



ANALISA PENGARUH HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PERUMAHAN PINANG JAYA PALEMBANG

Andini Utari Putri¹ Puspa Djuita²
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Aprin, Universitas Indo Global Mandiri
Email : andini@uigm.ac.id; djuitapuspa@gmail.com

Article Info

Kata Kunci :
Price, Purchase Decision.

Abstrak

Increasing business competition in the housing sector has led companies to adopt appropriate marketing strategies so that their businesses can survive and win the competition. This study aims to determine the effect of pricing on consumer purchasing decisions in Palembang Pinang Jaya Housing. This type of research is quantitative with a descriptive approach that is by describing and describing the variables studied and then drawn conclusions. The object of research that becomes the independent variable is the price (X1) and the purchase decision (Y) as the dependent variable. The population in this study were 35 customers in Palembang Pinang Jaya Housing. Sampling in this study uses a saturated sample technique so that the entire population is taken to be the research sample. The instrument test was carried out with the validity and reliability test, the normality test, the hypothesis test and the analysis technique used was a simple regression analysis. The results showed that the price had a significant effect on purchasing decisions at Pinang Jaya Palembang Housing. This can be seen from the research that has been investigated by researchers that shows from the t test results obtained $t_{count} > t_{table}$ ($1,402 > 0,05$) then H_0 is rejected. meaning that the price has a significant effect on purchasing decisions. Based on the significance value: from the Coefficients table obtained significance of $0,170 > 0,05$, so it can be concluded that the variable Price (X) influences the purchase decision variable (Y).

**Andini Utari Putri,
Puspa Djuita**

andini@uigm.ac.id

Jurnal Ilmiah Manajemen – Vol : 11.01.2022

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Rumah adalah salah satu kebutuhan pokok manusia selain pakaian dan makanan. Setiap manusia membutuhkan rumah untuk tempat berlindung dan sebagai tempat berkumpul dan berlangsungnya aktivitas keluarga. Terwujudnya kesejahteraan masyarakat dan sumber daya manusia yang berkualitas dapat ditandai dengan meningkatnya kualitas kehidupan yang layak. Pasal 5 ayat (1) UU No 4 tahun 1992 tentang perumahan dan pemukiman berbunyi sebagai berikut setiap warga negara mempunyai hak untuk menempati dan atau menikmati

dan atau memiliki rumah yang layak dalam lingkungan yang sehat, aman, serasi, dan teratur. Selain itu dijelaskan pula dalam undang-undang Nomor 1 tahun 2011 tentang perumahan dan kawasan permukiman, yaitu permukiman adalah bagian dari lingkungan hunian yang terdiri atas lebih dari satu satuan perumahan yang mempunyai prasarana, sarana, utilitas umum, serta mempunyai penunjang kegiatan fungsi lain di kawasan perkotaan atau kawasan perdesaan. Sedangkan perumahan adalah kumpulan rumah sebagai bagian dari permukiman, baik perkotaan maupun perdesaan, yang dilengkapi dengan prasarana, sarana, dan utilitas umum sebagai hasil upaya pemenuhan rumah yang layak huni.

Setiap orang akan berusaha memenuhi kebutuhan akan rumah dalam setiap tingkat kehidupannya dengan memperhatikan selera dan kemampuan yang ada. Kepemilikan rumah untuk hari ini tidak hanya ditujukan untuk pemenuhan kebutuhan pokok akan papan saja, melainkan telah menjadi suatu alternatif investasi yang cukup menarik. Rumah juga merupakan indikator identitas status sosial masyarakat, jika seseorang memiliki rumah yang mewah menandakan sipemilikinya merupakan orang yang memiliki kemampuan tinggi. Menurut Yunus dalam Wesnawa (2015: 2) rumah dapat diartikan sebagai bentukan baik buatan manusia ataupun alami dengan segala kelengkapannya yang digunakan manusia sebagai individu maupun kelompok untuk bertempat tinggal.

Perumahan dikenal dengan istilah *housing*. *Housing* berasal dari bahasa Inggris yang memiliki arti kelompok rumah. Perumahan yaitu kumpulan rumah yang berfungsi sebagai lingkungan tempat tinggal. Sebagai lingkungan tempat tinggal, perumahan dilengkapi dengan prasarana dan sarana lingkungan. Permintaan rumah merupakan refleksi dari suatu penawaran yang dilakukan oleh pengembang dalam usaha property rumah untuk membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhan tempat tinggal.

