditawarkan pengusaha baik konsumen mau atau tidak.

Proyek Perumahan Rexvin Green Park ini dikembangkan oleh PT. Rexvin Putra Mandiri, yang merupakan anak perusahaan dari developer Cipta Group yang bergerak dalam bidang pembangunan properti. Selesai bangun pada tahun 2016

yang merupakan tempat yang nyaman dan bagus dengan bentuk dan desain rumah minimalis. Perumahan Rexvin terletak di kawasan yang masih asri dan dekat dengan kawasan industri shipyard. Perumahan yang dikembangkan oleh PT Rexvin Putra Mandiri (Cipta Group) ini sedang membangun Cluster Carnation dan Lavender dengan rumah type 36, 45 dan 70. Dengan total perumahan yang ada di Rexvin dapur 12 adalah 1000 unit.

Tabel 1. 1 Data Penjualan Perumahan Rexvin Greenpark Tahun 2015-2019

Tahun	Jumlah Unit Terjual			Harga Jual		
	36/ 72	45/ 84	70/ 84	36/72	45/84	70/84
2015	42	3	21	170.000.000	250.000.000	380.000.000
2016	47	9	6	200.000.000	294.000.000	442.000.000
2017	21	6	1	218.000.000	297.000.000	470.000.000
2018	17	7	-	220.000.000	301.500.000	-
2019	25	9	1	223.500.000	305.000.000	639.360.000

Tabel 1. 1 Data Penjualan Perumahan Rexvin Tahun 2015-2019 (Lanjutan)

Tahun	Total (Jumlah unit x Harga jual)		
	36/72	45/84	70/84
2015	7.140.000.000	750.000.000	7.980.000.000
2016	9.400.000.000	2.646.000.000	2.652.000.000
2017	4.578.000.000	1.782.000.000	470.000.000
2018	3.740.000.000	2.110.500.000	
2019	5.587.500.000	2.745.000.000	639.360.000
Total	30.445.500.000	24.055.000.000	11.741.360.000

Sumber : Developer Rexvin Green Park, PT. Rexvin

Berdasarkan data penjualan diatas dari tahun ke tahun unit penjualannya fleksibel atau sering berubah-ubah. Dapat diprediksi terdapat permasalahan yang menghambat konsudmen untuk melakukan pembelian di perumahan tersebut. Salah satunya adalah kebijakan bank atau sistem pembiayaan. Dalam pembelian rumah pada perumahan sering terkendala pada sistem pembiayaannya, baik

pembayaran secara tunai dan juga pinjaman. Untuk konsumen menengah ke bawah sering menggunakan sistem pembiayaan dengan pinjaman /kredit. Pemerintah sudah menetapkan sistem pembayaran KPR (Kredit Kepemilikan Rumah) untuk membantu masyarakat menengah kebawah yang ingin memiliki rumah. Kebijakan bank yang terlalu mempersulit konsumen dapat mengurangi penjualan rumah dan konsumen memutuskan untuk mencari perumahan lain sebagai pengganti.

Pihak perumahan sudah berjuang keras untuk memasarkan perumahannya dengan berbagai macam promosi. Berdasarkan survey yang dilakukan peneliti ada beberapa penyebab lambatnya penjualan yang dilakukan perumahan tersebut. Permasalahannya yakni kebijakan bank yang terlalu mempersulit konsumen dengan besarnya bunga yang ditawarkan. Begitu juga dengan, keberadaan lokasi konsumen yang jauh dari lokasi kerja dan sulitnya dijumpai alat transportasi umum yang membuat konsumen berpikir ulang untuk membeli perumahan tersebut. Serta fasilitas yang kurang.

Tabel 1. 2 Pentingnya Lokasi Perumahan Rexvin Greenpark antara lain :

Aspek	Subjek	Pentingnya karena
Dekat dengan tempat kerja	Pasangan dan Keluarga	Agar waktu tidak terbuang hanya dalam perjalanan yang jauh
Dekat dengan sekolah	Keluarga dan anak-anak	Agar anak yang bersekolah terpantau oleh orang tua
Dekat dengan fasilitas yang ada	Semua orang	Agar mudah dijangkau konsumen untuk memenuhi kebutuhannya

Sumber : Hasil Survey dari Lapangan Perumahan REXVIN GREEN PARK

Berdasarkan hasil survey diatas lokasi yang strategis itu adalah dekat dengan semua keperluan konsumen. Data diatas menunjukkan lokasi perumahan rexvin dekat dengan suatu industri, sekolah dan fasilitas yang ada. Akan tetapi lokasi perumahan letak nya jauh dari jalan utama. Untuk mendapatkan transportasi umum sangatlah sulit, apalagi jika konsumen pejalan kaki yang bekerja di lokasi yang cukup jauh.

Tabel 1. 3 Ketersediaan Fasilitas Umum Perumahan Rexvin Greenpark

Fasilitas Umum	Keterangan
Jaringan Listrik	Jaringan listrik menggunakan kartu prabayar isi ulang
Jaringan Air Bersih	Tersedia Jaringan Air Bersih untuk dipakai konsumen
Sekurity 24 jam	Sekurity menjaga keamanan perumahan 24 jam
Tempat Parkir	Tersedia tempat parkir di setiap bagian depan rumah.
Tempat Ibadah	Tersedia tempat ibadah untuk umat beragama nasrani dan muslim

Sumber : PT. Rexvin Putra Mandiri

Data fasilitas yang ada diatas hanya secara umum saja yang ada di perumahan tersebut. Masih kurangnya fasilitas yang di perlukan konsumen seperti pusat perbelanjaan atau pasar, taman, bank, rumah sakit dan kolam berenang. Agar konsumen mendapatkan hiburan dan keperluan sehari-hari tanpa keluar dari gerbang perumahan.

Berdasarkan uraian penjelasan di atas, maka dapat disimpulkan perlu untuk membahas lebih lanjut mengenai “Pengaruh Kebijakan Bank, Lokasi dan Fasilitas terhadap Keputusan Pembelian Pada Perumahan Rexvin GreenPark Di Batam”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah pada uraian diatas, maka dapat diidentifikasi berbagai permasalahan sebagai berikut :

1. Konsumen terkendala dengan kebijakan bank untuk pembelian rumah.
2. Pemilihan lokasi yang kurang tepat yaitu jauh dari jalan utama yang letaknya jauh dari fasilitas umum.
3. Akses jalan yang sedikit atau kurang memadai.
4. Kurangnya fasilitas umum yang disediakan pihak perumahan.

