

**PENGARUH STRATEGI PROMOSI, HARGA, LOKASI DAN FASILITAS
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PERUMAHAN BUMI ANDALUSIA
RESIDENCE PADA CV GRAHA CIPTA DI KOTA SAMARINDA**

Dewi Sintia¹, Heriyanto², Catur Kumala Dewi³
Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Samarinda
Email : Dewispantasari@gmail.com

Keywords : Promotion, Price,
Location, Facilities, Purchase
Decision

ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the effect of promotion strategy, price, location and facilities on consumers purchasing Bumi Andalusia Residence Housing at CV Graha Cipta in Samarinda City.

This research was conducted on consumers who bought houses in Bumi Andalusia Residence Housing, the population of this study were 96 consumers and the sample used was a saturated sample of 96.

The results of this research show that 1) Promotion variables have a positive and significant effect on the decision to purchase Bumi Andalusia Residence housing at CV Graha Cipta in Samarinda City. 2) The price variable has a positive and significant effect on the decision to purchase Bumi Andalusia Residence housing at CV Graha Cipta in Samarinda City. 3) The location variable has a negative and insignificant effect on the decision to purchase Bumi Andalusia Residence housing at CV Graha Cipta in Samarinda City. 4) The facility variable has a negative and insignificant effect on the decision to purchase Bumi Andalusia Residence housing at CV Graha Cipta in Samarinda City. 5) Promotion, price, location and facilities variables have a positive and significant effect together on the decision to purchase Bumi Andalusia Residence housing at CV Graha Cipta in Samarinda City.

PENDAHULUAN

Permintaan untuk pemenuhan kebutuhan akan rumah terus meningkat seiring pertumbuhan penduduk. Rumah tidak hanya diartikan sebatas tempat tinggal semata, akan tetapi kepemilikan rumah atau tanah dianggap sebagai investasi dalam jangka panjang khususnya bagi kalangan masyarakat menengah ke atas yang dijadikan sebagai tolak ukur kesejahteraan manusia. Kebutuhan rumah yang terus meningkat membuat banyak pengusaha bersaing untuk mendirikan perumahan. Cara menjalankan bisnisnya, pengusaha harus dapat melakukan strategi yang baik dan unggul. Pengusahaan harus selalu berusaha mendapatkan cara terbaik untuk mempertahankan pelanggan serta mampu mengatasi permasalahan di perusahaannya. Salah satu perumahan yang saat ini sedang berkembang dengan strategi yang baik dan unggul adalah perumahan Bumi Andalusia.

Hadirnya perumahan Bumi Andalusia memberikan kemudahan yang ditawarkan yaitu bebas biaya pemesanan, dan lain-lain untuk menarik minat pelanggan. Berdirinya Perumahan Bumi Andalusia memberikan pelayanan terbaik bagi konsumen sebelum pembelian dengan cara menghantarkan konsumen langsung melihat keadaan rumah dan menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diajukan konsumen. Banyaknya perumahan kualitas premium di Samarinda, membuat banyak

konsumen memiliki banyak alternatif dalam memilih perumahan, sehingga perusahaan harus dapat melakukan pemasaran yang tepat agar konsumen tersebut membeli perumahannya. Adapun faktor yang mempengaruhi Keputusan konsumen dalam membeli rumah adalah strategi promosi, harga, lokasi dan fasilitas.

Perumahan Bumi Andalusia *Residence* melakukan promosi sebagai faktor keberhasilan perusahaan dari kegiatan menjual produknya. Menurut Tjiptono (2019:138) mendefinisikan promosi merupakan elemen bauran pemasaran yang berfokus pada upaya menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan kembali konsumen akan merek dan produk perusahaan. Artinya, promosi Perumahan Bumi Andalusia *Residence* Samarinda, mampu membujuk konsumen untuk membeli rumah dengan informasi yang didapat melalui brosur, baliho, dan media sosial.

