



Pengaruh Harga Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Pada Perumahan Griya Dulomo Indah

Jilan Nizar Masali¹, Melizubaida Mahmud¹, Ardiansyah Ardiansyah¹, Usman Moonti¹, Irwan Yantu², Sudirman Sudirman^{1*}).

¹*Economic Education Department, Universitas Negeri Gorontalo*

²*Management Department, Universitas Negeri Gorontalo*

Article Info

Article history:

Received: 04 January 2023;

Accepted: 31 January 2023;

Published: 26 May 2023.

Keywords:

Price; Facilities; Purchase; Decisions

Abstract

The research aims to determine the effect of prices and facilities on purchase decisions of Griya Dulomo Indah Residential Real Estate. This research method. The data used were primary data obtained from distributing questionnaires to resident of Griya Dulomo Indah Residential Real Estate, with a sample of 73 respondents. At the same time, data analysis technique used multiple linear regression. The finding denoted that partially and simultaneously, prices and facilities variable affected the purchase decisions of Griya Dulomo Indah residential real estate. The simultaneous effect of price and facilities variables on purchase decisions was 25.7% on the other hand, the partial effect of the price variable on purchase decisions was 8.40%, and the effect of the facilities variable on the purchase decision was 17.3%

Abstrak

Tujuan Penelitian ini untuk mengetahui Pengaruh Harga dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian pada Perumahan Griya Dulomo Indah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan metode penelitian Survei. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner pada penghuni perumahan Griya Dulomo Indah. Jumlah Sampel dalam penelitian ini sebesar 73 responden. Teknik analisis data menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat Pengaruh Secara Parsial dan Simultan Variabel Harga dan Fasilitas terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Griya Dulomo Indah. Besaran Pengaruh Variabel Harga dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan sebesar 25,7%. Pengaruh secara parsial variabel harga terhadap keputusan pembelian sebesar 8,40%, dan pengaruh variabel fasilitas terhadap keputusan pembelian sebesar 17,3%.

Masali, J. N.; Mahmud, M.; Ardiansyah, A.; Moonti, U.; Yantu, I.; Sudirman, S. (2023). Pengaruh Harga Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Pada Perumahan Griya Dulomo Indah. *Journal of Economic and Business Education*, 1(2), hal 52-65.

*Corresponding Author.

sudirman@ung.ac.id : Sudirman

ISSN

[2963-508X \(Online\)](https://doi.org/10.30605/jebe.v1i2.12345)

[2963-5160 \(Cetak\)](https://doi.org/10.30605/jebe.v1i2.12345)

Pendahuluan

Dewasa ini kita sedang menghadapi suatu era baru yang di tandai oleh adanya kecenderungan globalisasi dunia, perkembangan teknologi dan reformasi ekonomi dilakukan negara-negara di dunia untuk menghadapi persaingan global. Globalisasi sendiri mengandung pengertian bahwa setiap negara bahkan setiap bisnis dan perusahaan, menghadapi persaingan global baik secara langsung maupun tidak langsung. Perusahaan nasional saat ini tidak hanya bersaing dengan perusahaan lokal tetapi juga dengan perusahaan multinasional. Perubahan dinamis kondisi ekonomi dan sosial telah mengubah secara drastis minat beli konsumen dengan semakin banyaknya pilihan produk, konsumen telah memiliki ekspektasi yang lebih besar dan lebih menantang dari pada sebelumnya.

Mereka tidak hanya mengharapkan produk yang berkualitas tinggi karena kualitas produk telah menjadi suatu kewajiban dan persyaratan umum. Jenis baru konsumen ini menginginkan produk yang berkualitas tinggi dengan harga terjangkau oleh mereka. Perusahaan harus dapat merebut konsumen dari tangan pesaing dengan memberikan value yang lebih besar. Pemasaran modern memerlukan lebih dari sekedar mengembangkan produk yang baik, menawarkannya dengan harga yang menarik, dan membuatnya mudah didapat oleh pelanggan sasaran.