1.3 Pembatasan Masalah

Peneliti membatasi permasalahan pada pengaruh kebijakan bank, lokasi dan fasilitas terhadap keputusan pembelian oleh konsumen yang menempati Perumahan Rexvin.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah Kebijakan bank perumahan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Perumahan Rexvin Green Park ?
2. Apakah Lokasi perumahan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Perumahan Rexvin Green Park?
3. Apakah Fasilitas perumahan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Perumahan Rexvin Green Park?
4. Apakah Kebijakan bank, Lokasi dan Fasilitas perumahan dapat berpengaruh secara bersama - sama terhadap keputusan pembelian di Perumahan Rexvin Green Park?

1.5 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui kebijakan bank perumahan dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Perumahan Rexvin Green Park.
2. Untuk mengetahui lokasi perumahan dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Perumahan Rexvin Green Park.
3. Untuk mengetahui fasilitas perumahan dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Perumahan Rexvin Green Park.

4. Untuk mengetahui kebijakan bank, lokasi dan fasilitas perumahan secara bersama-sama dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Perumahan Rexvin Green Park.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

Diharapkan bahwa penelitian yang dilakukan dapat memberi manfaat dan ilmu pengetahuan beserta wawasan dalam bidang pemasaran yang dilakukan oleh pebisnis dengan memerhatikan kebijakan bank, lokasi, dan fasilitas.

1.6.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Pengelola Perumahan Rexvin Green Park di Batam, untuk mengetahui ada tidaknya faktor kebijakan bank, lokasi, dan fasilitas terhadap keputusan pembelian rumah, agar dapat ditentukan strategi apa yang digunakan dalam pemasaran rumah pada Perumahan Rexvin Green Park.
2. Bagi Universitas Putera Batam, sebagai referensi bagi adik kelas universitas putera batam.
3. Bagi Peneliti, penelitian ini adalah suatu peluang untuk mengaplikasikan teori- teori yang didapat dari perkuliahan.
4. Bagi peneliti selanjutnya, sebagai bahan referensi yang dapat memberikan perbandingan dalam melakukan penelitian dalam topik yang sama.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Teori

2.1.1 Kebijakan Bank

2.1.1.1 Pengertian Kebijakan Bank

Kebijakan bank merupakan aturan yang ditetapkan untuk pembiayaan dalam kepemilikan rumah. Adanya Fasilitas Likuiditas Pembiayaan Perumahan (FLPP) digunakan untuk persediaan dana dengan tujuan mendukung sistem KPR/Kredit Pemilikan Rumah (Nugroho & Satriavie, 2014: 2011).

Menurut (Raharjo & Wahyuni, 2019: 40) kebijakan bank/pembiayaan adalah aktivitas bank dalam menyalurkan dana kepada pihak lain. Pada setiap pembiayaan dalam pembelian produk sudah diperhitungkan risiko pembiayaannya oleh bank. Dengan kata lain risiko pembiayaan dapat berpengaruh pada profitabilitas perusahaan yang menetapkan sistem pembiayaan yang akan digunakan.

Menurut (Binti Ida Umayu, 2017: 283-284) kegunaan kebijakan yang dikeluarkan Bank Indonesia berguna untuk mengantisipasi atau meminimalisir perekonomian apabila tiba-tiba naik ataupun turun sebagai dampak dari pertumbuhan KPR (Kredit Kepemilikan Rumah).

Kebijakan bank yaitu terdiri dari 2 pilihan pembiayaan dalam pembelian rumah yaitu tunai dan pinjaman. Pembayaran secara tunai yaitu pembayaran yang dilakukan langsung dan tidak ada jenjang bertahap. Jika Pinjaman atau sering disebut dengan istilah KPR yaitu kredit yang akan diberikan oleh pihak perbankan kepada para nasabah. KPR terdiri dari 2 macam yaitu KPR yang subsidi dan KPR yang non subsidi. Perhitungan bunga KPR memiliki 3 metode yaitu perhitungan bunga flat, bunga efektif dan bunga anuitas tahunan dan bulanan (Bank Indonesia, 2012).

Dapat disimpulkan bahwa kebijakan bank adalah faktor penting dalam keputusan konsumen dalam membeli rumah. Kebijakan bank atau sistem pembiayaan yang diterapkan oleh setiap instansi dengan mempertimbangkan berbagai hal, baik penghasilan per individu dan juga usaha yang dilakukan oleh individu. Dengan berbagai macam suku bunga dari berbagai bank yang telah bekerja sama dengan instansi.

2.1.1.2 Penetapan Kebijakan Bank

Menurut (Anastasia, 2013: 145) ada beberapa penetapan kebijakan bank dalam pembelian suatu perumahan:

1. Tunai yaitu konsumen yang melakukan pembayaran rumah secara cash sesuai dengan harga jual rumah seluruhnya, sehingga untuk di hari kedepannya konsumen tidak mempunyai tanggungan atas biaya rumah.
2. KPR (Kredit Kepemilikan Rumah). Konsumen membeli rumah dengan cara cicilan/kredit. Ada beberapa jenis KPR untuk cara pembayarannya, antara lain: KPR-BTN, KPR-Bank Swasta, dll.

2.1.1.3 Indikator Kebijakan Bank

Menurut (Widyastuti & Handayani, 2013: 115) ada beberapa indikator dari kebijakan bank :

1. Kesesuaian dengan harga rumah

Kebijakan bank yang telah ditetapkan harus sesuai dengan harga rumah yang dijual kepada konsumen. Dengan berbagai aturan bank yang ditentukan dan suku bunga yang juga sudah ditentukan dapat mempermudah konsumen melakukan pinjaman untuk pembelian properti dapat terwujud .

2. Tipe rumah dan luas tanah

Bukan dengan harga saja, tipe rumahnya dan luas tanah berpengaruh terhadap kebijakan bank. Semakin luas bidang tanahnya dan semakin tinggi tipe rumah yang diinginkan maka akan mempengaruhi terhadap suku bunga pada kebijakan bank.

3. Angsuran rumah yang harus dibayar sesuai dengan penghasilan konsumen.

Kebijakan bank akan dikeluarkan dengan persyaratan angsuran rumah harus sesuai dengan penghasilan konsumen. Biasanya untuk sebagai bukti harus menggunakan slip gaji dari individu ataupun dengan usaha yang dilakukan calon pembeli. Jika tidak memenuhi syarat maka proses peminjaman akan dibatalkan. Dengan jalan terakhir yang akan dilakukan dengan pembelian secara cash bertahap.

2.1.2 Lokasi

2.1.2.1 Pengertian Lokasi

Lokasi merupakan salah satu perlengkapan fisik yang sangat penting, jika pemilihan lokasi tidak tepat dapat berpengaruh terhadap penurunan nilai jual rumah. Lokasi yang strategis dapat menjamin akses jalan yang cepat, dan juga menarik perhatian konsumen agar dapat mengubah pola berbelanja dan pembelian konsumen (Iskandarsyah & Utami, 2017: 132).

