

## **ABSTRACT**

*The purpose of this study was to (1) analyze the influence of the price of the Bandar Kemayoran Apartment buying decision. (2) analyze the influence of the product quality on purchase decisions Bandar Kemayoran Apartment. (3) analyze the influence of location on on purchase decisions Bandar Kemayoran Apartment. This study uses a causal research design. Collecting data with survey or questionnaire. In this study population is consumers in Bandar Kemayoran Apartment. Techniques used in sampling is Probability purposive sampling Analysis of the data in this study using Partial Least Square (PLS) using Likert Scale. Results of the study (1) There is a positive and significant influence on price relationship to the buying decision. (2) There is no a positive and significant impact on product quality to the buying decision. (3) There is a positive and significant influence on the perception to the buying decision.*

**Keywords:***Price, Product Quality, Location , and purchacing decisions*



## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk (1) menganalisis pengaruh antara harga terhadap keputusan pembelian Apartemen Bandar Kemayoran. (2) menganalisis pengaruh antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian Apartemen Bandar Kemayoran. (3) menganalisis pengaruh antara lokasi terhadap keputusan pembelian Apartemen Bandar Kemayoran. Penelitian ini menggunakan desain riset kausal. Pengumpulan data dengan survey atau kuesioner. Dalam penelitian kali ini populasinya adalah pembeli unit Apartemen Bandar Kemayoran. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sample adalah Probability dengan purposive sampling Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode Partial Least Square (PLS) dengan menggunakan Skala Likert. Hasil penelitian adalah (1) Terdapat pengaruh positif dan signifikan pada hubungan Harga terhadap Keputusan Pembelian. (2) Tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan pada hubungan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian. (3) Terdapat pengaruh positif dan signifikan pada hubungan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Produk, Lokasi, dan Keputusan Pembelian



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA