

**PENGARUH LOKASI DAN HARGA PERUMAHAN TERHADAP  
KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN RUMAH  
PADA PERUMAHAN CITRA WAHANA II DELI SERDANG**

**Dearma Sariani Sinaga <sup>1)</sup>, Saut Pangidoan Lumban Gaol <sup>2)</sup>, Firda  
Mauliddina <sup>3)</sup>, Raydo Pranata Lingga <sup>4)</sup>, Dame Rida <sup>5)</sup>**

**Universitas Darma Agung 1,2,3,4,5)**

**Email :**

**dearmasinaga2@gmail.com<sup>1)</sup>\*, Gaolsaut@gmail.com<sup>2)</sup>,  
Mauliddina93@gmail.com<sup>3)</sup>, Raydo7lingga@gmail.com<sup>4)</sup>,  
damesimangunsong30@gmail<sup>5)</sup>**

**ABSTRACT**

*This research is descriptive qualitative. Classical assumption test was conducted to determine the normality of the data obtained and multiple linear regression test. In addition, a hypothesis test was conducted which consisted of t test, F test and R2 test. The results of the multiple linear regression equation are as follows:  $Y = 0.255 + 0.627X_1 + 0.314X_2$ . The results of the t-test for the location variable tcount value is greater than ttable value  $7.996 > 1.991$  with a significance value of  $0.000 < 0.05$  and the value of the tcount price variable is greater than the t-table value  $4.018 > 1.991$  with a significance value of  $0.000 < 0.05$ . The results of the F test obtained Fcount  $> Ftable$ , Ftable value = 3.12, Fcount = (363.771  $>$  3.12) and the level of significance ( $0.000 < 0.05$ ) it can be concluded that the independent variables are Location (X1) and Price (X2) together the same positive and significant effect on the variable Consumer Decision (Y). The results of the R2 test show that the value of Adjusted R Square = 0.902 or 90.2% of the price and location variables affect consumer decisions in choosing a house.*

**Keywords: Location, Price and Consumer Decision**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif. Dilakukan uji asumsi klasik untuk mengetahui ke normalan data yang diperoleh dan uji regresi linier berganda. Selain itu, dilakukan uji hipotesis yang terdiri dari uji t, uji F dan Uji R<sup>2</sup>. Hasil persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :  $Y = 0,255 + 0,627X_1 + 0,314X_2$ . Hasil Uji t untuk variabel lokasi nilai thitung lebih besar dari nilai ttabel  $7,996 > 1,991$  dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  dan nilai variabel harga thitung lebih besar dari nilai ttabel  $4,018 > 1,991$  dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ .

Hasil uji F diperoleh  $F_{hitung} > F_{tabel}$  nilai  $F_{tabel} = 3,12$  nilai  $F_{hitung} = (363,771 > 3,12)$  dan tingkat signifikansi ( $0,000 < 0,05$ ) dapat disimpulkan bahwa variabel bebas yaitu Lokasi ( $X_1$ ) dan Harga ( $X_2$ ) secara bersama sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Keputusan Konsumen ( $Y$ ). Hasil Uji  $R^2$  terlihat nilai Adjusted R Square = 0,902 atau 90,2% variabel harga dan lokasi berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam memilih rumah.

**Kata Kunci: Lokasi, Harga dan Keputusan Konsumen**

## I. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam pembelian rumah masyarakat tidak hanya melihat tipe atau bentuk rumah saja, namun mereka mulai mempertimbangkan faktor-faktor lain seperti faktor lokasi dan faktor harga. Lokasi merupakan faktor yang terpenting yang mempengaruhi sebuah permintaan rumah, semakin strategis letak suatu rumah maka permintaan akan rumah akan bertambah. Dibalik faktor lokasi di situ pula konsumen mempertimbangkan harga untuk sebuah rumah yang akan di beli.