Lokasi adalah suatu tempat yang harus strategis dalam usaha yang dilihat dari segi jaraknya dan akses jalan transportasi. Ada beberapa faktor yang harus diperhatikan dalam memilih lokasi yaitu : lokasi dekat dengan sasaran atau target yang dituju karena jika produk tiba ke pasar nya cepat, mak cepat juga pihak perusahaan untuk melayani konsumen (Suharjadi et al., 2017: 169).

Menurut (Nainggolan & Heryenzus, 2018: 44) lokasi yaitu sebuah lokasi yang dimana tempat hasil produk perusahaan berada. Letak lokasi juga berfungsi untuk memutuskan kemajuan dari sebuah usaha karena itu adalah cara yang strategis untuk dapat dicapai suatu perusahaan.

Lokasi adalah tempat proses produksi yang diletakkan dan dibangun di daerah yang relatif baik bagi kepentingan perusahaan yang bertujuan memaksimalkan keuntungan (Ferdiawati, 2016: 68). Menurut (Stone & Davis, 2015: 94) bahwa niat dan persepsi konsumen dalam pembelian rumah yaitu didasarkan pada jarak rumah dari lingkungan yang dekat dengan fasilitas umum.

Menurut (Memah *et al*, 2015: 1265) lokasi merupakan lokasi dimana suatu

perusahaan dapat melakukan operasi. Dengan pemilihan lokasi yang benar dapat terwujudnya dan tercapainya tujuan suatu perusahaan.

Lokasi juga merupakan strategi yang dibuat perusahaan berkaitan dengan dimana produk yang dipasarkan dan stafnya akan diposisikan, serta lokasi adalah gabungan antara lokasi dengan saluran distribusi yang berkaitan langsung dengan penyampaian jasanya terhadap konsumen (Gede Marendra et al., 2018: 37).

Berdasarkan pengertian lokasi dari para ahli dapat disimpulkan bahwa lokasi merupakan letak suatu produk yang akan ditawarkan kepada konsumen dengan kesesuaian permintaan pelanggan. Lokasi juga menentukan letak usaha yang strateis dengan memberikan keuntungan.

2.1.2.2 Penetapan Lokasi

Menurut (Senggetang *et al*, 2019: 882) adapun beberapa pertimbangan dalam penetapan lokasi yaitu :

1. Akses, misalnya lokasi yang mudah dilalui atau mudah dijangkau sarana transportasi umum.
2. Visibilitas, misalnya lokasi dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan atau jarak pandang normal.
3. Tempat parkir yang luas, aman dan nyaman yang baik bagi kendaraan roda dua dan juga bagi kendaraan roda empat.
4. Ekspansi, yaitu tersedia tempat yang cukup luas untuk pelebaran atau perluasan usaha di kemudian hari.

2.1.2.3 Indikator Lokasi

Ada beberapa indikator lokasi yaitu sebagai berikut (Sugiarto, 2019: 74):

1. Lokasi dekat dengan lokasi kerja
2. Lokasi dekat dengan jalan utama
3. Lokasi dekat dengan fasilitas perdagangan
4. Lokasi dekat dengan sarana pendidikan
5. Lokasi dekat dengan sarana pelayanan kesehatan/ rumah sakit.
6. Lokasi dekat dengan sarana layanan bank
7. Lokasi dekat dengan kantor pemerintahan
8. Lokasi dekat dengan tempat hiburan/ rekreasi
9. Lokasi dekat dengan tempat olahraga

2.1.3 Fasilitas

2.1.3.1 Pengertian Fasilitas

Fasilitas adalah segala sesuatu yang berbentuk fisik yang disediakan oleh pihak penyedia jasa untuk digunakan dan dinikmati konsumen serta mendukung kenyamanan konsumen dalam meningkatkan kepercayaan konsumen dalam memilih rumah yang sesuai (Iskandarsyah & Utami, 2017: 132).

Menurut (Memah *et al*, 2015: 1265) fasilitas adalah penyediaan atas perlengkapan perlengkapan fisik untuk semua konsumen dalam kegiatannya sehari hari, sehingga kebutuhan konsumen dapat terpenuhi selama tinggal di perumahan. Menurut (Rachmawati *et al*, 2019: 372) bahwa konsumen membeli rumah itu dapat memerhatikan faktor fasilitas yang dimana disetiap perumahan pasti memiliki atribut atau perlengkapannya masing-masing.

Menurut (Bayuprima, 2016) prasarana dan fasilitas umum yang disediakan adalah:

1. Jalan
2. Air minum
3. Pembuangan air hujan
4. Pembuangan sampah
5. Jaringan listrik
6. Jaringan telepon
7. Angkutan umum

Menurut (Lempoy *et al*, 2015: 1075) fasilitas yaitu sarana dalam bentuk fisik yang dapat di proses mulai dari inputnya sampai output yang dihasilkan. Fasilitas sarana yang disediakan daerah perumahan seperti sarana pendidikan, kesehatan, peribadatan, perbelanjaan, sarana olahraga dan taman. Sedangkan fasilitas prasarana seperti pertamanan yang baik atau dengan bentuk khusus dan adanya pos jaga.

Fasilitas adalah barang nyata yang perlu ada sebelum suatu jasa di pasarkan kepada konsumen. Barang nyata tersebut dapat mempermudah konsumen untuk memutuskan pembelian baik secara berulang ataupun tidak. Jasa itu tidak bisa dilihat ataupun dicium tetapi hanya bisa dirasakan (Soepeno *et al*, 2015: 504).

Dari beberapa teori diatas, peneliti dapat menyimpulkan bahwa fasilitas merupakan perlengkapan baik fisik maupun nonfisik yang dibutuhkan konsumen dalam kegiatan sehari harinya dan disediakan oleh pihak perumahan kepada konsumen.

2.1.3.2 Penetapan Fasilitas

Menurut (Jusuf & Sari, 2018: 9) hal yang perlu diperhatikan pembeli dalam memilih rumah :

1. Perlengkapan/ perabotan
2. Kenyamanan berkaitan dengan ruangan, tata cahaya dan kebersihan.

2.1.3.3 Indikator Fasilitas

Menurut (Sugiarto, 2019: 74) ada beberapa indikator fasilitas :

1. Fasilitas peribadatan yang dapat dijangkau
2. Tersedianya sarana pendidikan.
3. Tersedianya taman
4. Tersedianya sarana olahraga
5. Tersedianya pos jaga/siskamling dan berdekatan dengan warga

2.1.4 Keputusan Pembelian

2.1.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian

Menurut (Memah *et al*, 2015: 1265) keputusan pembelian merupakan proses dimana konsumen mengenal masalah, mencari tahu informasi suatu merek dan mengevaluasi sehingga dapat memutuskan pada proses pembelian. Menurut (Zhang, 2010: 934) pengambilan keputusan konsumen itu didasarkan bukti nyata yang dirasakan oleh konsumen berdasarkan fasilitas yang telah diberikan.