Selain itu juga terdapat faktor lingkungan, fasilitas dan dekatnya dengan kerabat dapat dijadikan pertimbangan individu dalam membeli rumah. Fungsi perumahan akan semakin nyata apabila semakin kompleksnya fasilitas yang disediakan oleh pengembang. Lokasi yang strategis merupakan faktor yang penting dalam mempengaruhi permintaan individu terhadap sebuah tempat tinggal (Hidayat, 2015).

Beberapa penelitian terdahulu telah membuktikan adanya faktor-faktor yang berpengaruh terhadap permintaan rumah. Diantaranya penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Taufiq & Eduardus Tandelilin bahwa harga rumah dan pendapatan konsumen sangat berpengaruh terhadap permintaan akan kebutuhan perumahan. Implikasi bahwa harga rumah yang terjangkau oleh pendapatan yang diperoleh individu maka kebutuhan akan rumah menjadi prioritas utama. Kebutuhan akan perumahan di Indonesia sendiri terus meningkat. Hal ini disebabkan oleh pertumbuhan penduduk Indonesia yang tinggi. Tingginya laju pertumbuhan penduduk Indonesia sangat berpengaruh pada kebutuhan rumah Indonesia

Kebutuhan akan rumah terutama untuk tipe rumah sederhana seperti untuk perumahan tipe 36 lebih banyak peminatnya karena harga yang terjangkau sehingga pengembang perumahan di wilayah Palembang berlomba-lomba memberikan dan menawarkan konsep yang bagus, nyaman dan aman.

Harga Perumahan Pinang Jaya Palembang Tahun 2019-2020

Keterangan Harga dan Tahun	Harga Rumah	
	Tipe 36	Tipe 36 Hook
2019/2020	Rp. 140.000.000	Rp. 200.000.000
Booking	Rp. 1.000.000	Rp.1.000.000 + Harga Tanah 1 Juta Permeter

DP	Rp. 2.000.000	Rp. 2.000.000
Akad	Rp. 7.500.000	Rp. 7.500.000

Sumber: Perumahan Pinang Jaya Palembang

Tahapan yang dilakukan oleh konsumen untuk pertama kali sebelum mengambil keputusan untuk melakukan pembelian yaitu permasalahan harga. Harga merupakan faktor penentu minat seseorang untuk memiliki suatu produk baik itu barang ataupun jasa (Koetler (2016: 177). Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik untuk menulis dan membahas lebih lanjut mengenai “Analisis Pengaruh Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Perumahan Pinang Jaya Palembang”. Berdasarkan latar belakang yang diatas, maka dapat dirumuskan masalah

Apakah ada pengaruh penetapan harga terhadap keputusan pembelian Perumahan Pinang Jaya Palembang?

TINJAUAN PUSTAKA

Menurut Kotler dan Amstrong (2016: 151) yang dialih bahasakan oleh Bob Sabran, harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa atau jumlah dari nilai uang yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Adapun menurut Alma (2014: 169) bahwa harga adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang. Definisi tersebut menjelaskan bahwa harga merupakan unsur penting bagi perusahaan dimana dengan adanya harga perusahaan akan mendapatkan income bagi keberlangsungan perusahaan.

Selain itu harga juga merupakan alat yang nantinya di jadikan proses pertukaran terhadap suatu barang atau jasa oleh konsumen. Harga merupakan pernyataan nilai dari suatu produk (*a statement of value*). Nilai merupakan rasio atau perbandingan antara persepsi terhadap manfaat (*perceived benefits*) dengan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan produk.

Harga sebuah produk atau jasa merupakan faktor penentu utama permintaan pasar. Harga mempengaruhi posisi persaingan dan bagian atau saham pasar dari sebuah perusahaan. Ada 3 tujuan penetapan harga (Harman Malau, 2017: 127)

1. Tujuan Profitabilitas.
2. Tujuan volume
3. Tujuan kompetisi pertemuan, dan
4. Tujuan nama baik

Strategi Penetapan Harga, terbagi menjadi 3 bagian yaitu:

