

**PENGARUH FASILITAS SARANA UMUM
LOKASI, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PERUMAHAN PADA PT JIARMAH
GLOBAL**

SKRIPSI



Oleh

Riska Tri Utami

160910184

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

**PENGARUH FASILITAS SARANA UMUM,
LOKASI, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PERUMAHAN PADA PT JIARMAH
GLOBAL**

SKRIPSI

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



Oleh

Riska Tri Utami

160910184

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

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Riska Tri Utami

NPM/NIP : 160910184

Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “**Skripsi**” yang saya buat dengan judul:

**PENGARUH FASILITAS SARANA UMUM, LOKASI DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PERUMAHAN PADA PT
JIARMAH GLOBAL**

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

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsurunsur 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, 19 Februari 2020

Materai 6000

Riska Tri Utami

160910184

**PENGARUH FASILITAS SARANA UMUM,
LOKASI, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PERUMAHAN PADA PT JIARMAH
GLOBAL**

SKRIPSI

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

Oleh:

Riska Tri Utami

160910184

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

Batam, 19 Februari 2020

**Rikson Pandapotan Tampubolon, S.E., M.Si.
Pembimbing**

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Fasilitas, Lokasi dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Rumah di PT Jiarmah Global. Penelitian ini dilakukan di PT Jiarmah Global yang merupakan pengembang di Kota Batam dan penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif dengan menggunakan 129 sampel yang diambil dari konsumen sekitar tahun 2019. Instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah kuesioner. Data yang dikumpulkan diuji menggunakan analisis regresi berganda dengan aplikasi SPSS 20 untuk mendapatkan hasil yang signifikan. Hasil pengujian membuktikan bahwa Fasilitas memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap Keputusan Pembelian pada tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$, Lokasi memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, Promosi memiliki pengaruh signifikan dan positif berpengaruh pada Pembelian. Keputusan pada nilai signifikansi $0,004 < 0,05$ dan Fasilitas, Lokasi, dan Promosi memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.

Kata kunci: Fasilitas, Lokasi, Promosi, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The aim of this study was to determine the effect Facilities, Location and Promotion of Home Purchasing Decisions at PT Jiarmah Global. This research was conducted at PT Jiarmah Global which is a developer in Batam City and this research is a quantitative descriptive study using 129 samples taken from consumers around 2019. The instrument used to collect data was a questionnaire. The data collected was tested using multiple regression analysis with SPSS 20 application to obtain significant results. The test results prove that the Facility has a significant and positive effect on Purchasing Decisions at a significance level of $0,000 < 0.05$, Location has a significant and positive effect on Purchasing Decisions with a significance value of $0,000 < 0.05$, Promotions have a significant and positive effect on Purchases. Decisions at a significance value of $0.004 < 0.05$ and Facilities, Locations and Promotions have a significant positive influence on purchasing decisions with a significance value of $0,000 < 0.05$.

Keywords : Facility, Location, Promotion, Purchase Decision

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kita panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini yang merupakan syarat untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Putera Batam.

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

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI., selaku Rektor Universitas Putera Batam;
2. Ibu Dr. Rizki Tri Anugrah Bhakti, S.H., M.H. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora di Universitas Putera Batam;
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Putera Batam;
4. Bapak Rikson Pandapotan Tampubolon, S.E., M.Si. selaku pembimbing yang telah membantu dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Dr. Jontro Simanjutak, S.Pt., S.E., M.M., selaku dosen metodologi penelitian yang telah mengarahkan penulisan dengan baik;
6. Seluruh Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang selama ini telah memberikan ilmu dan pengetahuan kepada penulis;
7. Seluruh pimpinan dan karyawan PT Jiarmah Global yang telah membantu dalam pengumpulan data penelitian;
8. Kedua orang tua dan keluarga yang selalu memberikan doa, nasehat, dan dukungan penuh kepada penulis;
9. Teman-teman dan seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah membantu dan mendukung hingga selesainya skripsi ini.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan rahmat dan karunia-Nya.