Perumahan Bumi Andalusia *Residence* memiliki harga yang relatif terjangkau sesuai dengan kualitas bahan bangunan yang digunakan sehingga banyak pelanggan berminat untuk membeli perumahan tersebut. Menurut Satriadi dkk (2021:103) “harga adalah suatu nilai yang dinyatakan dalam bentuk rupiah guna pertukaran /transaksi atau sejumlah uang yang dibayar konsumen untuk mendapatkan barang atau jasa”

Lokasi merupakan hal yang penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian contohnya Perumahan Bumi Andalusia *Residence* yang berlokasi sangat strategis karena daerah tersebut aman banjir dan terletak ditengah kota yang dimana banyak dilalui oleh kendaraan umum. Hal ini dikarenakan lokasi perumahan juga merupakan jalan alternatif lain. Menurut Swastha dan Irawan (2014:358) “lokasi adalah letak pada daerah yang strategis sehingga dapat meningkatkan keuntungan”.

Fasilitas merupakan segala sesuatu yang sengaja disediakan oleh penyedia jasa untuk dipakai serta dinikmati oleh konsumen yang bertujuan memberikan tingkat kepuasan yang maksimal. Terlebih dalam memutuskan membeli tempat tinggal konsumen akan secara detail mempertimbangkan fasilitas umum yang didapat. Pada perumahan Bumi Andalusia *Residence* tersedianya PDAM, listrik dan lampu penerangan jalan, serta jalan yang sudah di cor tergolong baik karena terdapat sarana dan prasarana yang memudahkan untuk pelanggan melihat unit perumahan tersebut sehingga para konsumen merasa aman dan nyaman. Menurut Tjiptono (2019:16) “fasilitas merupakan sumber fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada para konsumen”.

Konsumen sering kali di hadapkan dengan beberapa pilihan saat akan membeli suatu produk, hal tersebut membuat konsumen harus mempertimbangkan dengan baik terlebih dahulu sebelum melakukan pembelian agar produk yang di inginkan sesuai. Konsumen harus cermat dan bijak dalam memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan. keputusan pembelian yang dimaksud disini adalah tindakan yang dilakukan konsumen untuk memutuskan membeli Perumahan Bumi Andalusia *Residence*. Menurut Kotler (2016:185) “keputusan pembelian adalah tahap dalam suatu proses pengambilan keputusan pembeli dimana pembeli itu benar-benar akan membeli suatu produk”.

METODE

Rincian Data Yang Diperlukan

Penelitian ini dilakukan CV Graha Cipta serta memerlukan berbagai data dan informasi untuk menunjang dalam mencapai tujuan penelitian. Adapun data yang diperlukan antara lain:

1. Gambaran umum CV Graha Cipta
2. Struktur organisasi CV Graha Cipta
3. Tanggapan konsumen yang membeli rumah di Perumahan Bumi Andalusia *Residence*
4. Data lain yang berkaitan dengan penelitian.

Teknik Pengumpulan Data

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah promosi (X_1), harga (X_2), lokasi (X_3), dan fasilitas (X_4) terhadap keputusan pembelian (Y). Penelitian ini dilakukan pada konsumen yang membeli Perumahan Bumi Andalusia *Residence* pada Juni 2022 sampai Juni 2023. Teknik pengumpulan data yang diperlukan dalam penelitian ini yaitu Penelitian Lapangan (*Field Work Research*). Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner untuk membagikan pernyataan secara langsung kepada seluruh konsumen yang membeli Perumahan Bumi Andalusia *Residence* yang dijadikan subjek penelitian

Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2019:80) “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 96 konsumen yang membeli rumah di Perumahan Bumi Andalusia *Residence* pada bulan Juni 2022-Juni 2023.

Menurut Sugiono (2019:81) “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Menurut Sugiono (2019:85) “Sampel jenuh adalah teknik penentuan sampel apabila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel”. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 96 responden yang membeli rumah di Perumahan Bumi Andalusia *Residence* pada bulan Juni 2022-Juni 2023.

a. Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2019:275) “analisis regresi linier berganda digunakan oleh peneliti, apabila peneliti meramalkan bagaimana naik turunnya keadaan variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independensebagai faktor predictor dinaik turunkan nilainya (dimanipulasi)”. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + e$$

Keterangan:

Y= Keputusan pembelian

X_1 = Promosi

X_2 = Harga

X_3 = Lokasi

X_4 = Fasilitas

a = Konstanta (nilai pada saat nol)

b_1, b_2, b_3, b_4 = Koefisien masing-masing dari nilai variabel

e = *Error* atau residu

b. Uji t

Menurut Ghozali (2016:178) uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independent terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikan 0,05 ($\alpha = 5\%$). Dalam penelitian ini pengujian hipotesis antara lain:

1. Hipotesis diterima jika promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Perumahan Bumi Andalusia *Residence* CV Graha Cipta Di kota Samarinda dan hipotesis ditolak jika promosi berpengaruh tidak positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Perumahan Bumi Andalusia *Residence* CV Graha Cipta Di kota Samarinda.
2. Hipotesis diterima jika harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Perumahan Bumi Andalusia *Residence* CV Graha Cipta Di kota Samarinda dan hipotesis ditolak jika harga berpengaruh tidak positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Perumahan Bumi Andalusia *Residence* CV Graha Cipta Di kota Samarinda.
3. Hipotesis diterima jika lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Perumahan Bumi Andalusia *Residence* CV Graha Cipta Di kota Samarinda dan hipotesis ditolak jika harga berpengaruh tidak positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Perumahan Bumi Andalusia *Residence* CV Graha Cipta Di kota Samarinda.
4. Hipotesis diterima jika fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Perumahan Bumi Andalusia *Residence* CV Graha Cipta Di kota Samarinda dan hipotesis ditolak jika fasilitas berpengaruh tidak positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Perumahan Bumi Andalusia *Residence* CV Graha Cipta Di kota Samarinda.

c. Uji f

Menurut Ghozali (2016:177) “uji f digunakan untuk menghitung apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen.” Pengujian dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikan 0,05 ($\alpha = 5\%$). Pengujian dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikan 0,05 ($\alpha = 5\%$).

1. Hipotesis diterima jika promosi, harga, lokasi dan fasilitas berpengaruh secara bersama-sama positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Perumahan Bumi Andalusia *Residence* CV Graha Cipta Di kota Samarinda dan hipotesis ditolak jika promosi, harga, lokasi dan fasilitas berpengaruh secara bersama-sama tidak positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Perumahan Bumi Andalusia *Residence* CV Graha Cipta Di kota Samarinda.

d. Koefisien determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2016:177) “Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk menguji *goodness-fit* atau kalayak model. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar presentase pengaruh variabel promosi (X_1), harga (X_2), lokasi(X_3), dan fasilitas (X_4) terhadap keputusan pembelian (Y).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda adalah suatu teknik yang digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah variabel promosi (X_1), harga (X_2), lokasi (X_3), dan fasilitas (X_4) sedangkan yang menjadi variabel terikat adalah Keputusan Pembelian (Y). Hasil pengujian ini sebagai berikut:

Tabel 1 : Hasil Regresi Linier Berganda

Variabel	Nilai Koefisien Regresi	Sig
Constant	6.281	0.004
Promosi	0.546	0.030
Harga	0.173	0.022
Lokasi	-0.208	0.070
Fasilitas	-0.193	0.080

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5 + e$$

$$Y = 6,281 + 0,546 X_1 + 0,173 X_2 - 0,208 X_3 - 0,193 X_4 + e$$

Diketahui:

Y	= keputusan pembelian
a	= 6,281
Promosi X_1	= 0,546
Harga X_2	= 0,173
Lokasi X_3	= - 0,208
Fasilitas X_4	= - 0,193
b_1, b_2, b_3, b_4	= koefisien masing masing dari nilai variabel
e	= <i>Error</i>

Berdasarkan tabel 1 Persamaan regresi dapat dijelaskan bahwa:

1) Konstanta (a)

Persamaan regresi dapat dijelaskan bahwa besarnya konstanta yaitu 6,281 berarti bahwa keputusan pembelian akan konstan sebesar 6,281. Jika peningkatan

Promosi X_1 , Harga X_2 , Lokasi X_3 , Fasilitas X_4 tidak merubah Keputusan Pembelian Y rumah di Perumahan Bumi Andalusia *Residence*.