Harga merupakan hal yang sangat penting diperhatikan oleh konsumen dalam memutuskan membeli rumah, jika konsumen merasa cocok dengan harga yang ditawarkan setelah mempertimbangkan berbagai factor di atas, maka konsumen akan memutuskan untuk membeli rumah tersebut. Keputusan konsumen merupakan suatu tindakan yang menentukan hasil dalam memecahkan masalah dengan memilih suatu jalur tindakan diantara beberapa alternatif yang ada melalui proses mental dan berfikir logis dan juga mempertimbangkan semua pilihan alternatif yang ada yang mempunyai pengaruh positif atau pun negatif.

Berdasarkan peninjauan dari berbagai sudut pandang maka peneliti tertarik untuk mengangkat judul penelitian “**Pengaruh Lokasi Dan Harga Perumahan Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Rumah Pada Perumahan Citra Wahana II Deli Serdang**”.

### 1.2 Batasan Masalah

Agar penelitian ini dapat berfokus pada permasalahan yang diteliti, maka peneliti menerapkan batasan penelitian yang ditujukan untuk melihat bagaimanakah pengaruh dari lokasi perumahan dan harga perumahan terhadap keputusan konsumen untuk mengambil rumah pada perumahan Citra Wahana II Deli Serdang.

### 1.3 Rumusan Masalah

1. Apakah terdapat pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Konsumen ?
2. Apakah terdapat pengaruh Harga terhadap Keputusan Konsumen ?
3. Seberapa besar pengaruh Lokasi dan Harga terhadap Keputusan Konsumen ?

### 1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap pembelian rumah Citra Wahana II Deli Serdang.

2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap pembelian rumah pada Citra Wahana II Deli Serdang.
3. Untuk mengetahui pengaruh Lokasi dan Harga terhadap pembelian rumah pada Citra Wahana II Deli Serdang.

### 1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah :

#### 1. Manfaat teoritis

1. Hasil penelitian dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya.
2. Untuk menabahnya pengetahuan tentang pengaruh lokasi dan harga terhadap keputusan pembelian.
3. Sebagai bahan masukan bagi penelitian selanjutnya.

#### 2. Manfaat Praktis

1. Dapat memberikan saran dan informasi kepada perusahaan citra wahana mengenai lokasi dan harga terhadap keputusan pembelian rumah.
2. Dapat memberikan sumbangan kepada pihak-pihak yang membutuhkan.
3. Sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan studi dan mendapat gelar sarjana.

## II. URAIAN TEORITIS

### 2.1 Landasan Teori

#### 2.1.1 Keputusan Konsumen

Pengambilan keputusan konsumen pada dasarnya merupakan proses pemecahan masalah. Pengambilan keputusan adalah serangkaian aktivitas yang dilakukan oleh seseorang dalam usaha memecahkan permasalahan yang

sedang dihadapi kemudian menetapkan berbagai alternatif yang dianggap paling rasional dan sesuai dengan lingkungan organisasi.

#### 2.1.2 Lokasi

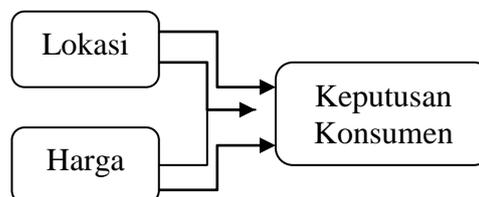
Lokasi merupakan faktor terpenting yang mempengaruhi sebuah permintaan rumah, pada hakikatnya merupakan hipotesis yang menyatakan semakin strategis letak rumah tersebut berarti semakin baik maka makin banyak permintaan.

#### 2.1.3 Harga

Harga adalah satuan moneter atau ukuran lainnya yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Harga merupakan hal yang sangat penting yang diperhatikan oleh konsumen dalam membeli produk atau jasa. Jika konsumen merasa cocok dengan harga yang ditawarkan, maka mereka akan cenderung melakukan pembelian ulang untuk produk yang sama.

### 2.2 Kerangka Pemikiran

Penyusunan skripsi ini dibutuhkan adanya kerangka berfikir yang terperinci agar peneliti ini lebih terarah. Kerangka berfikir tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:



Sumber: Olahan penulis, (2021)

Gambar 2.1: Kerangka Berfikir

### 2.3 Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. Lokasi perumahan berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam pembelian rumah pada Perumahan Citra Wahana II Deli Serdang.
2. Harga perumahan berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam pembelian rumah pada Perumahan Citra Wahana II Deli Serdang.
3. Lokasi dan Harga perumahan berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam pembelian rumah pada Perumahan Citra Wahana II Deli Serdang.