Batam, 19 Februari 2020

Riska Tri Utami

160910184

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR RUMUS	xiii
BABI.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Identifikasi Masalah	7
1.3. Pembatasan Masalah.....	7
1.4. Perumusan Masalah	8
1.5. Tujuan Penelitian.....	8
1.6. Manfaat Penelitian	9
1.6.1.Aspek Teoritis.....	9
1.6.2. Aspek Praktis.....	9
BAB II	11
PEMBAHASAN.....	11
2.1. Teori Dasar.....	11
2.1.1. Fasilitas Sarana Umum.....	11
2.1.2 Lokasi.....	17
2.1.3.Promosi.....	20
2.1.3 Keputusan Pembelian	22

2.2. Penelitian Terdahulu	27
2.3. Kerangka Pemikiran	29
2.4. Hipotesis.....	30
BAB III.....	31
METODE PENELITIAN	31
3.1.Desain Penelitian	31
3.2 Operasional Variabel	32
3.2.1. Variabel Independen	32
3.2.2. Variabel Dependen.....	34
3.3. Populasi dan Sampel.....	36
3.3.1. Populasi	36
3.3.2. Sampel.....	36
3.4. Teknik dan Alat Pengumpulan Data.....	37
3.4.1. Teknik Pengumpulan Data	37
3.4.2. Alat Pengumpulan Data.....	37
3.5. Metode Analisis Data	38
3.5.1. Analisis Data Deskriptif	39
3.5.2. Uji Kualitas Data.....	41
3.5.3. Uji Asumsi Klasik	44
3.5.4. Uji Pengaruh	46
3.5.5. Uji Hipotesis	49
3.6. Lokasi dan Jadwal Penelitian	52
3.6.1. Lokasi Penelitian.....	52
3.6.2. Jadwal Penelitian.....	53
BAB IV	54
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	54
4.1. Hasil Penelitian.....	54
4.1.1. Profil Responden.....	54
4.1.2. Analisa Deskriptif.	57
4.1.3. Hasil Uji Kualitas Data.....	63
4.1.4. Hasil Uji Asumsi Klasik	67

4.1.5. Hasil Uji Pengaruh	70
4.1.6. Hasil Uji Hipotesis	73
4.2. Pembahasan.....	76
4.2.1. Pengaruh Fasilitas Sarana Umum terhadap Keputusan Pembelian	76
4.2.2. Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian.....	77
4.2.3. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian	77
4.2.4. Pengaruh Fasilitas, Lokasi dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian	78
BAB V.....	78
SIMPULAN DAN SARAN	79
5.1. Simpulan	79
5.2. Saran	80
DAFTAR PUSTAKA.....	81
LAMPIRAN	
Lampiran 1. Pendukung Penelitian	
Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup	
Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian	

DAFTAR GAMBAR

2.1. Kerangka Pemikiran.....	30
4.2. Diagram Normal P-Plot Regression Standarized.....	68

DAFTAR TABEL

1.1 Data Konsumen di PT Jiarmah Global pada Maret-Agust 2019	6
2.1 Penelitian Terdahulu	28
3.1 Defenisi Operasional	36
3.2. Penentuan Skor	40
3.3. Rentang Skala	42
3.4 Kriteria Indeks Koefisien Realibilitas	45
3.5. Jadwal Penelitian	53
4.1. Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
4.2. Identitas Responden Berdasarkan Usia	55
4.3. Identitas Responden Berdasarkan Tingka Penghasilan.....	56
4.4. Rentang Skala Kriteria Analisis Deskriptif	57
4.5. Nilai Rata-rata Variabel Fasilitas.....	58
4.6.Nilai Rata-rata Variabel Lokasi	69
4.7. Nilai Rata-rata Variabel Promosi.....	60
4.8. Nilai Rata-rata Variabel Keputusan Pembelian	61
4.9. Output Uji Validitas Variabel Fasilitas	63
4.10. Output Uji Validitas Variabel Lokasi.....	64
4.11.Output Uji Validitas Variabel Promosi	64
4.12.Output Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	65
4.13. Hasil Uji Realibilitas	66
4.14. Hasil Uji Kolmogorov Smirnov.....	68
4.15. Hasil Uji Heterokedastisitas	69
4.16. Hasil Uji Multikolinearitas	70
4.17. Hasil Uji Koefisien Determinasi	72
4.18. Hasil Uji T	73
4.19. Hasil Uji F	75

DAFTAR RUMUS

3.1. Menghitung Skor	40
3.2. Menghitung Skala	41
3.3. Koefisien Korelasi.....	43
3.4. <i>Cronbach Alpha</i>	44
3.5. Regresi Linear Berganda	48
4.1 Regresi Linear Berganda	71