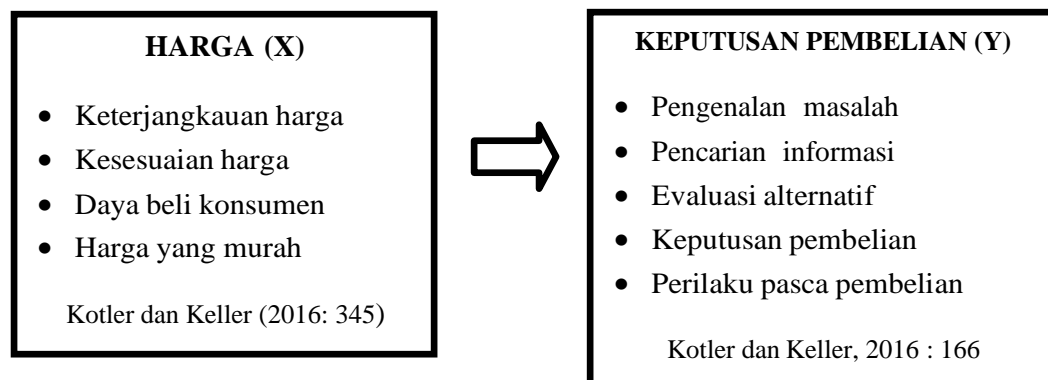
1. berorientasi pada laba.
2. berorientasi penjualan
3. berorientasi pada usaha mempertahankan status quo yaitu sasaran yang berkaitan erat dengan menstabilkan harga dan menangkal persaingan

Keputusan Pembelian

Kotler dan Keller (2016: 226). Keputusan pembelian merupakan keputusan konsumen untuk membeli suatu produk setelah sebelumnya memikirkan tentang layak tidaknya membeli produk itu dengan mempertimbangkan informasi-informasi yang ia ketahui dengan realitas tentang produk itu setelah ia menyaksikannya. Keputusan pembelian merupakan hal yang lazim dipertimbangkan konsumen dalam proses pemenuhan kebutuhan akan barang maupun jasa. Keputusan pembelian adalah segala sesuatu yang dikerjakankonsumen untuk membeli, membuang, dan menggunakan produk dan jasa. Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan.

Keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk. Berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa, biasanya konsumen selalu mempertimbangkan kualitas, harga dan produk sudah yang sudah dikenal oleh masyarakat. Sebelum konsumen memutuskan untuk membeli, biasanya konsumen melalui beberapa tahap terlebih dahulu yaitu, (1) pengenalan masalah, (2) pencarian informasi, (3) evaluasi alternatif, (4) keputusan pembelian, (5) perilaku pasca pembelian (Kotler dan Keller, 2016 : 166). Kotler and Amstrong (2016:177), keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen yaitu study tentang bagaimana pribadi, kelompok atau organisasi membeli, menggunakan barang dan jasa untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.

Kerangka Pikir



Gambar 2.1 Kerangka Pikiran

METODELOGI PENELITIAN

Penelitian ini termasuk dalam penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif adalah metode penelitian yang berusaha menggambarkan dan menginterpretasi objek sesuai dengan apa adanya. Data Primer yaitu data yang diperoleh langsung dari objek penelitian baik melalui tehnik kuisisioner maupun wawancara dengan pemilik maupun objek penelitian. Data Sekunder, merupakan data pendukung bisa berupa dokumen dan lainnya. Teknik Pengumpulan Data dalam penelitian ini ialah : Observasi, Wawancara, Dokumentasi, Kuisisioner (Angket). Teknik Analisa data dalam penelitian ini ialah dengan menggunakan metodologi kuantitatif dengan metode spss dimana hasil perhitungan statistik tersebut akan di analisis dan diuraikan di pembahasan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisa Data

Uji Validitas Variabel Harga

Correlations

		item_1	item_2	item_3	item_4	item_5	item_6	item_7	skor_total
item_1	Pearson Correlation	1	.265	.265	.250	.334	.250	.180	.666**
	Sig. (2-tailed)		.124	.124	.147	.050	.147	.300	.000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35
item_2	Pearson Correlation	.265	1	.300	.118	-.248	-.236	.151	.388*
	Sig. (2-tailed)	.124		.080	.500	.150	.173	.387	.021
	N	35	35	35	35	35	35	35	35
item_3	Pearson Correlation	.265	.300	1	.118	-.132	-.118	.151	.463**
	Sig. (2-tailed)	.124	.080		.500	.448	.500	.387	.005
	N	35	35	35	35	35	35	35	35
item_4	Pearson Correlation	.250	.118	.118	1	-.070	.286	.320	.594**
	Sig. (2-tailed)	.147	.500	.500		.688	.096	.061	.000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35
item_5	Pearson Correlation	.334	-.248	-.132	-.070	1	.515**	.015	.405*
	Sig. (2-tailed)	.050	.150	.448	.688		.002	.932	.016
	N	35	35	35	35	35	35	35	35
item_6	Pearson Correlation	.250	-.236	-.118	.286	.515**	1	-.080	.481**
	Sig. (2-tailed)	.147	.173	.500	.096	.002		.648	.003
	N	35	35	35	35	35	35	35	35
item_7	Pearson Correlation	.180	.151	.151	.320	.015	-.080	1	.491**
	Sig. (2-tailed)	.300	.387	.387	.061	.932	.648		.003
	N	35	35	35	35	35	35	35	35
skor_total	Pearson Correlation	.666**	.388*	.463**	.594**	.405*	.481**	.491**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.021	.005	.000	.016	.003	.003	
	N	35	35	35	35	35	35	35	35

