



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK,
SERTA LOKASI, TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PROPERTI PERUMAHAN DENGAN MINAT BELI SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING**

TESIS

Marharatua Oktafio

55120110049

MERCU BUANA

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

2024



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK,
SERTA LOKASI, TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PROPERTI PERUMAHAN DENGAN MINAT BELI SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING**

TESIS

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan
Program Studi Magister Manajemen

Marharatua Oktafio

55120110049

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2023**

ABSTRACT

This research aims to test and analyze the influence of price, product quality, location and purchasing interest on Alton Cluster purchasing decisions as intervening variables. The type of exploration carried out in this research is causal affiliation research with quantitative procedures. The number of tests used was 105 respondents with the non-probability sampling procedure used was purposive sampling. Handling information in this exploration uses IBM SPSS Insights 26 programming to test descriptive characteristics and SmartPLS 4 programming to measure research information using the Partial Least Square (PLS) strategy. The results of this research show that price, product quality, location influence interest in buying Alton Cluster houses at PT. Jaya Real Property, this shows that the more reasonable the price and location, the more interest in purchasing Alton Bintaro Jaya Cluster Houses will increase. Price, product quality, location influence the purchasing decision to buy an Alton Cluster House at PT. Bintaro Jaya, this shows that the more reasonable the price and location, the more the decision to buy an Alton Bintaro Jaya Cluster House will increase. Purchase interest influences the decision to purchase Alton Cluster Houses at PT. Bintaro Jaya. This shows that the higher the buying interest, the greater the consumer's decision to buy the Alton Bintaro Jaya Cluster House.

Keywords: Price perception, product quality, location, decision purchase.



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan pengujian dan analisis pengaruh dari harga, kualitas produk, Lokasi serta Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian Cluster Alton sebagai variabel intervening. Jenis eksplorasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah penelitian afiliasi kausal dengan prosedur kuantitatif. Jumlah tes yang digunakan adalah 105 responden dengan prosedur nonprobabilitas sampling yang digunakan adalah purposive sampling. Penanganan informasi dalam eksplorasi ini menggunakan pemrograman IBM SPSS Insights 26 untuk menguji karakteristik deskriptif dan pemrograman SmartPLS 4 untuk mengukur informasi penelitian dengan menggunakan strategi Partial Least Square (PLS). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Harga, Kualitas Produk, Lokasi memiliki pengaruh terhadap minat beli Rumah Cluster Alton pada PT. Jaya Real Property, hal ini menunjukkan bahwa semakin masuk akal atau wajar harga dan lokasi maka minat pembelian Rumah Cluster Alton Bintaro Jaya akan semakin meningkat. Harga, Kualitas Produk, Lokasi memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian beli Rumah Cluster Alton pada PT. Bintaro Jaya, hal ini menunjukkan bahwa semakin masuk akal atau wajar harga dan lokasinya, maka semakin meningkat pula keputusan membeli Rumah Cluster Alton Bintaro Jaya. Minat beli memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian Rumah Cluster Alton pada PT. Bintaro Jaya. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi minat beli maka semakin besar pula keputusan konsumen untuk membeli Rumah Cluster Alton Bintaro Jaya.

Kata kunci: persepsi harga, kualitas produk, lokasi, dan keputusan pembelian

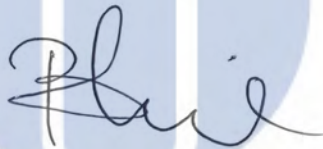
UNIVERSITAS
MERCU BUANA

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS
PRODUK, SERTA LOKASI, TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PROPERTI PERUMAHAN
DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING
Bentuk Tesis : Penelitian/Kajian Masalah Perusahaan
Nama : Marharatua Oktafio, S.T.
NIM : 55120110049
Program : Magister Manajemen
Tanggal : 16 Februari 2024

Mengesahkan

Pembimbing



(Dr. Baruna Hadibrata, MM)

UNIVERSITAS

MERCU BUANA

Dekan Fakultas Ekonomi dan
Bisnis

Ketua Program Studi Magister
Manajemen



(Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak)



(Dr. Lenny Christina Nawangsari,
MM)

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini :

Judul : PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK, SERTA LOKASI, TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PROPERTI PERUMAHAN DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

Bentuk Tesis : Penelitian/Kajian Masalah Perusahaan

Nama : Marharatua Oktafio, S.T.

NIM : 55120110049

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 16 Februari 2024

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahan data yang disajikan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

MERCU BUANA

Jakarta, 16 Februari 2024



(Marharatua Oktafio, S.T.)

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Marharatua Oktafio
NIM : 55120110049
Program Studi : Magister Management

dengan judul

“PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN LOKASI, TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PERUMAHAN CLUSTER ALTON BINTARO JAYA”,
telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal tgl/bln/thn,
didapatkan nilai persentase sebesar 30 %.