Keputusan pembelian adalah proses dimana konsumen melewati 5 tahap, yaitu dimulai dari pengenalan masalah, mencari berbagai informasi, mengevaluasi jalan alternatifnya, memutuskan pembelian dan perilaku saat setelah proses pembelian (Suharjadi & Purwanto, 2017: 170)

Keputusan pembelian dalam memilih rumah dapat dipengaruhi oleh beberapa hal seperti lebar jalan dan kondisi jalan yang dekat dengan rumah, fasilitas keamanan lingkungan, fasilitas kemudahan seperti: pusat kebugaran, toko, tempat olahraga dan tempat rekreasi, fasilitas lain yang berasal dari rumah itu sendiri: jumlah kamar mandi, jumlah kamar tidur (Rafika *et al*, 2016: 80).

Keputusan pembelian dapat memengaruhi keputusan lainnya, keputusan ini berpengaruh dengan proses konsumsi produk pasca pembelian. Pada dasarnya setiap keputusan yang diambil konsumen adalah untuk mengatasi masalah yang akan dihadapi. Dalam proses pengambilan keputusan, konsumen membutuhkan informasi dan melakukan upaya untuk memperoleh informasi tersebut (Damiati *et al.*, 2017: 174)

Keputusan merupakan memilih salah satu dari dua atau lebih alternatif. Di dalam pengambilan keputusan konsumen, sebagai pemecahan masalah, kita berfokus pada tujuan konsumen yang mereka cari untuk dicapai atau untuk dipuaskan (Supranto & Limakrisna, 2011: 211)

Dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian adalah proses dimana pembeli mengenal semua masalah produk dan mereknya sehingga pembeli memiliki pertimbangan untuk memecahkan masalahnya, apakah produk tersebut layak digunakan pembeli dan sesuaikah harganya. Sehingga timbullah rasa ketertarikan yang tinggi dan pembeli memberikan keputusan untuk membeli perumahan tersebut.

2.1.4.2 Penetapan Keputusan Pembelian

Menurut (Suharjadi *et al*, 2017: 169) faktor –faktor yang menetapkan dalam memutuskan pembelian yaitu sebagai berikut :

1. Faktor budaya yang dapat mempengaruhi konsumen.
2. Faktor sosial seperti status sosial konsumen, kelompok/organisasi dan keluarga.
3. Faktor personal yang dipengaruhi dengan ciri – ciri pribadi konsumen seperti usia pembeli, pekerjaan, ekonomi dan gaya hidup.
4. Faktor Psikologis yaitu pilihan seseorang dipengaruhi oleh empat faktor psikologis utama yaitu motivasi, persepsi, pembelajaran serta keyakinan dan sikap.

2.1.4.3 Indikator Keputusan Pembelian

Menurut (Senggetang *et al*, 2019: 833) ada beberapa indikator keputusan pembelian :

1. Kemantapan pada sebuah produk.
Kesiapan konsumen dalam memilih produk yang diinginkan, memiliki banyak pertimbangan baik itu secara finansial maupun secara nonfinansial. Konsumen akan mengumpulkan informasi mengenai produk tersebut, apakah produk tersebut sesuai kriteria yang diinginkan konsumen atau tidak.
2. Kebiasaan dalam membeli produk.
Kebiasaan pada saat membeli produk mencakup waktu pembelian konsumen, jumlah yang diinginkan konsumen, dimana pembelian dilakukan. Misalnya dari bidang pekerjaan, sebagian besar karyawan pada

waktu gajian melakukan proses pembelian itu dalam jumlah produk yang banyak. Begitu juga masyarakat yang berpenghasilan besar dapat diprediksi juga pembelian produk itu dalam jumlah yang banyak.

3. Memberikan rekomendasi pada orang lain.

Salah satu bentuk komunikasi ataupun promosi tidak langsung yang dilakukan konsumen yang sudah membeli dengan menceritakan produk tersebut kepada orang lain.

4. Melakukan pembelian ulang.

Keinginan pelanggan atau respon pelanggan dalam melakukan pembelian ulang untuk di waktu mendatang.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah salah satu pedoman untuk peneliti perihal melakukan penelitian supaya memperbanyak teori yang akan digunakan. Dari penelitian terdahulu, tidak ditemukan penelitian yang mempunyai judul yang sama dengan judul penelitian peneliti. Tetapi peneliti akan mengambil beberapa penelitian sebagai referensi untuk memperkaya bahan teori pada penelitian peneliti. Berikut adalah simpulan dari beberapa penelitian terdahulu yang akan mendukung penelitian ini :

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

Penelitian	Judul	Variabel	Hasil
Vidada (2017)	Faktor Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Properti di Kota Tangerang	Bauran pemasaran, properti, dan keputusan pembelian	1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bauran pemasaran dan properti terhadap keputusan pembelian properti di Kota Tangerang dengan koefisien koefisien determinasi sebesar 76,7%. Sisanya 23,3% adalah pengaruh faktor lain diluar model ini.
Hanifah, Arifin dan Hidayat, (2016)	Pengaruh Bauran Pemasaran Berwawasan Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian	Bauran Pemasaran, Produk, Harga, Tempat, Promosi, Keputusan Pembelian	1. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa variabel Produk, Harga, Tempat, dan Promosi secara bersama sama berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian
Deviyanti dan Husda, (2018)	<i>Effect Of Location And Product Quality On Purchase Decision Of Rexvin Housing Batam</i>	Lokasi, kualitas produk dan keputusan pembelian	1. Hasil uji t menunjukkan bahwa nilai t pada variabel lokasi adalah 2,464 dan nilai t pada variabel kualitas produk adalah 7,743. Sehingga masing masing variabel memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
Hamidi dan Moazzeni, (2018)	<i>Does Location Matter? Performance Analysis of the Affordable Housing Programs with Respect to Transportation Affordability in Dallas</i>	Lokasi, keterjangkau an transportasi, dan keputusan pembelian.	1. Berdasarkan hasil penelitian ini bahwa HCV memiliki lebih banyak fleksibilitas untuk memilih lokasi unit perumahan mereka, sebagian besar tidak terjangkau oleh Properti HCV (84,62%) 2. Sekitar 69% (718 properti dari 1032 properti) dari proyek perumahan di DFW

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu (Lanjutan)