## III. METODE PENELITIAN

### 3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada perumahan Citra Wahana II beralamat di Jl. Hm Puna Sembiring Sembahe Baru Pancur Batu Deli Serdang 20353 Sumatera Utara. Waktu penelitian dilakukan pada bulan Mei 2020 sampai dengan Agustus 2020.

### 3.2 Populasi dan sampel

#### 1. Populasi

Populasi penelitian akan diambil dari Perumahan Citra Wahana II Deli Serdang yang berlokasi di Jl. Hm Puna Sembiring Deli Serdang 20353 Sumatera Utara yang berjumlah 80 orang konsumen.

#### 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Menurut Arikunto bahwa apabila subjeknya kurang dari 100 lebih baik diambil semuanya

sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Jika jumlah subjeknya besar, dapat diambil untuk 10 – 15% atau 20 – 25% atau lebih. Karena jumlah populasi lebih kecil dari 100 orang maka sampel yang diambil seluruh dari populasi yaitu 80 orang dengan mengambil sampel dengan sensus.

### 3.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli. Data primer dalam penelitian ini diperoleh langsung dari presepsi atau jawaban responden atas pertanyaan-pernyataan yang terdapat dalam kuisiner yang diisi oleh konsumen yang mengambil kepemilikan rumah. Sumber data diambil dari Perumahan Citra Wahana II Deli Serdang.

### 3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan faktor penting keberhasilan penelitian. Dalam usaha pengumpulan data yang sistematis dan objektifitas penulis memakai metode pengumpulan data antara lain:

#### 1. Penelitian Lapangan

Penelitian yang dilakukan dengan pengamatan secara langsung dilapangan terhadap objek penelitian yang dibutuhkan. Metode yang dilakukan dalam penelitian lapangan ini yaitu:

##### a. Daftar pertanyaan (*Quisioner*)

Metode kuesioner merupakan daftar pertanyaan yang diberikan pada masyarakat dengan maksud orang tersebut

bersedia memberikan respon sesuai dengan permintaan peneliti melalui daftar pertanyaan tertulis yang disebarkan kepada responden.

### 3.5 Metode Analisis Data

#### 1. Uji Validitas

Validitas yang digunakan dalam penelitian ini menggambarkan kesesuaian sebuah pengukuran data dengan apa yang di ukur (Augusty Ferdinand, 2006).

Dengan degree of freedom (df) = (n-2) dan alpha = 0,05 maka:

- Variabel dikatakan valid jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ .
- Variabel dikatakan tidak valid jika  $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ .

#### 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas berguna untuk mengetahui apakah hasil kuisioner dapat dipercaya atau tidak. Uji reliabilitas instrumen dapat dilakukan secara eksternal maupun internal. Secara eksternal dilakukan dengan test (stability), equivalent, dan gabungan keduanya.

### 3.6 Uji Asumsi Klasik

#### 1. Uji Normalitas

Pengujian normalitas distribusi data populasi dilakukan dengan menggunakan statistik *Kolmogorov-Smirnov*. Alat uji ini biasanya disebut dengan uji K – S yang tersedia didalam program SPSS versi 22.0 dengan menggunakan fungsi *Explore*. Jika ditemukan besaran 0.000 atau jauh lebih kecil dari taraf kepercayaan yang ditentukan, misalnya 0.05, atau nilai *Asymp.Sig. (2-tailed) > 0.05* maka besara ini

menunjukkan bahwa data berdistribusi normal.

#### 2. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah regresi terdapat ketidaksamaan varians dari residual dari satu pengamatan.

#### 3. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas berfungsi untuk membuktikan atau menguji ada tidaknya hubungan yang linier antara variabel bebas (independen) satu dengan variabel bebas (independen) lainnya. Nilai *Tolerance* yang sangat kecil atau mendekati nilai 0.01 memberikan makna adanya Multikolinieritas atau interkorelasi antar variabel independen. Bila mendekati 0.99, maka tidak ditemukan adanya multikolinieritas.

