

**PENGARUH FASILITAS, LOKASI DAN IKLAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN RUMAH
PADA PT GLORY POINT DI KOTA BATAM**

SKRIPSI



**Oleh:
Lina
160610002**

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

**PENGARUH FASILITAS, LOKASI DAN IKLAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN RUMAH
PADA PT GLORY POINT DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

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



**Oleh:
Lina
160610002**

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

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Lina
NPM : 160610002
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi yang saya buat dengan judul:

PENGARUH FASILITAS, LOKASI DAN IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN RUMAH PADA PT GLORY POINT DI KOTA 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, 7 Februari 2020

Lina
160610002

**PENGARUH FASILITAS, LOKASI DAN IKLAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN RUMAH
PADA PT GLORY POINT DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

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

**Oleh:
Lina
160610002**

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

Batam, 7 Februari 2020

**Nora Pitri Nainggolan, S.E., M.Si
Pembimbing**

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh fasilitas, lokasi dan iklan terhadap keputusan pembelian konsumen pada PT Glory Point dengan menggunakan teknik *simple random sampling* dengan margin *error* sebesar 5% dari 274 konsumen sehingga menghasilkan 163 orang responden yang merupakan konsumen PT Glory Point. Metode pengumpulan data yaitu dengan cara menyebarkan kuesioner. Uji kualitas data dalam penelitian ini menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas, uji asumsi klasik dan uji pengaruh dalam penelitian ini menggunakan analisis linear regresi berganda dan analisis koefisien determinasi (R^2), sedangkan uji hipotesis pada penelitian ini menggunakan uji t dan uji F. Kemudian data yang sudah terkumpul diolah dengan menggunakan *software* program SPSS versi 25. Hasil koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh dari variabel fasilitas, lokasi dan iklan berpengaruh sebesar 12,7% terhadap keputusan pembelian. Hasil uji regresi linear berganda menunjukkan bahwa fasilitas (X_1) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 17,2%, lokasi (X_2) berpengaruh terhadap keputusan (Y) pembelian sebesar 25,2% dan iklan (X_3) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 23,5%. Dari hasil uji t dan uji F, maka dapat disimpulkan bahwa fasilitas berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian, lokasi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian dan iklan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian, serta fasilitas, lokasi dan iklan bersama-sama berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Fasilitas; Lokasi; Iklan; Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of facilities, locations and advertisements on consumer purchasing decisions at PT Glory Point by using simple random sampling techniques with a margin of error of 5% from 274 consumers so as to produce 163 respondents who are consumers of PT Glory Point. Methods of data collection is by questionnaire. The data this study uses the validity and reliability test, the classic assumption test and the influence test in this study using multiple linear regression analysis and coefficient of determination analysis (R^2), while hypothesis test in this study using t test and test F by using software program SPSS Version 25. The results of the coefficient of determination (R^2) obtained from the facility, location and advertising variables have an effect of 12.7% on purchasing decisions. The results of multiple linear regression tests show that facility (X_1) influences the purchase decision (Y) by 17.2%, location (X_2) influences the decision (Y) of purchase by 25.2% and advertising (X_3) influences the purchase decision (Y) of 23.5%. From the results of the t test and F test, it can be concluded that the facility has a partially significant effect on purchasing decisions, location has a partially significant effect on purchasing decisions and advertising has a partially significant effect on purchasing decisions, and facilities, location and advertising simultaneously together have significant effect with purchasing decisions.

Keywords: Facility; Location; Advertising; Purchase Decision

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi sastra satu (SI) 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, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Rektor Universitas Putera Batam Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.Si.;
2. Ketua Program Studi Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si.;
3. Ibu Nora Pitri Nainggolan, S.E., M.Si. selaku pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam;
4. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang selama ini sudah memberikan ilmu dan pengetahuan serta bimbingan kepada penulis;
5. Bapak Riki Lim selaku Direktur PT Glory Point dan seluruh staff karyawan yang telah membantu penulis untuk melaksanakan penelitian;
6. Kedua orang tua dan keluarga penulis yang sudah memberikan kasih sayang dan cinta kasih yang tulus serta mendoakan, nasihat, dan memberikan semangat dalam penyusunan skripsi ini;
7. Teman-teman seperjuangan yang senantiasa membantu penulis baik berupa kritikan, masukan, dan semangat dalam penyusunan skripsi;
8. Serta kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu penulis hingga terselesaikannya skripsi ini.