Keputusan pembelian merupakan suatu konsep dalam perilaku pembelian dimana konsumen memutuskan untuk bertindak atau melakukan sesuatu dan dalam hal ini melakukan pembelian ataupun memanfaatkan produk atau jasa tertentu (Balawera, 2013). Pengambilan keputusan konsumen pada dasarnya merupakan proses pemecahan masalah. Peneliti menggunakan variabel keputusan pembelian ini karena studi tentang keputusan pembelian masih layak untuk diteliti mengingat semakin banyaknya produk yang beredar mengakibatkan perlunya berbagai pertimbangan bagi masyarakat dalam melakukan keputusan pembelian. Kebanyakan konsumen, baik konsumen individu maupun pembeli organisasi melalui proses mental yang hampir sama dalam memutuskan produk dan merek apa yang akan dibeli (Yulindo 2013).

Keputusan pembelian konsumen dapat dilakukan apabila produk tersebut sesuai dengan apa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen. Dalam melakukan keputusan pembelian biasanya hal pertama yang dipertimbangkan konsumen dalam memilih produk adalah dengan melihat atribut produk. Inilah mengapa peneliti menggunakan atribut produk sebagai salah satu variabel dalam penelitian ini. Atribut produk memiliki dua peran yang sangat penting bagi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Dalam sebuah produk pasti terdapat unsur-unsur atribut produk yang dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian yaitu kualitas produk, harga, merek, dan fitur. Hal tersebut menjadi bahan pertimbangan paling utama bagi konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian pada suatu produk.

Metode

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif yaitu penelitian yang menggunakan analisis data yang berbentuk numerik/angka. Sugiyono (2019) menjelaskan bahwa penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme* dimana digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang berkaitan dengan fenomena yang diteliti oleh peneliti.

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah jenis penelitian deskriptif analitik kuantitatif yang menguraikan sifat dan karakteristik variabel-variabel yang akan diujikan. Selain itu, penelitian ini digunakan untuk menggambarkan atau mendeskripsikan sejumlah variabel yang berkenaan dengan masalah dan unit yang diteliti dengan harapan dapat diketahuinya pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat.

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan pengujian validitas pernyataan dikatakan valid jika r -hitung lebih besar dari r -tabel. Nilai **r -tabel** didapatkan dari tabel ρ dimana $df=n-3$ ($n=73-3=70$) dan tingkat signifikan 5% maka nilai r -tabel sebesar 0,231. dengan demikian dari 16 (enam belas) pernyataan yang digunakan untuk mengukur validitas dari variabel Harga ditemukan bahwa semua pernyataan telah memiliki nilai r -hitung lebih besar dari r -tabel 0,231. sehingga dikatakan memenuhi uji validitas dan digunakan untuk pengumpulan data penelitian.

Variabel Fasilitas (X2)

Jumlah pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel Fasilitas dalam penelitian ini sebanyak 24 pernyataan dengan 73 jumlah responden (**$n=73$**). Pengujian validitas pernyataan tersebut disajikan pada tabel sebagai berikut:

Berdasarkan pengujian validitas pernyataan dikatakan valid jika r -hitung lebih besar dari r -tabel. Nilai **r -tabel** didapatkan dari tabel ρ dimana $df=n-3$ ($n=73-3=70$) dan tingkat signifikan 5% maka nilai r -tabel sebesar 0,231. dengan demikian dari 24 (dua puluh empat) pernyataan yang digunakan untuk mengukur validitas dari variabel fasilitas ditemukan bahwa semua pernyataan telah memiliki nilai r -hitung lebih besar dari r -tabel 0,231. sehingga dikatakan memenuhi uji validitas dan digunakan untuk pengumpulan data penelitian.

Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Jumlah pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel Keputusan Pembelian dalam penelitian ini sebanyak 21 pernyataan dengan 73 jumlah responden (**$n=73$**). Pengujian validitas pernyataan tersebut disajikan pada tabel sebagai berikut:

Berdasarkan pengujian validitas pernyataan dikatakan valid jika r -hitung lebih besar dari r -tabel. Nilai **r -tabel** didapatkan dari tabel ρ dimana $df=n-3$ ($n=73-3=70$) dan tingkat signifikan 5% maka nilai r -tabel sebesar 0,231. Dengan demikian dari 21 (dua puluh satu) pernyataan yang digunakan untuk mengukur validitas dari variabel Keputusan Pembelian ditemukan bahwa semua pernyataan telah memiliki nilai r -hitung lebih besar dari r -tabel 0,231. sehingga dikatakan memenuhi uji validitas dan digunakan untuk pengumpulan data penelitian.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan terhadap item pertanyaan yang dinyatakan valid. Suatu variabel dikatakan reliabel atau handal jika jawaban terhadap pertanyaan selalu konsisten.