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Sumber : Data Olahan SPSS 21 Versi Windows Tahun 2020

Berdasarkan data olahan SPSS 21 Versi Windows diatas, dapat diketahui untuk soal quisioner yang di jawab oleh 35 responden. Diketahui nilai r hitung pada soal nomor 1 sebesar $0,666 > 0,05$ artinya soal nomor 1 adalah valid begitupun selanjutnya. Data bisa dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.6
Hasil Validitas Variabel Harga

Item Soal	r hitung	r tabel	Keterangan
Harga-1	0,666	0,05	Valid
Harga-2	0,388		Valid
Harga-3	0,463		Valid
Harga-4	0,594		Valid
Harga-5	0,405		Valid
Harga-6	0,481		Valid

Harga-7	0,491	Valid
---------	-------	-------

Sumber : Data Olahan Spss 21 Versi Windows, Tahun 2020

Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian

Gambar 4.2
Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian

Correlations										
		item_1	item_2	item_3	item_4	item_5	item_6	item_7	item_8	skor_total
item_1	Pearson Correlation		.085	.149	-.026	.024	.075	.326	-.029	.372 [*]
	Sig. (2-tailed)		.627	.394	.881	.893	.668	.056	.867	.028
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
item_2	Pearson Correlation	.085		.495 ^{**}	.662 ^{**}	.127	.075	.326	.085	.620 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.627		.002	.000	.467	.668	.056	.627	.000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
item_3	Pearson Correlation	.149	.495 ^{**}		.596 ^{**}	-.224	.036	.435 ^{**}	.380 [*]	.625 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.394	.002		.000	.196	.839	.009	.025	.000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
item_4	Pearson Correlation	-.026	.662 ^{**}	.596 ^{**}		.033	.186	.291	.203	.644 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.881	.000	.000		.852	.285	.090	.242	.000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
item_5	Pearson Correlation	.024	.127	-.224	.033		.055	.096	.127	.337 [*]
	Sig. (2-tailed)	.893	.467	.196	.852		.753	.582	.467	.047
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
item_6	Pearson Correlation	.075	.075	.036	.186	.055		.135	.075	.407 [*]
	Sig. (2-tailed)	.668	.668	.839	.285	.753		.439	.668	.015
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
item_7	Pearson Correlation	.326	.326	.435 ^{**}	.291	.096	.135		.406 [*]	.732 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.056	.056	.009	.090	.582	.439		.016	.000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
item_8	Pearson Correlation	-.029	.085	.380 [*]	.203	.127	.075	.406 [*]		.508 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.867	.627	.025	.242	.467	.668	.016		.002
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
skor_total	Pearson Correlation	.372 [*]	.620 ^{**}	.625 ^{**}	.644 ^{**}	.337 [*]	.407 [*]	.732 ^{**}	.508 ^{**}	
	Sig. (2-tailed)	.028	.000	.000	.000	.047	.015	.000	.002	
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Sumber : Data Olahan SPSS 21 Versi Windows, Tahun 2020

Berdasarkan data olahan SPSS 21 Versi Windows diatas, Diketahui nilai rhitung pada soal nomor 1 sebesar $0,372 > 0,05$ artinya soal nomor 1 adalah valid begitupun selanjutnya. Data bisa dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.7
Hasil Validitas Keputusan Pembelian

Item Soal	r hitung	r tabel	Keterangan
KP 1	0,372	0,05	Valid
KP 2	0,620		Valid
KP 3	0,625		Valid
KP 4	0,644		Valid
KP 5	0,337		Valid
KP 6	0,407		Valid