Penelitian	Judul	Variabel	Hasil
	<i>FortWorth (DFW) Metropolis</i>		menghabiskan lebih dari 15% dari penghasilan mereka untuk transportasi dan karenanya tidak terjangkau.
Ganthari dan Syafri (2018)	Pengaruh Pembiayaan KPR Syariah Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Di Kota Cirebon	Suku bunga kredit, pendapatan perkapita, kebijakan pemerintah dan kredit kepemilikan rumah	<ol style="list-style-type: none"> 1. Berdasarkan hasil uji t, variabel suku bunga kredit berpengaruh signifikan terhadap kredit pemilikan rumah dikarenakan nilai probabilitasnya sebesar $0,0009 < 0,05$ 2. Loan to Value tidak berpengaruh signifikan terhadap kredit pemilikan rumah dikarenakan nilai probabilitasnya yang sebesar $0,3249 > 0,05$ dan 3. Pendapatan perkapita juga berpengaruh signifikan terhadap kredit pemilikan rumah dikarenakan nilai probabilitasnya yang sebesar $0,0000 < 0,05$
Senggetan g, et al (2019)	Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan KawanuaEmerad City	Lokasi, promosi, persepsi harga dan keputusan pembelian	<ol style="list-style-type: none"> 1. Berdasarkan penelitian ini bahwa variabel lokasi (X1) dengan nilai 0.967, promosi (X2) dengan nilai 0.077 dan persepsi harga (X3) dengan nilai 0.084 yang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian
Rafika, et al (2016)	Analisis Pengaruh Harga, Lokasi, dan Fasilitas Terhadap Pembelian Rumah di Surabaya	Harga, lokasi, fasilitas, keputusan pembelian.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Berdasarkan penelitian ini bahwa variabel harga, lokasi dan fasilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian

2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah awal pemikiran yang menjelaskan garis besar dari penelitian berupa fakta pada suatu pengamatan penelitian. Kerangka pemikiran dibuat berdasarkan dari pertanyaan penelitian dan hubungan antar setiap variabel. Berdasarkan uraian diatas dapat dijelaskan kerangka pemikiran yaitu Kebijakan Bank, Lokasi dan Fasilitas terhadap keputusan pembelian pada Perumahan Rexvin Green Park di Batam. Berikut kerangka pemikiran penelitian ini :

2.3.1 Kebijakan Bank Terhadap Keputusan Pembelian

Menurut (Ganthari & Syafri, 2018: 57) hal yang perlu dipertimbangkan dalam keputusan pembelian rumah yaitu kebijakan bank yang diterapkan. Kebijakan bank dapat berupa suku bunga nya. Apabila tingkat suku bunga kredit tinggi maka semakin rendah jumlah kredit pemilikan rumah. Jika itu terjadi dapat membuat penurunan dalam daya beli masyarakat.

Berdasarkan hasil penelitian (Ganthari & Syafri, 2018: 57) variabel dari kebijakan bank berupa suku bunga kredit berpengaruh signifikan terhadap kredit pemilikan rumah dikarenakan nilai probabilitasnya sebesar $0,0009 < 0,05$.

Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian

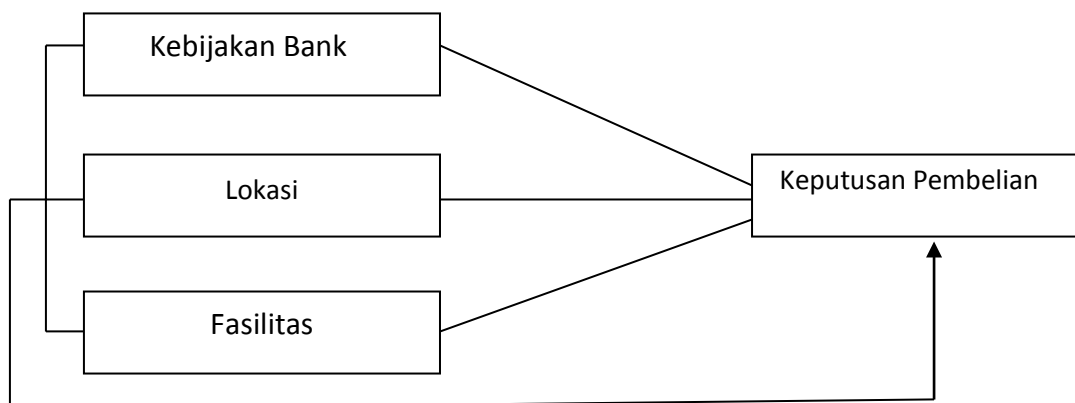
Menurut (Senggetang *et al*, 2019: 882) dalam memasarkan suatu proyek properti, tentunya dasar utama bagi sebuah pengembang adalah memilih lokasi pengembangan proyek yang tepat. Itu merupakan kunci utama dalam mendirikan suatu bidang usaha baik jasa atau produk.

Berdasarkan hasil penelitian (Senggetang *et al*, 2019: 882) lokasi terhadap keputusan pembelian memiliki pengaruh positif dan signifikan.

2.3.2 Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian

Menurut (Memah *et al*, 2015: 1265) dengan tersedianya fasilitas yang diperlukan konsumen maka keputusan konsumen untuk menjadi pelanggan akan semakin meningkat dan juga tingkat ketertarikan konsumen akan bertambah. Fasilitas tersebut dapat berupa perlengkapan fisik ataupun nonfisik yang sangat dibutuhkan konsumen dalam kegiatan sehari harinya.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan (Memah *et al*, 2015: 1265) menyatakan bahwa fasilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut :

H1 : Kebijakan Bank diduga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Perumahan Rexvin.

H2 : Lokasi diduga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Perumahan Rexvin.

H3 : Fasilitas diduga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Perumahan Rexvin.

H4 : Kebijakan Bank, Lokasi dan Fasilitas diduga secara bersama sama berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Perumahan Rexvin.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Desain penelitian adalah cetak biru bagi peneliti atau bisa disebut sebagai panduan bagi peneliti dalam menjawab pertanyaan penelitian secara valid, objektif, dan akurat. Dalam penelitian ini, peneliti memakai desain penelitian kuantitatif yang digunakan untuk menghitung secara ilmiah. Dengan menggunakan sampelnya berasal dari orang-orang yang akan mengisi kuesioner dengan berbagai pernyataan mengenai survey yang dilakukan peneliti pada objek. Itu dapat menentukan berapa nilai persentase dari pendapat mereka (Sanusi, 2011: 13).

3.2 Operasional Variabel

3.2.1 Variabel Independen

Menurut (Sugiyono, 2012: 39) variabel independen atau sering disebut dengan variabel variabel bebas yaitu variabel yang mempengaruhi atau penyebab timbulnya variabel dependen. Pada penelitian ini, variabel independennya (X) adalah kebijakan bank (X1), lokasi (X2) dan fasilitas (X3).

3.2.1.1 Kebijakan Bank

Menurut (Raharjo & Salamah, 2019: 40) kebijakan bank/pembiayaan adalah aktivitas bank dalam menyalurkan dana kepada pihak lain. Pada setiap pembiayaan dalam pembelian produk sudah diperhitungkan risiko pembiayaannya oleh bank. Dengan kata lain risiko pembiayaan dapat berpengaruh pada profitabilitas perusahaan yang menetapkan sistem pembiayaan yang akan digunakan.