Koefisien reliabilitas instrumen dimaksudkan untuk melihat konsistensi jawaban butir-butir pernyataan yang diberikan oleh responden. Adapun alat analisisnya menggunakan metode belah dua (*split half*) dengan mengkorelasikan total skor ganjil lawan genap, selanjutnya dihitung reliabilitasnya menggunakan rumus "*Alpha Cronbach*". Penghitungan dilakukan dengan dibantu komputer program SPSSfor Windows Versi 22. Variabel dinyatakan reliabel dengan kriteria berikut:

1. Jika r -alpha positif dan lebih besar dari r -tabel maka pernyataan tersebut reliabel.
2. Jika r -alpha negatif dan lebih kecil dari r -tabel maka pernyataan tersebut tidak reliabel.
3. Jika nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6 maka reliabel
Jika nilai *Cronbach's Alpha* < 0,6 maka tidak reliabel

Variabel dikatakan baik apabila memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > dari 0,6 (Priyatno, 2013:30)

Adapun hasil reliabilitas untuk masing-masing variabel hasilnya disajikan pada tabel berikut.

Hasil Uji Reliabilitas Angket

No.	Variabel	r _{alpha}	r _{kritis}	Kriteria
1.	Harga (X ₁)	0,882	0,6	Reliabel
2.	Fasilitas (X ₂)	0,917	0,6	Reliabel
3.	Keputusan Pembelian (Y)	0,944	0,6	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Hasil uji reliabilitas dilakukan terhadap item pertanyaan yang dinyatakan valid. Suatu variabel dikatakan reliabel atau handal jika jawaban terhadap pertanyaan selalu konsisten. Jadi hasil koefisien reliabilitas instrument Harga (X₁) adalah sebesar r_{alpha} = 0,882, instrumen Fasilitas (X₂) adalah sebesar r_{alpha} = 0,917, dan Keputusan Pembelian (Y) adalah sebesar r_{alpha} = 0,944, ternyata memiliki nilai "*Alpha Cronbach*" lebih besar dari 0,6, yang berarti ketiga instrumen dinyatakan reliabel atau memenuhi persyaratan.

Analisis Deskriptif Variabel

Salah satu analisis yang dilakukan adalah analisis deskriptif yang bertujuan untuk melihat gambaran awal mengenai objek/variabel yang diteliti. Analisis deskriptif yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis *Mean* yaitu untuk mengetahui nilai rata-rata dari variabel yang diteliti beserta setiap indikatornya, sehingga analisis deskriptif ini dapat menggambarkan secara umum data yang telah dikumpulkan dilapangan. Menurut Sudjana (2016 : 138) *mean* berarti nilai rata-rata yang mencirikan sekelompok bilangan. *Mean* dipetakan ke rentang skala dengan menggunakan interval. Menurut sudjana (2016) interval tersebut didapatkan dari suatu perhitungan dengan rumus sebagai berikut:

Sedangkan kuesioner dalam penelitian ini menggunakan skala likert dengan nilai dari 1 sampai 5. Jika dimasukkan kedalam rumus maka hasilnya sebagai berikut:

$$\text{Interval} = \frac{5 - 1}{5} = 0,80$$

Sehingga rentang skala yang dihasilkan adalah sebagai berikut:

$$\text{Interval} = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Banyaknya Kelas}}$$

- 1,00 – 1,80 = Tidak Baik
- 1,81 – 2,60 = Kurang Baik
- 2,61 – 3,40 = Cukup Baik
- 3,41 – 4,20 = Baik
- 4,21 – 5,00 = Sangat Baik

Hasil analisis deskriptif untuk masing-masing pernyataan disajikan sebagai berikut:

Variabel Harga (X₁)

Adapun hasil analisis deskriptif untuk variabel Harga disajikan untuk setiap indikator sebagai

berikut:

Indikator	Pernyataan	N	Mean	Kesimpulan
Keterjangkauan harga	X1.1	73	3.86	Baik
	X1.2	73	3.60	Baik
	X1.3	73	3.89	Baik
	X1.4	73	3.75	Baik
	T_Indikator		3,77	Baik
Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga	X1.5	73	3.42	Baik
	X1.6	73	3.51	Baik
	X1.7	73	3.86	Baik
	X1.8	73	3.29	Cukup Baik
	T_Indikator		3,52	Baik
Kesesuaian harga dengan kualitas produk	X1.9	73	3.96	Baik
	X1.10	73	3.60	Baik
	X1.11	73	3.97	Baik
	X1.12	73	4.11	Baik
	T_Indikator		3,91	Baik
Kesesuaian harga dengan manfaat	X1.13	73	4.14	Baik
	X1.14	73	4.29	Sangat Baik
	X1.15	73	4.00	Baik
	X1.16	73	4.07	Baik
	T_Indikator		4,12	Baik
Total_X1		73	(3,83)	Baik
Valid N (listwise)				

Berdasarkan hasil analisis deskriptif untuk variabel Harga pada tabel diatas masuk dalam sangat baik dengan angka 3,83. Dari ke empat indikator yang di angkat dalam variabel ini, semua mendapatkan kriteria baik dengan angka 3,77 (keterjangkauan harga), indikator (harga sesuai kemampuan atau daya saing harga) dengan angka 3,52, indikator (kesesuaian harga dengan kualitas produk) dengan angka 3,91, indikator (kesesuaian harga dengan dengan manfaat) dengan angka 4,12. Dari ke empat indikator yang ada pada tabel di atas, indikator kesesuaian harga dengan manfaat mendapatkan angka 4,12 (Baik). Hal ini berarti kuesioner variabel X1 (harga) telah diterima dengan baik oleh Konsumen Perumahan Griya Dulomo Indah.

2. Variabel Fasilitas (X2)

Adapun hasil analisis deskriptif untuk variabel Fasilitas disajikan untuk setiap indikator sebagai berikut:

Indikator	Pernyataan	N	Mean	Kesimpulan
Pertimbangan Atau Perencanaan Spesial	X2.1	73	3.45	Baik
	X2.2	73	3.40	Cukup Baik
	X2.3	73	3.33	Baik
	X2.4	73	3.71	Baik
	T_Indikator		3,47	Baik
Perencanaan ruangan	X2.5	73	3.77	Baik
	X2.6	73	4.29	Sangat Baik
	X2.7	73	3.66	Baik

	X2.8	73	3.59	Baik
	T_Indikator		3.82	Baik
Perlengkapan/perabotan	X2.9	73	3.23	Cukup Baik
	X2.10	73	3.37	Cukup Baik
	X2.11	73	3.29	Cukup Baik
	X2.12	73	3.62	Baik
	T_Indikator		3.37	Cukup Baik
Tata cahaya dan warna	X2.13	73	3.78	Cukup Baik
	X2.14	73	4.16	Baik
	X2.15	73	3.45	Baik
	X2.16	73	3.49	Baik
	T_Indikator		3.72	Baik
Pesan-pesan yang disampaikan secara grafis	X2.17	73	3.93	Baik
	X2.18	73	3.86	Baik
	X2.19	73	4.26	Sangat Baik
	X2.20	73	3.52	Baik
	T_Indikator		3.89	Baik
Unsur pendukung	X2.21	73	4.73	Baik
	X2.22	73	3.81	Baik
	X2.23	73	4.01	Baik
	X2.24	73	3.59	Baik
	T_Indikator		4.03	Baik
Total_X2		7 3	(3,71)	Baik
Valid N (listwise)				

Berdasarkan hasil analisis deskriptif untuk variabel Fasilitas pada tabel diatas masuk dalam kategori baik dengan angka 3,71. Dari keenam indikator yang diangkat dalam variabel ini, indikator (Unsur Pendukung) memiliki nilai tertinggi yakni 4.03, dan indikator (Perlengkapan/Perabotan) memiliki angka terendah yakni (3,37). Hal ini berarti kuesioner variabel X2 (fasilitas) telah diterima dengan baik oleh Konsumen Perumahan Griya Dulomo Indah.

Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Adapun hasil analisis deskriptif untuk variabel Keputusan Pembelian disajikan untuk setiap indikator sebagai berikut:

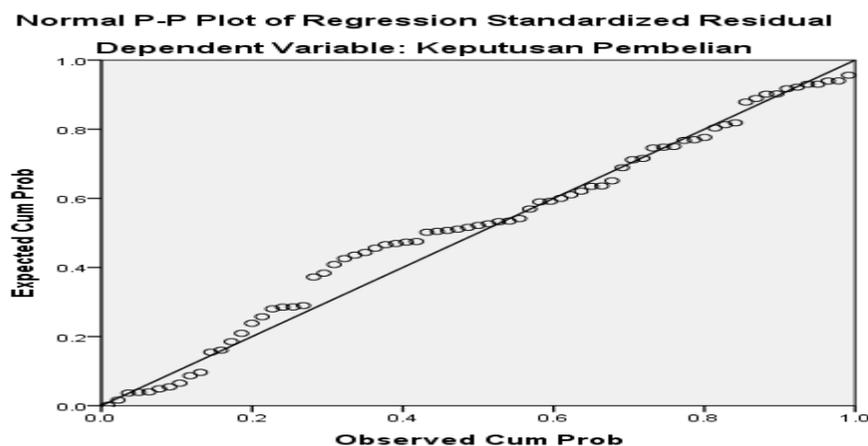
Indikator	Pernyataan	N	Mean	Keterangan
Pengenalan masalah	Y. 1	73	4,08	Baik
	Y. 2	73	4,04	Baik
	Y. 3	73	4,11	Baik
	Y. 4	73	4,00	Baik
	Total_Indikator		4,05	Baik
Pencarian informasi	Y. 5	73	3.81	Baik
	Y. 6	73	3.96	Baik
	Y. 7	73	4.01	Baik
	Y. 8	73	3.70	Baik
	Total_Indikator		3,87	Baik
Evaluasi alternatif	Y. 9	73	4.08	Baik
	Y. 10	73	3.99	Baik
	Y. 11	73	4.11	Baik

	Y. 12	73	4.15	Baik
	Total_Indikator		4,08	Baik
Pembelian	Y. 13	73	4.11	Baik
	Y. 14	73	4.21	Sangat Baik
	Y. 15	73	3.99	Baik
	Y. 16	73	3.71	Baik
	Total_Indikator		4.00	Baik
Perilaku pasca pembelian	Y. 17	73	4.78	Sangat Baik
	Y. 18	73	3.79	Baik
	Y. 19	73	4.85	Sangat Baik
	Y. 20	73	3.97	Baik
	Y. 21	73	4.96	Sangat Baik
	Total_Indikator		4.47	Baik
Total_Y		73	(4.09)	Baik
Valid N (Listwise)				

Berdasarkan hasil analisis deskriptif untuk variabel Keputusan Pembelian pada tabel diatas sudah masuk dalam kategori baik dengan angka 4.09. Dari ke lima indikator dalam penelitian ini, indikator (perilaku pasca pembelian) memiliki angka tertinggi dengan nilai (4,47). Hal ini berarti kuesioner variabel Y (keputusan pembelian) telah diterima dengan baik oleh Konsumen Perumahan Griya Dulomo Indah.

Uji normalitas

Dalam penelitian ini pengujian normalitas data menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov (Kolmogorov-Smirnov Test) dengan melihat signifikansi dari residual yang dihasilkan dan pendekatan grafik normal probability plot. Deteksi normalitas dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik. Dalam pengujian regresi, syarat utama yang harus dipenuhi yakni data harus berdistribusi normal. Pengujian Normaliti juga dapat diidentifikasi dengan metode *Normal ProbabilityPlot*. Hasil *Normal Probability Plot* untuk uji normalitas digambarkan pada gambar berikut:



Berdasarkan gambar tersebut dapat dilihat bahwa data (titik) menyebar disekitar garis diagonal. Berdasarkan ketentuan yang ada bahwa data normal ketika titik-titik tersebut mengikuti garis diagonal, sehingga dengan terpenuhinya criteria tersebut maka dikatakan bahwa model regresi memiliki data yang berdistribusi normal.