### 3.7 Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh tiga variabel atau lebih, yang didalamnya terdapat variabel terikat dan variabel bebas. Pengujian regresi linear berganda menggunakan rumus sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Dimana:

- Y = Keputusan konsumen
- $\alpha$  = Intercept
- $X_1$  = Lokasi perumahan
- $X_2$  = Harga perumahan
- $\beta$  = Koefisien regresi
- e = *standard error*

### 3.8 Uji Hipotesis

#### 1. Uji t (Uji parsial)

Uji-t dilakukan dengan mengetahui signifikan pengaruh dari masing-masing dimensi variabel bebas terhadap variabel terikat. Bentuk pengujiannya adalah sebagai berikut:

- $H_0 : b_1, b_2 = 0$  (tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari masing-masing dimensi variabel bebas terhadap variabel terikat)
- $H_a : b_1, b_2 \neq 0$  (terdapat pengaruh yang signifikan dari masing-masing dimensi variabel bebas terhadap variabel terikat).

#### 2 Uji F (Secara Simultan)

Uji F dilakukan untuk melihat pengaruh variabel - variabel independent secara keseluruhan terhadap variabel dependen jika probabilitas nilai t atau signifikan  $>0,05$ , maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

#### 3 Uji $R^2$ (Koefisien Determinasi)

Pengujian  $R^2$  digunakan untuk mengukur proporsi atau presentase sumbangan variabel independen yang diteliti terhadap variasi naik turunnya variabel dependen.

## IV. HASIL DAN PENELITIAN

### 4.1 Deskriptif Objek Penelitian

#### Sejarah Perumahan Citra Wahana II Deli Serdang.

Perumahan Citra Wahana Deli Serdang didirikan pada 25 Juli Tahun 2016. Pada saat perumahan Citra Wahana tahap pertama selesai pada target waktu yang di tentukan, satu persatu rumah mulai di beli oleh masyarakat menengah untuk dijadikan rumah huni masyarakat.

Tidak berselang waktu yang lama, semua rumah yang ada di perumahan citra wahana tahap pertama yang berjumlah 120 unit, sudah di penuhi oleh penduduk yang bertempat tinggal di perumahan tersebut. Setelah itu Ketua DPD Real Estat Indonesia (REI) Sumut Andi Atmoko Panggabean, mulai merencanakan pembangunan perumahan Citra Wahana tahap kedua karna permintaan masyarakat akan rumah terus meningkat. Setelah di resmikannya pembangunan perumahan Citra Wahana tahap kedua, pemerintah mulai membangun perumahan tahap kedua pada 16 Maret 2017. Ketua DPD Real Estat Indonesia (REI) Sumut Andi Atmoko Panggabean menargetkan pembangunan perumahan Citra Wahana tahap kedua sebesar 80 unit rumah.

### 4.2 Uji Asumsi Klasik

#### 1. Uji Normalitas

**Tabel 4.1 Uji Normalitas Data**  
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test 4

		Unstandardized Predicted Value	Unstandardized Residual
N		80	80 <sup>c</sup>
Exponential parameter <sup>a,b</sup>	Mean	4,2375000	,1355712
Most Extreme Differences	Absolute	,581	,224
	Positive	,310	,100
	Negative	-,581	-,224
Kolmogorov-Smirnov Z		5,199	1,141
Asymp. Sig. (2-tailed)		,000	,148

a. Test Distribution is Exponential.

b. Calculated from data.

c. There are 54 values outside the specified distribution range. These values are skipped.

**Sumber: Data Output SPSS (2021)**

Pada tabel 4.1 menunjukkan bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) adalah 0,148 dan diatas nilai signifikan (0,05) atau 5 %, sehingga

dapat disimpulkan bahwa variabel residual berdistribusi normal.