- 2) Pengaruh promosi X_1 terhadap keputusan pembelian Y $b_1 = 0,546$
 Variabel promosi X_1 berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian sehingga nilai koefisien regresi sebesar 0,546 sehingga menyebabkan konsumen yang membeli rumah di Perumahan Bumi Andalusia *Residence* meningkat. Hal ini menunjukkan bahwa variabel promosi yang digunakan melalui media sosial (*Facebook, Instagram, dan Whatsapp*) serta dilakukan secara langsung maupun menggunakan jasa pemasaran berkontribusi terhadap keputusan pembelian rumah di Perumahan Bumi Andalusia *Residence*.
- 3) Pengaruh harga X_2 terhadap keputusan pembelian Y $b_2 = 0,173$
 Variabel harga X_2 berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian sehingga nilai koefisien regresi sebesar 0,173 sehingga menyebabkan konsumen yang membeli rumah di Perumahan Bumi Andalusia *Residence* meningkat. Hal ini menunjukkan bahwa variabel harga yang ditawarkan sudah relatif terjangkau apabila dibandingkan dengan harga pasaran sehingga variabel harga berkontribusi terhadap keputusan pembelian rumah di Perumahan Bumi Andalusia *Residence*.
- 4) Pengaruh lokasi X_3 terhadap keputusan pembelian Y $b_3 = -0,208$
 Variabel lokasi X_3 berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian sehingga nilai koefisien regresi sebesar -0,208 sehingga menyebabkan konsumen yang membeli rumah di Perumahan Bumi Andalusia *Residence* menurun. Hal ini menunjukkan bahwa variabel lokasi Perumahan Bumi Andalusia *Residence* yang terletak jauh dari pusat kota, lokasi dapat dilihat dari jalan, lalu lintas menuju lokasi Perumahan Bumi Andalusia *Residence* tergolong ramai sehingga menyebabkan kemacetan sehingga variabel lokasi kurang memiliki kontribusi atau partisipasi terhadap keputusan pembelian rumah di Perumahan Bumi Andalusia *Residence*.
- 5) Pengaruh fasilitas X_4 terhadap keputusan pembelian Y $b_4 = -0,193$
 Variabel fasilitas X_4 berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian sehingga nilai koefisien regresi sebesar -0,193 sehingga menyebabkan konsumen yang membeli rumah di Perumahan Bumi Andalusia *Residence* menurun. Hal ini menunjukkan bahwa variabel fasilitas Perumahan Bumi Andalusia *Residence* seperti kondisi jalan yang sempit, sumber air bersih yang sering mati, dan koneksi jaringan telpon kurang memadai sehingga variabel lokasi kurang memiliki kontribusi atau partisipasi terhadap keputusan pembelian rumah di Perumahan Bumi Andalusia *Residence*.

2. Uji t

Tabel 2: Hasil Uji t

Variabel	t_{hitung}	Sig
Promosi	7,745	0.030
Harga	2,323	0.022
Lokasi	-2,261	0.070
Fasilitas	-2,650	0.080

Berdasarkan tabel 5.12 hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa sebagai

berikut:

1. Variabel Promosi X_1 t_{hitung} 7,745 lebih besar dari pada t_{tabel} sebesar 1,98667. dengan taraf signifikansi 0,000 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa promosi X_1 berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Y.
2. Variabel Harga X_2 t_{hitung} 2,323 lebih besar dari pada t_{tabel} sebesar 1,98667. dengan taraf signifikansi 0,000 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa harga X_2 berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Y.
3. Variabel Lokasi X_3 t_{hitung} -2,261 lebih kecil dari pada t_{tabel} sebesar 1,98667. dengan taraf signifikansi 0,022 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa lokasi X_3 berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian Y.
4. Variabel Fasilitas X_4 t_{hitung} -2,650 lebih kecil dari pada t_{tabel} sebesar 1,98667. dengan taraf signifikansi 0,070 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa fasilitas X_4 berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian Y.

3. Uji f

Tabel 3 : Hasil Uji f

Model	f_{hitung}	nilai signifikan
Regression	63,322	0,007

Berdasarkan pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa f_{hitung} 63,322 lebih besar dari f_{tabel} 2,472 dengan nilai signifikansi 0,007 lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat ditarik kesimpulan yaitu terdapat pengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama pada variabel Promosi X_1 , Harga X_2 , Lokasi X_3 , Fasilitas X_4 terhadap keputusan pembelian Y.

4. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk menguji kelayakan model dengan nilai koefisien determinasi yaitu antara nol sampai satu. Nilai R^2 yang kecil artinya kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat terbatas. Nilai yang mendekati satu artinya variabel bebas hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel terikat.

Tabel 4 : Hasil Uji R^2

R	R Square	Adjusted R Square
0,856 ^a	0,733	0,721

Berdasarkan tabel 4 dapat diperoleh hasil nilai R sebesar 0,856 artinya terdapat hubungan yang kuat antara promosi X_1 , harga X_2 , lokasi X_3 , fasilitas X_4 terhadap keputusan pembelian Y dikarenakan nilai R mendekati 1. Penelitian nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,733 jika dipresentasikan sebesar 73,3% perubahan variabel keputusan pembelian ditentukan oleh variabel promosi X_1 , harga X_2 , lokasi X_3 dan fasilitas X_4 sedangkan 26,7% dipengaruhi oleh

variabel lainnya.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil perhitungan diatas dapat dijabarkan sebagai berikut:

a. Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian

Promosi Perumahan Bumi Andalusia *Residence* melalui media sosial (*Facebook, Instagram, dan Whatsapp*), mendapatkan potongan harga atau diskon apabila membeli rumah di Perumahan Bumi Andalusia *Residence*, Brosur Perumahan Bumi Andalusia *Residence* yang disebar di media social cukup jelas. Berdasarkan pernyataan diatas dapat disimpulkan **H1 Promosi diterima** dikarenakan hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian rumah di Perumahan Bumi Andalusia *Residence*. Promosi yang digunakan antara lain melalui media sosial (*Facebook, Instagram, dan Whatsapp*), dilakukan secara langsung maupun menggunakan jasa pemasaran sudah memadai sehingga konsumen memutuskan untuk melakukan pembelian rumah di Perumahan Bumi Andalusia *Residence*

b. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian

Harga yang ditawarkan ke konsumen relatif terjangkau untuk membeli rumah di Perumahan Bumi Andalusia *Residence*. Harga rumah di Perumahan Bumi Andalusia *Residence* terjangkau dan sesuai dengan kualitas bangunannya. Harga yang ditawarkan di Perumahan Bumi Andalusia *Residence* sesuai dengan manfaat yang dirasakan konsumen yaitu memiliki rumah yang nyaman. Berdasarkan pernyataan diatas dapat disimpulkan **H2 Harga diterima** dikarenakan hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian rumah di Perumahan Bumi Andalusia *Residence*. Harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan oleh konsumen untuk bisa membeli Perumahan Bumi Andalusia *Residence*, di Perumahan Bumi Andalusia *Residence* memiliki harga yang relatif terjangkau sehingga banyak konsumen memutuskan untuk membeli rumah disana.

c. Pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian

Lokasi yang digunakan untuk membangun Perumahan Bumi Andalusia *Residence* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan pernyataan diatas dapat disimpulkan **H3 Lokasi ditolak** dikarenakan hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian rumah di Perumahan Bumi Andalusia *Residence*. Lokasi Perumahan Bumi Andalusia *Residence* yang terletak jauh dari pusat kota, lokasi dapat dilihat dari jalan, lalu lintas menuju lokasi Perumahan Bumi Andalusia *Residence* tergolong ramai sehingga menyebabkan kemacetan.

d. Pengaruh fasilitas terhadap keputusan pembelian

Fasilitas yang disediakan Perumahan Bumi Andalusia *Residence* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan pernyataan diatas dapat disimpulkan **H4 Fasilitas ditolak** dikarenakan hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian rumah di Perumahan Bumi Andalusia *Residence*. Fasilitas

Perumahan Bumi Andalusia *Residence* seperti kondisi jalan yang sempit, sumber air bersih yang sering mati, dan koneksi jaringan telpon kurang memadai.