Selain itu uji normalitas juga dapat diuji dengan menggunakan metode *Kolmogorof Smirnov*. Kriteria pengambilan keputusannya adalah Jika hasil pengujian memiliki tingkat signifikansi > 0,05 berarti data pada variabel terdistribusi secara normal. Sebaliknya Jika hasil pengujian memiliki tingkat signifikansi < 0,05

berarti data pada variable terdistribusi secara tidak normal. Berikut hasil pengujian normalitas data.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		73
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	13.56621065
Most Extreme Differences	Absolute	.109
	Positive	.047
	Negative	-.109
Test Statistic		.109
Asymp. Sig. (2-tailed)		.130 ^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan hasil pada Tabel 4.8 diatas, menunjukkan bahwa nilai signifikansi diatas 0,05 yaitu sebesar 0,130. Hal ini berarti data residual tersebut terdistribusi secara normal. Hal tersebut juga dapat dijelaskan dengan hasil analisis grafik yaitu grafik Normal Probability Plot-nya sebagai berikut:

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda akan disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah model yang tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2013).

Untuk menentukan heteroskedastisitas dapat menggunakan uji Glejser. Dasar pengambilan keputusan pada uji ini adalah jika nilai signifikansi $\geq 0,05$ maka dapat disimpulkan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas, namun sebaliknya jika nilai signifikansi $\leq 0,05$ maka dapat disimpulkan terjadi masalah heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas yang diperoleh sebagai berikut:

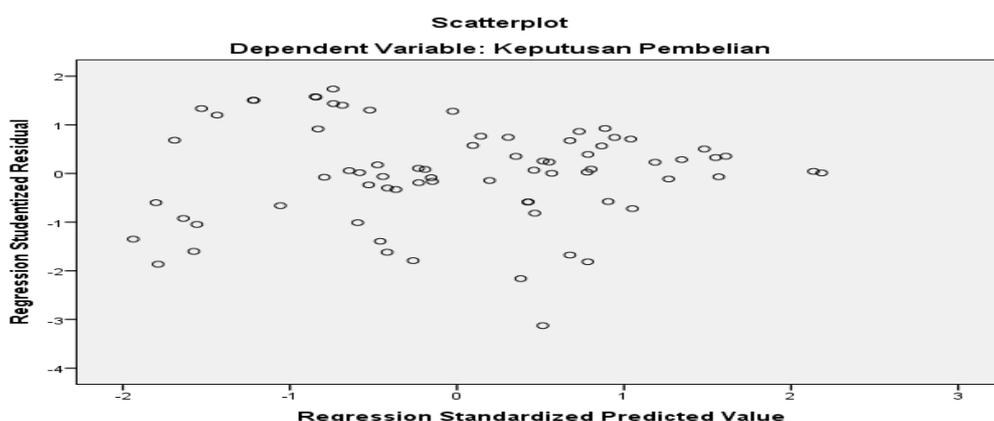
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	48.396	10.694		4.525	.000		
Harga	-.216	.103	-.234	-2.091	.040	.845	1.184
Fasilitas	.852	.173	.552	4.923	.000	.845	1.184

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Dalam perhitungan diatas diketahui bahwa hasil signifikansi dari variabel Harga kurang dari 0,05 yaitu 0.040, sedangkan variabel Fasilitas lebih dari 0,05 yaitu 0,000. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa terjadi heteroskedastisitas antar variabel Fasilitas dan Keputusan Pembelian. Maka hasil diatas dapat dijelaskan dengan hasil analisis grafik yaitu grafik Scatterplot, titik-titik yang terbentuk harus menyebar secara acak, tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. apabila kondisi ini terpenuhi maka tidak terjadi heteroskedastisitas dan keputusan pembelian layak digunakan. Hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan grafik Scatterplot ditunjukkan pada Gambar 4.2 di bawah ini:



Dengan melihat grafik Scatterplot di atas, terlihat titik-titik menyebar secara acak, serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas pada Keputusan Pembelian yang digunakan.