### 4.3 Metode Analisis Regresi linear Berganda

Berdasarkan olahan data yang dilakukan, maka dapat diketahui bahwa model hubungan dari analisis regresi linear berganda ini di lihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.2 :Hasil Regresi Berganda**

**Coefficients<sup>a</sup>**

a. Dependent Variable: Keputusan Konsumen

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1(Constant)	,255	,149		1,709	,091
X1	,627	,078	,647	7,996	,000
X2	,314	,078	,325	4,018	,000

**Sumber : Data Output SPSS (2021)**

Berdasarkan tabel 4.2 diketahui pada kolo kedua (unstandardized Coefficients) bagian B diperoleh nilai b1 variabel pengawasan (X<sub>1</sub>) sebesar 0,627 nilai b2 dari variabel tanggung jawab manajerial (X<sub>2</sub>) sebesar 0,314 dan nilai konstanta (a) adalah 0,255, maka diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = 0,255 + 0,627X_1 + 0,314X_2$$

Berdasarkan persamaan diatas maka dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Konstanta (a) = 0,255, ini menunjukkan bahwa variabel lokasi dan harga dianggap konstan maka tingkat variabel keputusan (Y) sebesar 0,255.
2. Koefisien b1 (X<sub>1</sub>) = 0,627, menunjukkan bahwa variabel

lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen atau dengan kata lain jika variabel lokasi ditingkatkan maka keputusan konsumen bertambah sebesar 0,627.

3. Koefisien b2 (X<sub>2</sub>) = 0,314, menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen. Dengan kata lain jika variabel harga ditingkatkan maka keputusan konsumen akan bertambah sebesar 0,314.

### 4.4 Uji Hipotesis

#### 1. Uji t (Uji Parsial)

**Tabel 4.3 Hasil Uji t (Uji Parsial)**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1(Constant)	,255	,149		1,709	,091
X1	,627	,078	,647	7,996	,000
X2	,314	,078	,325	4,018	,000

a. Dependent Variable: Y

**Sumber : Data Output SPSS, (2021)**

Uji t dilakukan untuk menguji apakah secara parcial variabel bebas (X<sub>1</sub> dan X<sub>2</sub>) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (Y).

- a. Pengujian hipotesis pertama (H<sub>1</sub>). Variabel lokasi adalah 7,996 dengan tingkat signifikan 0,000 dan nilai t<sub>tabel</sub> pada alpha 5 % dan dfl = 77 adalah 1,991. diketahui nilai sig untuk pengaruh lokasi terhadap keputusan konsumen adalah sebesar 0,000 < 0,05 dan nilai t<sub>hitung</sub> 7,996 > t<sub>tabel</sub> 1,991, sehingga dapat disimpulkan bahwa H<sub>1</sub>

diterima yang berarti terdapat pengaruh secara positif lokasi ( $X_1$ ) terhadap keputusan konsumen ( $Y$ ).

- b. Pengujian hipotesis kedua ( $H_2$ ).  
Variabel harga adalah 4.018 dengan tingkat signifikan 0,000 dan nilai  $t_{tabel}$  pada alpha 5 % dan  $df = 77$  adalah 1.991. diketahui nilai sig untuk harga ( $X_2$ ) terhadap keputusan konsumen ( $Y$ ) adalah sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung}$   $4.018 > t_{tabel} 1.991$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_2$  diterima yang berarti terdapat pengaruh harga ( $X_2$ ) terhadap keputusan konsumen ( $Y$ ).

## 2. Uji F (Uji Simultan)

Nilai  $F_{hitung}$  akan diperoleh dengan menggunakan bantuan SPSS, kemudian akan dibandingkan dengan  $F_{tabel}$  pada tingkat  $\alpha = 5\%$  dengan kriteria uji sebagai berikut:

**Tabel 4.4 Hasil Uji F (Simultan F)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	12,450	2	6,225	363,771	,000 <sup>b</sup>
	Residual	1,318	77	,017		
	Total	13,768	79			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

**Sumber : Data Output SPSS, (2021)**

Berdasarkan tabel 4.4 dapat dilihat hasil uji F diperoleh Nilai  $F_{hitung} = 363,771$  dengan tingkat signifikan 0,000. Sedangkan nilai  $F_{tabel} = 3.12$  nilai  $F_{hitung} = (363,771 > 3,12)$  dan tingkat signifikansi ( $0,000 < 0,05$ ) dengan hipotesis  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima sehingga dapat

disimpulkan bahwa variabel bebas yaitu lokasi ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ), secara bersama sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen ( $Y$ ).