Jakarta, 12 Januari 2024
Administrator Turnitin


Arie Pangudi, A.Md

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis ini dengan judul “*PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK, SERTA LOKASI, TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PROPERTI PERUMAHAN DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING*”. Tesis ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada Bapak Dr. Baruna Hadibrata, MM selaku Dosen Pembimbing Tesis yang telah memberikan waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya Tesis ini. Penyusunan Tesis ini juga tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan Tesis ini terutama kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana
3. Dr. Lenny Christina Nawangsari, MM selaku Ketua Program Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Dudi Permana, Ph.D selaku dosen penguji ujian akhir Tesis, yang telah memberikan masukan dan saran agar Tesis ini menjadi lebih baik.
5. Warga Cluster Alton Bintaro Jaya , yang telah bersedia menjadi responden pada penelitian ini.
6. Bapak Gerry Parluhutan dan Ibu Erna Mardalina selaku orang tua saya serta Dania Firstaria selaku kakak saya yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan Tesis ini.
7. Rintia Pelia selaku kekasih saya yang selalu memberikan dukungan dengan tulus untuk berjuang menyelesaikan Tesis ini hingga tuntas.
8. Eza, Samuel, Fadhil, Fajri, Irvan, serta rekan kerja yang tidak dapat saya Sampaikan satu persatu, yang telah memberikan dukungan sehingga saya bisa menyelesaikan Tesis ini.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam Tesis ini. Akhir kata, semoga Tesis ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
ABSTRACT	ii
ABSTRAK	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN	v
SIMILARITY CHECK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	15
1.3. Tujuan Penelitian.....	15
1.4. Manfaat Riset.....	16
 BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	 17
2.1. Kajian Teori	17
2.1.1. Pengertian Pemasaran	17
2.1.2. Perilaku Konsumen.....	18
2.1.3. Persepsi Harga	19
2.1.4. Kualitas Produk.....	22
2.1.5. Lokasi.....	23
2.1.6. Minat Beli	24
2.1.7. Keputusan Pembelian.....	24
2.2. Penelitian Terdahulu.....	25
2.3. Pengembangan Hipotesis.....	22
 BAB III METODE PENELITIAN	 44
3.1. Desain Penelitian	44

3.2. Definisi dan Operasional Variabel.....	45
3.2.1. Definisi Naratif	45
3.2.2. Operasional Variabel	46
3.3. Populasi dan Sampling	49
3.4. Metode Pengumpulan Data.....	51
3.5. Uji Instrumen	53
3.6. Metode Analisis Data	54

BAB IV KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS 59

4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	59
4.1.1 Sejarah Perusahaan	59
4.1.2 Ruang Lingkup Bidang Usaha	59
4.1.3 Sumber Daya.....	60
4.1.4 Tantangan Bisnis.....	61
4.1.5 Proses Kegiatan Fungsi Bisnis.....	63
4.2 Analisis Data.....	64
4.2.1 Karakteristik Responden.....	64
4.2.2 Pengujian Outer Model (Model Pengukuran).....	66
4.2.3 Pengujian Model Struktural (Inner Model)	72
4.2.4 Pengujian Hipotesis	74
4.3 Pembahasan	84

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN..... 89

5.1. kesimpulan.....	89
5.2. Saran	90

DAFTAR PUSTAKA92

LAMPIRAN95

DAFTAR TABEL

Tabel 1:1 Data Penjualan Cluster Rumah Bintaro Jaya	11
Tabel 1:2 Daftar Developer Kompetitor	13
Tabel 2:1 Ringkasan Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3:1 Operasional Variabel	48
Tabel 3:2 Skala Likert	52
Tabel 3:3 Nilai Konversi Mean	56
Tabel 4:1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	64
Tabel 4:2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	64
Tabel 4:3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	65
Tabel 4:4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	65
Tabel 4:5 <i>Loading Factor</i>	67
Tabel 4:6 Nilai Average Variance Extracted	68
Tabel 4:7 Nilai Cross Loading	68
Tabel 4:8 <i>Fornell-Larcker Criterion</i>	69
Tabel 4:9 <i>Heterotrait-Monotrait Ratio Criterion</i> (HTMT)	70
Tabel 4:10 Uji <i>Goodness of Fit Model</i>	70
Tabel 4:11 Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i>	71
Tabel 4:12 R Square	72
Tabel 4:13 f Square	73
Tabel 4:14 Q2 Predictive Relevance	74
Tabel 4:15 Nilai T-table	74
Tabel 4:16 Koefisien Jalur dan t-hitung Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Minat Beli	76
Tabel 4:17 Koefisien Jalur dan t-hitung Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli	77
Tabel 4:18 Koefisien Jalur dan t-hitung Pengaruh Lokasi Terhadap Minat Beli	78
Tabel 4:19 Koefisien Jalur dan t-hitung Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian	79
Tabel 4:20 Koefisien Jalur dan t-hitung Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	80
Tabel 4:21 Koefisien Jalur dan t-hitung Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian	82

Tabel 4:22 Koefisien Jalur dan t-hitung Pengaruh Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian	83
---	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Jumlah Penduduk Seluruh Dunia.....	1
Gambar 1.2 Grafik Pertumbuhan Penjualan Rumah Jabodetabek-Banten	4
Gambar 1.3 Grafik Tren Persepsi Harga Rumah di Tangerang Selatan	6
Gambar 1.4 Grafik Tren Suplai Rumah di Tangerang Selatan	7
Gambar 1.5 Grafik Tren Persepsi Harga Rumah di Daerah Bintaro.....	9
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Penelitian.....	22
Gambar 4.1 Diagram Nilai Loading Factor Evaluasi Outer Model.....	66
Gambar 4.2 Nilai Signifikansi (t-hitung).....	75



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian	1
Lampiran 2 Pertanyaan Kuisisioner.....	1