Menurut (Widyastuti & Handayani, 2013) ada beberapa indikator dari kebijakan bank :

1. Kesesuaian dengan harga rumah
2. Tipe rumah dan luas tanah
3. Angsuran rumah yang harus dibayar sesuai dengan penghasilan konsumen.

3.2.1.2 Lokasi

Lokasi adalah suatu tempat yang harus strategis dalam usaha yang dilihat dari segi jaraknya dan akses jalan transportasi. Ada beberapa faktor yang harus diperhatikan dalam memilih lokasi yaitu : lokasi dekat dengan sasaran atau target yang dituju karena jika produk tiba ke pasar nya cepat, maka cepat juga pihak perusahaan untuk melayani konsumen (Suharjadi et al., 2017: 169).

Ada beberapa indikator lokasi yaitu sebagai berikut (Sugiarto, 2019: 74) :

1. Lokasi dekat dengan lokasi kerja
2. Lokasi dekat dengan jalan utama

3. Lokasi dekat dengan fasilitas perdagangan
4. Lokasi dekat dengan sarana pendidikan
5. Lokasi dekat dengan sarana pelayanan kesehatan/ rumah sakit.
6. Lokasi dekat dengan sarana layanan bank
7. Lokasi dekat dengan kantor pemerintahan
8. Lokasi dekat dengan tempat hiburan/ rekreasi
9. Lokasi dekat dengan tempat olahraga

3.2.1.3 Fasilitas

Fasilitas adalah apapun yang telah disiapkan oleh para pihak penyedia jasa agar digunakan dan dinikmati pelanggan serta mendukung kenyamanan konsumen dalam meningkatkan kepercayaan konsumen dalam memilih rumah yang sesuai (Iskandarsyah & Utami, 2017: 132).

Menurut (Sugiarto, 2019: 74) ada beberapa indikator fasilitas :

1. Fasilitas peribadatan yang dapat dijangkau
2. Tersedianya sarana pendidikan.
3. Tersedianya taman

3.2.2 Variabel Dependen

Menurut (Sugiyono, 2012: 39) variabel dependen adalah variabel akibat dari adanya variabel independen atau bebas. Dalam penelitian ini variabel terikat yaitu keputusan pembelian.

3.2.2.1 Keputusan Pembelian

Keputusan Pembelian adalah cara konsumen melalui 5 fase, yakni dimulai dari pengenalan masalah, mencari berbagai informasi, mengevaluasi jalan alternatifnya, memutuskan pembelian dan perilaku saat setelah proses pembelian (Suharjadi et al., 2017: 169).

Keputusan pembelian dalam memilih rumah dapat dipengaruhi oleh beberapa hal seperti lebar jalan dan kondisi jalan yang dekat dengan rumah, fasilitas keamanan lingkungan, fasilitas kemudahan seperti: pusat kebugaran, toko, tempat olahraga dan tempat rekreasi, fasilitas lain yang berasal dari rumah itu sendiri: jumlah kamar mandi, jumlah kamar tidur (Rafika *et al*, 2016: 80).

Menurut Senggetang et al., (2019:883) ada beberapa indikator keputusan pembelian :

1. Kemantapan pada sebuah produk
2. Budaya/kebiasaan dalam membeli produk
3. Memberikan rekomendasi pada orang lain
4. Melakukan pembelian ulang

Tabel 3 1 Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Kebijakan Bank (X1)	Sistem pembiayaan yang dikeluarkan pemerintah untuk membantu masyarakat melakukan pembelian rumah baik secara kredit maupun cash.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesesuaian dengan harga rumah. 2. Tipe rumah dan luas tanah 3. Angsuran rumah yang dibayar sesuai penghasilan konsumen 	<i>Likert</i>
Lokasi (X2)	Lokasi merupakan letak suatu produk yang akan ditawarkan kepada konsumen dengan kesesuaian permintaan pelanggan. Lokasi juga tempat dimana suatu usaha maupun aktivitas usaha yang dilakukan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi dekat dengan lokasi kerja 2. Lokasi dekat dengan jalan utama 3. Lokasi dekat dengan fasilitas perdagangan 4. Lokasi dekat dengan sarana pendidikan 5. Lokasi dekat dengan sarana pelayanan kesehatan/ rumah sakit. 6. Lokasi dekat dengan sarana layanan bank 7. Lokasi dekat dengan kantor pemerintahan 8. Lokasi dekat dengan tempat hiburan/ rekreasi 9. Lokasi dekat dengan tempat olahraga 	<i>Likert</i>

Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian (Lanjutan)

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Fasilitas	Fasilitas yang disediakan pihak perusahaan untuk memenuhi kebutuhan konsumen terhadap fungsi rumah yang lengkap.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tempat Ibadah 2. Sarana pendidikan 3. Taman 4. Sarana Olahraga 5. Pos jaga/Siskamling 	<i>Likert</i>
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah proses dimana pembeli mengenal semua masalah produk yang akan dibeli, mencari informasi mengenai produk dan merk nya sehingga pembeli memiliki pertimbangan untuk memecahkan masalahnya, apakah produk tersebut layak digunakan pembeli dan sesuaikah harga nya.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemantapan pada sebuah produk 2. Kebiasaan dalam membeli produk 3. Memberikan rekomendasi pada orang lain 4. Melakukan pembelian ulang 	<i>Likert</i>

Sumber: Peneliti, 2019

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut (Sugiyono, 2012: 80) populasi adalah keseluruhan elemen dari daerah generalisasi yang terdiri dari objek/subjek yang mempunyai mutu dan ciri-ciri tertentu yang ditentukan oleh peneliti agar diolah dan diambil kesimpulannya.

Pada penelitian ini peneliti mengambil populasinya yaitu konsumen yang membeli dan tinggal di Perumahan Rexvin Green Park yang berjumlah 215 orang selama 5 tahun terakhir.

3.3.2 Sampel

Menurut (Sugiyono, 2012: 81) sampel adalah elemen dari total dan ciri-ciri yang dipunya oleh populasi itu. Pada penelitian ini, peneliti memakai teknik pengambilan sampel yaitu teknik simple random sampling. Simple random sampling yaitu teknik pengambilan sampel dengan cara acak tanpa memperhatikan tingkatan yang terdapat pada populasi itu.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Rumus 3 1 Slovin

Sumber: (Sanusi, 2011: 101).

Keterangan :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = persen tarif kesalahan 5% atau 0,05

Berdasarkan rumus slovin dengan menggunakan total ukuran sampel dalam penelitian ini yaitu :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{215}{1 + 215 \times 0.05^2}$$

$$n = \frac{215}{1 + 215 \times 0.0025}$$

$$n = \frac{215}{1,5375}$$

$$n = 139,8$$

$$n = 140$$

Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan rumus slovin diperoleh sampel sebanyak 140 responden.