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

Batam, 7 Februari 2020

Lina

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR RUMUS	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	2
1.1. Latar Belakang	2
1.2. Identifikasi Masalah	10
1.3. Batasan Masalah.....	10
1.4. Rumusan Masalah	11
1.5. Tujuan Penelitian	11
1.6. Manfaat Penelitian	12
1.6.1. Manfaat Teoritis	12
1.6.2. Manfaat Praktis	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1. Kajian Tori	14
2.1.1. Fasilitas	14
2.1.1.1. Pengertian Fasilitas	14
2.1.1.2. Faktor yang Mempengaruhi Fasilitas.....	15
2.1.1.3. Penyediaan Fasilitas	15
2.1.1.4. Indikator Fasilitas.....	16
2.1.2. Lokasi.....	17
2.1.2.1. Pengertian Lokasi.....	17
2.1.2.2. Jenis Interaksi Lokasi.....	18
2.1.2.3. Faktor yang Mempengaruhi Lokasi	18
2.1.2.4. Indikator Lokasi	19
2.1.3. Iklan.....	20
2.1.3.1. Pengertian Iklan	20
2.1.3.2. Fungsi Iklan.....	21
2.1.3.3. Kelompok Media Iklan	21
2.1.3.4. Indikator Iklan.....	22
2.1.4. Keputusan Pembelian.....	23
2.1.4.1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	23
2.1.4.2. Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	24
2.1.4.3. Tipe Keputusan Pembelian	25

2.1.4.4.	Indikator Keputusan Pembelian	26
2.2.	Penelitian Terdahulu	26
2.3.	Kerangka Penelitian	30
2.3.1.	Pengaruh Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian	31
2.3.2.	Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian.....	31
2.3.3.	Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian	31
2.3.4.	Pengaruh Fasilitas, Lokasi dan Iklan Secara Bersama-Sama Terhadap Keputusan Pembelian.....	32
2.4.	Hipotesis Penelitian.....	33

BAB III METODE PENELITIAN 34

3.1.	Desain Penelitian.....	34
3.2.	Operasional Variabel.....	34
3.2.1.	Variabel Bebas (<i>Independent Variable</i>).....	34
3.2.2.	Variabel Terikat (<i>Dependent Variable</i>)	35
3.3.	Populasi dan Sampel	36
3.3.1.	Populasi	36
3.3.2.	Sampel.....	36
3.4.	Metode Pengumpulan Data	37
3.4.1.	Kuesioner	38
3.4.2.	Studi Pustaka.....	39
3.5.	Metode Analisis Data	39
3.5.1.	Analisis Deskriptif	39
3.5.2.	Uji Kualitas Data.....	40
3.5.2.1.	Uji Validitas Data.....	40
3.5.2.2.	Uji Reliabilitas	42
3.5.3.	Uji Asumsi Klasik	43
3.5.3.1.	Uji Normalitas.....	43
3.5.3.2.	Uji Multikolinearitas	44
3.5.3.3.	Uji Heteroskedastisitas.....	45
3.5.4.	Uji Pengaruh.....	46
3.5.4.1.	Analisis Regresi Linear Berganda.....	46
3.5.4.2.	Analisis Koefisien Determinasi (Uji R^2).....	46
3.6.	Uji Hipotesis.....	47
3.6.1.	Uji t (Uji Signifikan secara Parsial)	47
3.6.2.	Uji F (Uji Signifikan secara Simultan).....	48
3.7.	Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	49
3.7.1.	Lokasi Penelitian.....	49
3.7.2.	Jadwal Penelitian.....	49

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 51

4.1.	Profil Responden.....	51
4.1.1.	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
4.1.2.	Profil Responden Berdasarkan Umur.....	52
4.1.3.	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	52
4.1.4.	Profil Responden Berdasarkan Penghasilan.....	53