KP 7	0,732		Valid
KP 8	0,508		Valid

Sumber : Data Olahan Spss 21 Versi Windows, Tahun 2020

Uji Reabilitas Variabel

a. Uji Reabilitas Variabel Harga

Gambar 4.3
Uji Reabilitas Variabel Harga
Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	35	97.2
	Excluded ^a	1	2.8
	Total	36	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
	.445 7

Hasil analisis reliabilitas dapat dilihat pada output program SPSS dan ditunjukkan dengan besarnya nilai *alpha* (α) 0,445. Artinya $0,445 > 0,05$. Berdasarkan gambar diatas, diketahui bahwa variable harga memiliki tingkat reabilitas maka penelitian ini dapat dilanjutkan.

b. Uji Reabilitas Variabel Keputusan Pembelian

Gambar 4.4
Uji Reabilitas Variabel Keputusan Pembelian

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	35	85.4
	Excluded ^a	6	14.6
	Total	41	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.634	8

Hasil analisis reliabilitas dapat dilihat pada output program SPSS dan ditunjukkan dengan besarnya nilai *alpha* (α) $0,634 > 0,05$. Berdasarkan gambar diatas, diketahui bahwa variabel keputusan pembelian nya memiliki nilai reabilitas maka penelitian ini dapat dilanjutkan.

Hasil Hipotesis Hasil Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	21.711	8.755		2.480	.018
	HARGA	.388	.276	.237	1.402	.170

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber data: hasil olahan data dengan SPSS

Berdasarkan hasil perhitungan diatas didapatkan nilai t hitung sebesar 1.402 sedangkan t tabel 0,05 atau $t_{hitung} > t_{tabel}$. Nilai probabilitas signifikan untuk variabel Harga sebesar $1.402 > 0,05$. Hal ini dapat diambil kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Uji F

Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	12.648	1	12.648	1.966	.170 ^b
	Residual	212.323	33	6.434		
	Total	224.971	34			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

b. Predictors: (Constant), HARGA

Sumber : Data diolah dengan SPSS 21

Gambar 4.8 UJI F

Berdasarkan hasil perhitungan diatas didapat nilai F hitung sebesar 1,966 dengan tingkat signifikan 4,12 lebih besar dari F tabel atau F hitung $1,966 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima artinya harga sangat berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian.

Uji Regresi Sederhana

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	21.711	8.755
	HARGA	.388	.276

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber : Data diolah dengan SPSS 21

**Gambar 4.9
 Uji Regresi Sederhana**

Keterangan :

$$Y = a + bX$$

a = Constanta

bX = Nilai Harga Berdasarkan gambar diatas :

- Nilai Constanta pada regresi mempunyai koefisien adalah 21.711 dengan standar error 8.755.
- Nilai harga diketahui 0,388 dengan standar error 0,276.

Hasil gambar diatas menjelaskan bahwa nilai regresi hubungan antara variabel harga dan keputusan pembelian mempunyai arah positif (Suhartanto, 2015:328). Diketahui nilai Constanta (a) sebesar 21.711 sedangkan nilai Harga (b/koefisien regresi) sebesar 0,388, sehingga persamaan regresinya dapat ditulis:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 21.711 + 0,388X$$

Konstanta sebesar 21.711, mengandung arti bahwa nilai konsisten variabel keputusan pembelian adalah sebesar 21.711

Koefisien regresi X sebesar 0,388 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai harga, maka nilai keputusan pembelian bertambah 0,388. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap Y adalah positif.

Pengambilan keputusan dalam uji regresi sederhana:

1. nilai Coefficients diperoleh signifikansi sebesar $0,170 > 0,05$, sehingga dapat disimpulkan

bahwa variabel Harga(X) secara signifikan berpengaruh terhadap variabel Keputusan pembelian(Y)

2. nilai t : diketahui nilai t hitung sebesar $1.402 > t$ tabel 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Harga (X) berpengaruh terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y)
3. pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sangatlah besar dapat dilihat dari hasil analisa regresi dengan hasil $y = 21,711 + 0,388 X$ yang artinya bila ada kenaikan harga sebesar 1 % maka akan mempengaruhi penjualan rumah sebesar 0,388%

Pembahasan

Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Perumahan Pinang Jaya Palembang

Harga adalah jumlah uang yang dibayarkan untuk memperoleh sesuatu barang yang kita inginkan. Dari hasil olahan data dengan menggunakan bantuan SPSS diperoleh hasil bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian, dimana objek yang akan dibeli adalah rumah. Seperti dijelaskan pada bab sebelumnya bahwa rumah merupakan kebutuhan pokok yang tidak dapat dianggap remeh dan kebutuhan akan rumah harus didahulukan daripada kebutuhan lainnya, karena rumah merupakan kebutuhan pokok.