3.4 Teknik Pengambilan Data

3.4.1 Teknik Pengambilan Data

Menurut (Herman & Yusran, 2017: 115) dimana teknik pengambilan data merupakan awal utama dari strategi penelitian untuk mendapatkan data. Pengumpulan data terbagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang dapat kita dapat secara langsung dengan tujuan untuk menjawab pertanyaan pada penelitian yang dilakukan dengan menggunakan metode pengumpulan data, bisa melalui wawancara, pengamatan dan penyebaran kuesioner kepada semua sampel yang disasarkan untuk mewakili seluruh populasi dalam penelitian yaitu konsumen di Perumahan Rexvin Green Park.

a. Survei

Survei memiliki 4 metode yaitu survei dapat dilakukan secara personal atau tatap muka dengan konsumen, survei melalui via telepon, survei mandiri. Survei dapat dilakukan secara personal dapat dikelompokkan menjadi 4 jenis yaitu wawancara di rumah/kantor, wawancara eksekutif, wawancara di Mall dan wawancara saat pembelian. Survei mandiri yaitu survey yang dilakukan melalui macam bentuk baik berbentuk surat ataupun dikirim langsung ke tempat tujuan contohnya seperti kuesioner. Kuesioner dapat berupa pertanyaan dan pernyataan tertulis yang diajukan peneliti dan akan disebar kepada responden disertai dengan jawaban alternatif yang ditentukan oleh peneliti.

b. Observasi (pengamatan)

Metode pengumpulan data mengamati perilaku manusia disertai fenomena yang terjadi pada objek secara langsung tanpa mengajukan pertanyaan dan juga tanpa melakukan interaksi sosial.

2. Data Sekunder

Yaitu data yang kita dapat secara tidak langsung dari pihak lain, mempunyai hubungan dengan penelitian yang dilakukan yaitu sejarah perusahaan, ruang lingkup perusahaan, struktur organisasi, buku, literatur, artikel, serta situs di internet. Data sekunder mempunyai 2 jenis yaitu data sekunder internal dan eksternal. Data sekunder internal adalah data yang diterima dan dikumpulkan oleh perusahaan secara individual. Sedangkan data sekunder eksternal adalah data yang dikumpulkan oleh lembaga-lembaga eksternal seperti: pemerintah (BPS, Deperindag), asosiasi - asosiasi perdagangan, periodikal.

3.4.2 Alat Pengambilan Data

Peneliti menggunakan alat pengumpulan data dengan data sekunder internal dan eksternal, kuesioner atau angket untuk menyelesaikan permasalahan ini. Dan peneliti akan memberikan kuesioner kepada penghuni perumahan yang sudah tinggal di perumahan Rexvin Green Park di Dapur 12.

Peneliti juga menggunakan skala pengukuran dalam penelitian ini adalah skala Likert.

Menurut (Sugiyono, 2012: 93) berikut jawaban yang dapat diberi skor:

SS = sangat setuju (skor 5)

ST = setuju (skor 4)

RG = ragu-ragu (skor 3)

TS = tidak setuju (skor 2)

STS = sangat tidak setuju (skor 1)

3.5 Metode Analisis Data

Analisis data yaitu kegiatan untuk memperbaiki data menjadi informasi, baik yang ditampilkan berbentuk angka maupun deskripsi yang berguna untuk menjawab masalah dan bagian-bagian masalah dalam suatu penelitian ilmiah. Terdiri dari dua jenis yaitu data kuantitatif dan data kualitatif. Peneliti menggunakan analisis data kuantitatif yang pasti data dihitung dengan angka-angka dengan menggunakan statistik. Teknik analisis data penelitian terbagi menjadi dua yaitu analisis data deskriptif dan inferensial. Peneliti dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis deskriptif.

3.5.1 Analisis Deskriptif

Menurut (Jakni, 2016: 101) statistik deskriptif adalah statistik yang diperlukan agar menganalisis data menggunakan cara yaitu menjelaskan atau menceritakan data yang sudah dikumpul dengan membuat kesimpulan.

3.5.2 Uji Kualitas Data

3.5.2.1 Uji Validitas Data

Menurut (Jakni, 2016: 152) validitas adalah hasil pengukuran yang memperlihatkan kedekatan/ketepatan dalam suatu instrument. Dengan menggunakannya dan mengukur sesuai dengan kondisi respondennya tanpa melebih lebihkan keadaan yang sebenarnya bukan masalah yang sama sekali benar atau seluruhnya salah. Uji validitas dapat dimanfaatkan untuk menguji apakah valid atau tidak kuesioner. Uji ini juga dapat berguna untuk melihat hubungan antara skor dari masing-masing item dalam kuesioner dengan total skor yang ingin diukur.

Menurut (Sugiyono, 2012: 183) yang digunakan rumus untuk mencari nilai korelasi adalah korelasi pearson product moment yang dirumuskan sebagai berikut:

$$r = \frac{N(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Rumus 3 2 Rumus Validitas (Pearson Product Moment)

Sumber : Sugiyono (2012:183)

Keterangan:

r = koefisien korelasi.

X = skor butir.

Y = skor butir total.

N = jumlah sampel (responden).

Untuk menentukan validitas data, peneliti menggunakan pengujian dengan dua arah yaitu taraf signifikansi 0,05. Kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

1. Jika r hitung $>$ r tabel maka instrumen atau item pertanyaan dalam kuesioner tersebut dinyatakan valid.
2. Jika r hitung $<$ r tabel maka instrumen atau item-item pertanyaan dalam kuesioner dinyatakan tidak valid.

3.5.2.2 Uji Reliabilitas

Menurut (Wibowo, 2012: 52) reliabilitas adalah alat untuk mengukur nilai pada penelitian itu dapat dipercaya atau tidak. Pada uji ini dapat digunakan guna mengetahui dan juga mengukur tingkat konsisten dari sebuah alat ukur. Apabila nilai dari $\alpha < 0,60$ maka reliabilitasnya kurang, sedangkan $\alpha > 0,60$ maka reliabel dapat diterima dan $\alpha > 0,80$ reliabilitasnya dianggap baik.

Dengan rumus sebagai berikut:

Dengan rumus sebagai berikut:

$$r = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right)$$

Rumus 3.3 Rumus Reliabilitas (cronbach's alfa)

Keterangan:

r = reliabilitas instrumen

k = banyaknya bagian pertanyaan.

$\Sigma\sigma_b^2$ = total varian bagian.

σ_1^2 = total varian.

3.5.3 Uji Assumsi Klasik

3.5.3.1 Uji Normalitas

Menurut (Basuki & Prawoto 2016: 57) fungsi uji normalitas yaitu untuk menentukan apakah data yang telah dikumpul tersebut berdistribusi normal atau pengambilannya dari populasi normal. Sebelum data diolah perlu adanya uji normalitas, dengan menggunakan data yang baik dan layak serta memiliki distribusi normal. Peneliti menggunakan uji normalitas dengan rumus uji kolmogrov smirnov.