4.2.	Hasil Penelitian	53
4.2.1.	Analisis Deskriptif	54
4.2.1.1.	Variabel Fasilitas (X_1).....	54
4.2.1.2.	Variabel Lokasi (X_2)	56
4.2.1.3.	Variabel Iklan (X_3).....	57
4.2.1.4.	Variabel Keputusan Pembelian (Y)	59
4.2.2.	Uji Kualitas Data.....	60
4.2.2.1.	Hasil Uji Validitas.....	60
4.2.2.2.	Hasil Uji Reliabilitas	63
4.2.3.	Uji Asumsi Klasik	64
4.2.3.1.	Hasil Uji Normalitas	64
4.2.3.2.	Hasil Uji Multikolinearitas.....	67
4.2.3.3.	Hasil Uji Heterokedastisitas.....	68
4.2.4.	Uji Pengaruh.....	69
4.2.4.1.	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	69
4.2.4.2.	Hasil Analisis Koefisien Determinasi (Uji R^2)	71
4.2.5.	Uji Hipotesis.....	72
4.2.5.1.	Hasil Uji t (Uji Signifikan secara Parsial).....	72
4.2.5.2.	Hasil Uji F (Uji Signifikan secara Simultan)	73
4.3.	Pembahasan Hasil Penelitian	74
4.3.1.	Pengaruh Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Pada PT Glory Point di Kota Batam	74
4.3.2.	Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Pada PT Glory Point di Kota Batam	75
4.3.3.	Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Pada PT Glory Point di Kota Batam	75
4.3.4.	Pengaruh Fasilitas, Lokasi dan Iklan Secara Bersama-sama Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Pada PT Glory Point di Kota Batam.....	76
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	78
5.1.	Simpulan	78
5.2.	Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA		80

LAMPIRAN

Lampiran 1. Pendukung Penelitian

Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup

Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2. 1. Kerangka Penelitian	33
Gambar 4. 1. <i>Histogram Regression Residual</i>	65
Gambar 4. 2. Diagram <i>Normal P-P Plot Regression Standardized</i>	66
Gambar 4. 3. Grafik <i>Scatterplot</i>	68

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1 Data Unit Penjualan Perumahan Glory Tanjung Riau	7
Tabel 1. 2 Data Unit Pembatalan Perumahan Glory Tanjung Riau	7
 Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	 35
Tabel 3. 2 Skala <i>Likert</i>	39
Tabel 3. 3 Rentang Skala	40
Tabel 3. 4 Indeks Koefisien Validitas	41
Tabel 3. 5 Indeks Koefisien Reliabilitas	43
Tabel 3. 6 Jadwal Penelitian.....	50
 Tabel 4. 1. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	 51
Tabel 4. 2. Profil Responden Berdasarkan Umur	52
Tabel 4. 3. Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	52
Tabel 4. 4. Profil Responden Berdasarkan Penghasilan	53
Tabel 4. 5. Hasil Analisis Deskriptif Variabel Fasilitas.....	54
Tabel 4. 6. Hasil Analisis Deskriptif Variabel Lokasi	56
Tabel 4. 7. Hasil Analisis Deskriptif Variabel Iklan	57
Tabel 4. 8. Hasil Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian	59
Tabel 4. 9. Hasil Uji Validitas Variabel Fasilitas.....	61
Tabel 4. 10. Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi	61
Tabel 4. 11. Hasil Uji Validitas Variabel Iklan.....	62
Tabel 4. 12. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	63
Tabel 4. 13. Hasil Uji Reliabilitas.....	64
Tabel 4. 14. Hasil Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	66
Tabel 4. 15. Hasil Uji Multikolinearitas.....	67
Tabel 4. 16. Hasil Uji <i>Park Gleyser</i>	69
Tabel 4. 17. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	70
Tabel 4. 18. Hasil Koefisien Determinasi (Uji R^2)	71
Tabel 4. 19. Hasil Uji t.....	72
Tabel 4. 20. Hasil Uji F.....	73

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3. 1. Rumus <i>Slovin</i>	37
Rumus 3. 2. Rumus Rentang Skala.....	40
Rumus 3. 3. Rumus Uji Validitas	41
Rumus 3. 4. Rumus <i>Conbranch's Alpha</i>	42
Rumus 3. 5. Rumus Regresi Linear Berganda	46
Rumus 3. 6. Rumus Uji t	48
Rumus 3. 7. Rumus Uji F	49