Harga yang ditetapkan untuk sebuah rumah harus bisa mewakili semua yang dibutuhkan orang terhadap rumah dan yang jelas dapat membuat penghuni rumah tersebut merasa aman, nyaman dan tidak menyesal mendapatkan rumah tersebut walaupun mungkin harganya lebih tinggi dibandingkan dengan rumah type sejenis, namun kalau kenyamanan yang diperoleh lebih baik maka masalah harga bukan lagi ukuran yang harus diperdebatkan.

Keputusan pembelian yang diambil oleh seseorang untuk membeli sebuah rumah bukanlah keputusan sesaat, tapi keputusan yang penuh dengan pertimbangan karena berkaitan dengan sejumlah dana yang tidak sedikit yang harus dikeluarkan.

Ada beberapa indikator yang harus dipertimbangkan sebelum seseorang memutuskan untuk membeli sebuah produk, yaitu sebagai berikut:

1. Kualitas produk yang didapatkan konsumen, apakah sesuai dengan harapan dan dapat memenuhi kebutuhan mereka akan produk tersebut.
2. Rutinitas dalam membeli produk, apakah konsumen akan melakukan pembelian kalau promo terbaru hadir
3. Loyalitas konsumen untuk tidak mengganti produk kalau ada promo baru hadir.

Keputusan konsumen untuk melakukan pembelian terhadap suatu produk dalam hal pembelian sebuah rumah sebagai tempat tinggal bukanlah suatu keputusan yang mudah, karena menyangkut masalah dana yang harus dikeluarkan. disamping itu juga faktor kenyamanan dan keamanan juga mendapat prioritas utama. Faktor lokasi juga menjadi prioritas utama yang harus diperhitungkan. Jadi kita selaku pengembang harus bisa mewujudkan harapan konsumen agar mereka merasa nyaman dan aman kalau mereka membeli rumah yang kita tawarkan, karena disini faktor harga sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada perumahan Pinang Jaya Palembang. Hal ini dapat dilihat dari penelitian yang telah diteliti oleh peneliti bahwa menunjukkan dari hasil uji t diperoleh nilai hitung $> t$ tabel yaitu ($1.402 > 0,05$) maka H_0 ditolak. Yang artinya harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
2. Berdasarkan nilai signifikasi : dari tabel Coefficients diperoleh signifikasi sebesar $0,170 > 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Harga
3. (X) berpengaruh terhadap variabel Keputusan pembelian (Y)
4. Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian rumah pada Pinang Jaya Palembang, dapat dilihat pada hasil pada analisa regresi $Y = 21,711 + 0,388 X$, artinya bila harga naik 1% maka keputusan pembelian terhadap rumah akan naik sebesar 0,388 %, dan ini merupakan kesempatan baik buat pengembang untuk bisa membrikan yang terbaik buat konsumennya.

Saran-Saran

1. Masalah harga rumah harus mendapatkan perhatian yang serius dari pihak developer, karena hal tersebut sangat mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian terhadap rumah yang ditawarkan.
2. Konsumen menginginkan perumahan yang layak, lingkungan yang nyaman dan aman dan jauh dari bahaya banjir, untuk hal ini harus mendapatkan perhatian yang serius dari pihak developer atau pengembang.

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.
- Fure, Hendra. 2015. *Lokasi, Keberagaman Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca*. *Jurnal EMBA*. Vol.1, No.3, September 2015: 273-283.
- Hidayat. 2015. *“Faktor-faktor Yang Dijadikan Pertimbangan Dalam Membeli Rumah di Sekitar Jabotabek”*. *Jurnal Survey dan Penilaian*, Vol. 06. Jakarta.
- Sari, Fanny Puspita. (2016). *Pengaruh harga citra merek dan word of mouth terhadap Keputusan pembelian konsumen. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* Vol.5, No.6, Juni.
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran*, Edisi Ketiga. Andi, Yogyakarta. Undang-undang Nomor 1 tahun 2011 tentang perumahan dan kawasan permukiman.