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

**Tabel 4.5: Hasil Pengujian ( $R^2$ )**

**Koefisien Determinasi.**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,951 <sup>a</sup>	,904	,902	,13081

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

**Sumber : Data Output SPSS, (2021)**

1. Nilai R sebesar 0,951 berarti hubungan antara variabel lokasi ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ) terhadap keputusan konsumen ( $Y$ ) Sebesar 0,951 artinya hubungannya sangat erat. Karena R mendekati 1.
2. Nilai Adjusted R Square 0,902 berarti 90.2 % keputusan konsumen dapat dijelaskan oleh variabel lokasi dan harga. Sedangkan sisanya 0,098 % dapat dijelaskan oleh faktor – faktor lain yang tidak dimasukkan sebagai variabel dalam penelitian ini.

## 4.5. Pembahasan

### 1. Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen

Berdasarkan hasil penelitian diatas mengenai pengaruh antara lokasi terhadap keputusan konsumen pada perumahan Citra Wahana II Deli Serdang yang menyatakan bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $7,996 > 1.991$ ) dan sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_1$  diterima yang berarti terdapat

pengaruh positif lokasi ( $X_1$ ) terhadap keputusan konsumen (Y).

Berdasarkan nilai regresi sebesar 0,627 membuktikan bahwa lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen, lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen disebabkan memiliki signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  hal ini berarti “lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen”.

## **2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Konsumen**

Berdasarkan hasil penelitian diatas mengenai pengaruh antara harga terhadap keputusan konsumen pada perumahan Citra Wahana II Deli Serdang yang menyatakan bahwa tingkat signifikan 0,000 dan nilai  $t_{tabel}$  pada alpha 5 % dan dfl = 77 adalah 3.12. diketahui nilai sig untuk harga ( $X_2$ ) terhadap keputusan konsumen (Y) adalah sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $F_{hitung}$  363,771  $> F_{tabel}$  3.12, sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_2$  diterima yang berarti terdapat pengaruh harga ( $X_1$ ) terhadap keputusan konsumen (Y).

Berdasarkan nilai regresi sebesar 0,314 membuktikan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan konsumen. Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen disebabkan memiliki signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  hal ini berarti “harga berpengaruh terhadap keputusan konsumen”.

## **3. Pengaruh Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan Konsumen**

Berdasarkan hasil penelitian diatas mengenai pengaruh lokasi dan harga secara bersama sama terhadap keputusan konsumen pada perumahan citra wahana II deli serdang yang mengatakan bahwa  $F_{hitung} = 363,771$  dengan tingkat signifikan 0,000. Sedangkan nilai  $F_{tabel} = 3.12$  nilai  $F_{hitung} = (363,771 > 3,12)$  dan tingkat signifikansi ( $0,000 < 0,05$ ) dengan hipotesis  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel bebas yaitu Lokasi ( $X_1$ ) dan Harga ( $X_2$ ) secara bersama sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Keputusan Konsumen (Y) pada perumahan Citra Wahana II Deli Serdang. Dengan demikian Peneliti dapat menyimpulkan dengan Hipotesis dari pembahasan ini adalah “Lokasi dan Harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Konsumen pada Perumahan Citra Wahana II Deli Serdang”.

## **V. PENUTUP**

### **1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan dalam penelitian ini, maka dapat dibuat kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil uji secara parsial (Uji t) bahwa variabel Lokasi Diketahui nilai sig untuk pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Konsumen adalah sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung} 7,996 > t_{tabel} 1,991$  sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_1$  diterima yang berarti terdapat pengaruh Lokasi ( $X_1$ ) terhadap

Keputusan Konsumen (Y). Sedangkan pada variabel Diketahui nilai sig untuk Harga ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Konsumen (Y) adalah  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $F_{hitung} 363,771 > F_{tabel} 3,12$  sehingga sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_2$  diterima yang berarti terdapat pengaruh Harga ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Konsumen (Y).