e. Pengaruh promosi, harga, lokasi, fasilitas terhadap keputusan pembelian

Promosi, harga, lokasi, dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan pernyataan diatas dapat disimpulkan **H5 Promosi, Harga, Lokasi, Dan Fasilitas diterima**. Berdasarkan keputusan pembelian rumah di Perumahan Bumi Andalusia *Residence* bahwa konsumen membeli rumah sesuai dengan kebutuhannya yaitu konsumen mencari promo-promo yang ditawarkan oleh penjual rumah di Perumahan Bumi Andalusia *Residence*, memiliki rumah dengan harga terjangkau, lokasi yang digunakan perumahan Bumi Andalusia *Residence* strategis karena daerah aman banjir, fasilitas yang digunakan perumahan Bumi Andalusia *Residence* sudah memadai seperti lampu penerangan jalan, dan selokan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Bumi Andalusia *Residence* pada CV Graha Cipta Di Kota Samarinda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa **H1 Promosi diterima** karena promosi yang digunakan untuk mempromosikan Perumahan Bumi Andalusia *Residence* semakin menarik yaitu melalui media sosial (*Facebook, Instagram, dan Whatsapp*), mendapatkan potongan harga atau diskon, maka jumlah konsumen yang membeli rumah semakin meningkat.
2. Variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Bumi Andalusia *Residence* pada CV Graha Cipta Di Kota Samarinda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa **H2 Harga diterima** karena harga yang ditawarkan relatif terjangkau sesuai dengan kualitas bangunannya maka jumlah konsumen yang membeli rumah semakin meningkat.
3. Variabel lokasi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Bumi Andalusia *Residence* pada CV Graha Cipta Di Kota Samarinda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa **H3 Lokasi ditolak** karena lokasi untuk membangun Perumahan Bumi Andalusia *Residence* terletak jauh dari pusat lokasi dapat dilihat dari jalan, lalu lintas menuju lokasi Perumahan Bumi Andalusia *Residence* tergolong ramai sehingga menyebabkan kemacetan sehingga konsumen kurang tertarik untuk membeli.
4. Variabel fasilitas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Bumi Andalusia *Residence* pada CV Graha Cipta Di Kota Samarinda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa **H4 Fasilitas ditolak** karena fasilitas yang disediakan di Perumahan Bumi Andalusia *Residence* kurang memadai seperti kondisi jalan yang sempit, sumber air bersih yang sering mati, dan koneksi jaringan telpon kurang memadai, maka konsumen kurang tertarik untuk membeli rumah di Perumahan Bumi Andalusia *Residence*.
5. Variabel promosi, harga, lokasi, dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Bumi Andalusia *Residence* pada CV Graha Cipta Di Kota Samarinda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa **H5 Promosi, Harga, Lokasi dan Fasilitas diterima** karena memiliki rumah dengan harga terjangkau, lokasi yang digunakan perumahan Bumi Andalusia *Residence* strategis

karena daerah aman banjir dan terletak pada pinggir jalan , fasilitas yang digunakan perumahan Bumi Andalusia *Residence* sudah memadai.karena promosi, harga, lokasi, dan fasilitas semakin meningkat, maka jumlah konsumen yang membeli rumah semakin meningkat.

Saran

Berdasarkan simpulan diatas, saran dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Bagi CV Graha Cipta diharapkan untuk selalu memperhatikan promosi, harga, lokasi dan fasilitas agar konsumen bertambah banyak dan memutuskan untuk membeli Perumahan Bumi Andalusia *Residence* melalui CV Graha Cipta.
2. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk menambah variabel kualitas produk dan jumlah responden yang lebih mendukung dalam peningkatan jumlah pembelian sehingga hasil yang diperoleh lebih maksimal.

REFERENCES

- Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Kotler. 2016. *Manajemen Pemasaran*. London: Perseon Education.
- Novianty. 2021. Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfamart Cabang Cipondoh. *Journal of Economi Management Accounting andTechnology*, 45-56.
- Rahmi. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PDAM Tirta Sanjung Buana Sijunjung. *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN* , 10-21.
- Satriadi. 2021. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Samudra Biru.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitaif, Kualitatif dan R&D*. Bandung:Alfabeta.
- Swasta. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media
- Tjiptono. 2019. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.