Dikatakan uji normal apabila diterapkan pada uji kolmogorov smirnov yaitu:

1. Jika signifikansi di bawah 0,05 berarti data yang akan diuji mempunyai perbedaan yang signifikan dengan data normal baku, berarti data tersebut tidak normal.
2. Jika signifikansi di atas 0,05 maka berarti tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara data yang akan diuji dengan data normal baku, berarti data yang kita uji normal.

3.5.3.2 Uji Multikolinearitas

Menurut (Wibowo, 2012: 87) tujuan uji multikolinearitas yaitu untuk menguji multikolinearitas menggunakan persamaan regresi agar tidak terjadi hubungan sempurna antar variabel independen. Dikatakan terjadi multikolinearitas jika tidak terjadi korelasi antara variabel x dan y atau disebut variabel ortogonal. Sebaliknya, jika tidak terjadi multikolinearitas maka variabel x dan y saling berkorelasi atau bisa disebut variabel tidak ortogonal. Dimana variabel ortogonal yaitu variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol. Menurut (Wibowo, 2012: 87) untuk mendeteksi gejala multikolinearitas dapat dilakukan dengan melihat nilai *variance inflating factor* (VIF) dari hasil analisis regresi. Jika nilai $VIF > 10$ maka terdapat gejala multikolinearitas yang tinggi, sebaliknya jika nilai $VIF < 10$ maka model tidak terdapat gejala multikolinearitas.

3.5.3.3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut (Wibowo, 2012: 87) uji heteroskedastisitas yaitu model terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada model regresi tersebut. Digunakan beberapa metode dalam uji ini, misalnya metode Barlet dan Rank Spearman atau Uji Spearman's rho, metode grafik Park Gleyser.

Penelitian ini menggunakan metode Park Gleyser yaitu dengan cara mengorelasikan nilai absolute residualnya dengan masing-masing variabel independen.

1. Apabila hasil nilai probabilitasnya memiliki nilai signifikan $>$ nilai alfa yaitu 0,05, maka tidak mengalami heteroskedastisitas.
2. Apabila hasil nilai probabilitasnya memiliki nilai signifikan $<$ nilai alfa yaitu 0,05, maka mengalami heteroskedastisitas.

3.5.4 Uji Pengaruh

3.5.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut (Sunyoto, 2011: 9) regresi linear berganda merupakan alat untuk mengukur pengaruh antar variabel melibatkan lebih dari satu variabel independen. Dikatakan linear apabila setiap nilai diharapkan mengalami peningkatan atau penurunan mengikuti garis lurus.

Regresi linear berganda dinyatakan dalam persamaan matematika sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Rumus 3 4 Regresi Linear Berganda

Sumber: (Sunyoto, 2011: 9)

Keterangan:

Y = variabel dependen

X1 & X2 = variabel independen

a = nilai konstanta

b1 & b2 = koefisien regresi variabel

e = variabel pengganggu

3.5.5 Uji Hipotesis

3.5.5.1 Uji T

Menurut (Sunyoto, 2011: 13) uji t atau bisa disebut juga dengan uji koefisien regresi secara parsial. Pengujian ini digunakan untuk menetapkan signifikan atau tidak signifikan masing – masing nilai koefisien regresi secara sendiri-sendiri terhadap variabel dependen (Y).

Rumus uji T sebagai berikut:

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \quad \text{Rumus 3 5 Uji T}$$

Sumber: (Sugiyono, 2015 : 245)

Keterangan:

t = nilai thitung yang akan dikonsultasikan dengan ttabel.

r = korelasi parsial yang ditemukan.

n = jumlah sampel

Menurut (Sugiyono, 2018: 71) rumusan hipotesis yaitu :

1. Ho: $\beta = 0$: tidak terdapat pengaruh yang signifikan
2. Ha : $\beta \neq 0$: terdapat pengaruh yang signifikan

Menurut (Sunyoto, 2011 : 14) ketentuan uji T bila:

1. Jika T hitung lebih besar dari T tabel dengan nilai signifikan $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen berpengaruh pada variabel dependen.
2. Jika T hitung lebih kecil dari T tabel dengan nilai signifikan $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen tidak berpengaruh pada variabel dependen.

3.5.5.2 Uji F

Menurut (Sunyoto, 2011: 16) uji F atau bisa disebut juga dengan uji simultan yaitu dengan melibatkan 2 variabel independen terhadap variabel dependen dalam menguji ada tidaknya pengaruh yang signifikan secara simultan/bersama-sama. Penelitian ini menggunakan distribusi F dengan membandingkan F_{hitung} dan F_{tabel} .

Rumus untuk mencari f hitung sebagai berikut:

$$F_{hitung} = \frac{R^2/k}{(1 - R^2)/(n - k - 1)}$$

Rumus 3 6 Uji F

Sumber: (Sunyoto, 2011: 17)

Keterangan:

R^2 = koefisien determinasi

n = jumlah data atau kasus

k = jumlah variabel independen

Adapun rumusan hipotesis dalam penelitian ini menurut Sugiyono (2018:71) adalah sebagai berikut :

1. $H_0: \beta_1 = 0$: tidak berpengaruh signifikan
2. $H_a: \beta_1 \neq 0$: terdapat pengaruh yang signifikan

Menurut Sugiyono (2018:71) berikut ketentuan dalam pengambilan keputusan:

1. Jika F hitung lebih besar dari F tabel, dengan nilai signifikan $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. Jika F hitung lebih kecil dari F tabel, dengan nilai signifikan $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

3.5.5.3 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut (Wibowo, 2012: 135-136) analisis koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besar jumlah atau persentase sumbangan variabel bebas dengan menggunakan model regresi secara bersama-sama memberikan pengaruh terhadap variabel tidak bebas. Jika angka koefisien determinasi lebih kecil berarti kemampuan variabel x dalam menjelaskan variasi variabel y sangat terbatas.

3.6 Lokasi dan Jadwal Penelitian

3.6.1 Lokasi penelitian

Pada penelitian ini lokasi yang digunakan adalah Perumahan Rexvin Greenpark yang berada di jalan dapur 12 , kelurahan sungai pelunggut, kecamatan sagulung yang ada di kota batam.

3.6.2 Jadwal Penelitian

Waktu penelitian sesuai dengan jadwal perkuliahan peneliti selama 1 semester yaitu 14 pertemuan.

Tabel 3 2 Jadwal Penelitian

Tahap Penelitian	Oktober				November				Desember				Januari				Februari			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Pengajuan Judul	■																			
Pencarian Data Awal		■	■	■																
Penyusunan Penelitian					■	■	■	■												
Kuesioner									■	■	■	■								
Bimbingan Penelitian													■	■	■	■				
Penyelesaian Skripsi																	■	■	■	■