2. Berdasarkan Uji Simultan dapat dilihat hasil uji F secara simultan, dan diperoleh nilai  $F_{hitung} = 363,771$  dengan tingkat signifikansi  $0,000$ . Sedangkan nilai  $F_{tabel} = 3,12$  nilai  $F_{hitung} = (363,771 > 3,12)$  dan tingkat signifikansi ( $0,000 < 0,05$ ) dengan hipotesis  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel bebas yaitu Lokasi ( $X_1$ ) dan Harga ( $X_2$ ) secara bersama sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Keputusan Konsumen (Y).
3. Berdasarkan perhitungan koefisien determinasi R sebesar  $0,951$  berarti hubungan antara variabel Lokasi ( $X_1$ ) dan Harga ( $X_2$ ) terhadap variabel Keputusan Konsumen (Y) sebesar  $0,951$  artinya hubungannya erat, karena R mendekati 1. Selanjutnya, dari hasil Nilai Adjusted R Square  $0,902$  dapat dijelaskan oleh variabel Lokasi dan Harga. Sedangkan sisanya  $0,098\%$  dapat dijelaskan oleh faktor – faktor lain yang tidak dimasukkan sebagai variabel dalam penelitian ini.

## 2 Keterbatasan Penelitian

Adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini terbatas karena jumlah sampel yang digunakan hanya 80 orang responden. Dan juga peneliti mempunyai keterbatasan waktu untuk dapat melakukan survei pada Perumahan Citra Wahana II Deli Serdang.
2. Adanya keterbatasan penelitian ini dengan menggunakan kuisioner terkadang jawaban yang diberikan oleh responden tidak menunjukkan keadaan yang sesungguhnya. Hal ini dikarenakan aktivitas beberapa responden yang cukup sibuk.

## 3. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan, peneliti mencoba memberikan saran untuk diperhatikan bagi pihak – pihak yang terkait di kantor Pemasaran Perumahan Citra Wahana II Deli serdang, adapun saran peneliti adalah:

1. Bagi pihak Pimpinan Perumahan Citra Wahana II Deli serdang diharapkan dapat menyesuaikan harga yang dapat bersaing dengan kompetitornya agar konsumen lebih cenderung mengambil rumah di Citra Wahana II.
2. Lokasi perumahan diharapkan dapat lebih baik lagi dalam menentukan lokasi perumahan yang sangat strategis dan dapat dijangkau oleh konsumen.

### Daftar Pustaka

- Anwar, Iful. (2015). *Pengaruh harga dan kualitas produk Terhadap keputusan pembelian*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Vol.4, No.12, Desember.
- Elrangga, Gibran Baradi. (2016). *Analisis pengaruh tingkat pendapatan, jumlah tanggungan keluarga, tingkat pendidikan, usia dan lokasi perumahan terhadap permintaan kredit pemilikan rumah bank BTN (studi kasus kota Malang tahun 2014)*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Vol.12, No.7 Juni.
- Habiby, Tri Rahmat. (2013). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Dalam Meminjam Kredit Kepemilikan Rumah (Kpr) Studi Kasus Di Kota Malang*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Vol.4, No.12 Juni.
- Hoover dan Giarratani .2007.*Economi of Location* .Terjemahan oleh Nugroho dan Dahuri.Penerbit Lembaga Penerbit UI Jakarta.
- <http://www.scribd.com/mobile/doc/SNI-03-1733-2004-Tata-Cara-Perencanaan-Lingkungan-Perumahan/> diakses 30 Maret 2017.
- Indriantoro *Lingkungan-Perumahan/ diakses 30 Maret 2020*).(2004). *Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium, Jilid 3*. Jakarta: Prenhallindo.
- Juwita, Sendy O.P. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Kredit Kepemilikan Rumah Pada BTN KC Surabaya KCP Mojokerto*. Jurnal Pendidikan Tata Niaga Vol.1, No.1.