Uji Multikolonieritas

Pengujian ini dimaksudkan untuk melihat apakah terdapat dua atau lebih variabel bebas yang berkorelasi secara linier. Apabila terjadi keadaan ini maka kita akan menghadapi kesulitan untuk membedakan pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Untuk mendeteksi adanya gejala multikolonieritas dalam model penelitian dapat dilihat dari nilai toleransi (*tolerance value*) atau nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Batas tolerance > 0,10 dan bats VIF < 10,00, sehingga dapat diambil kesimpulan tidak terdapat multikolonieritas diantara variabel bebas.

Hasil dari pengujian multikolonieritas pada penelitian ini ditunjukkan seperti pada tabel 4.10 berikut ini:

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	48.396	10.694		4.525	.000		
	Harga	-.216	.103	-.234	-2.091	.040	.845	1.184
	Fasilitas	.852	.173	.552	4.923	.000	.845	1.184

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Data Olahan SPSS, 2022

Analisis regresi Linier Berganda

Setelah semua uji asumsi klasik terpenuhi selanjutnya dilakukan analisis regresi linier berganda. Untuk menguji Pengaruh Harga, Fasilitas terhadap Keputusan Pembelian. Adapun hasil persamaan regresi linier berganda untuk melihat Pengaruh Harga, Fasilitas terhadap Keputusan Pembelian ditunjukkan dengan hasil perhitungan regresi seperti tabel 4.11 di bawah ini :

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	48.396	10.694		4.525	.000		
	Harga	-.216	.103	-.234	-2.091	.040	.845	1.184
	Fasilitas	.852	.173	.552	4.923	.000	.845	1.184

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Data Olahan SPSS, 2022

Berdasarkan tabel 4.11 hasil analisis regresi linier berganda di atas dengan menggunakan bantuan Program SPSS versi 22 maka diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$\hat{Y} = 48,396 - 0,216X_1 + 0,852X_2$$

Persamaan regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Nilai konstanta sebesar 48,396 menunjukkan bahwa jika variabel Harga dan Fasilitas pada Perumahan Griya Dulomo Indah sama dengan nol maka Keputusan Pembelian pada Perumahan Griya Dulomo Indah bernilai 48,396 data asumsi hal-hal lain konstan.
- Koefisien regresi Harga sebesar -0,216 menunjukkan bahwa apabila Harga mengalami penurunan sebesar satu satuan, maka Keputusan Pembelian pada Perumahan Griya Dulomo akan meningkat sebesar -0,216. Satuan dengan asumsi hal-hal lain bersifat konstan.
- Koefisien regresi Fasilitas sebesar 0,852 menunjukkan bahwa apabila Fasilitas mengalami peningkatan satu satuan, maka Keputusan Pembelian pada Perumahan Griya Dulomo akan meningkat sebesar 0,852 Satuan dengan asumsi hal-hal lain konstan.

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa apabila Fasilitas ditingkatkan maka Keputusan Pembelian Perumahan Griya Dulomo akan mengalami peningkatan. Namun beda halnya dengan Harga, apabila harga menurun maka tingkat keputusan pembelian akan meningkat.

Pengujian Hipotesis

1. Uji f (f-simultan)

Uji f dilakukan untuk mengetahui variabel independen yaitu Harga dan Fasilitas (simultan) terhadap variabel dependen Keputusan Pembelian. Dengan $\alpha = 5\%$ (0,05) dan $F_{tabel} = F(k;n-k) = 3,13$. Hasil uji f melalui bantuan SPSS versi 22 dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.12 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4592.642	2	2296.321	12.131	.000 ^b
	Residual	13251.029	70	189.300		
	Total	17843.671	72			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Fasilitas, Harga

Berdasarkan hasil uji simultan (uji f) dari tabel 4.12 di atas diketahui F_{hitung} sebesar 12,131 dengan nilai signifikansi 0,00 sedangkan F_{tabel} pada tabel distribusi dengan tingkat kesalahan 5% adalah sebesar 3,13. Hal ini berarti bahwa $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ ($12,131 \geq 3,13$) dengan nilai signifikansi 0,00 $<$ 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh simultan yang positif dan signifikan variabel X_1 dan X_2 terhadap variabel Y, yang berarti variabel Harga dan Fasilitas memiliki pengaruh simultan yang positif terhadap Keputusan Pembelian.

2. Uji t (t-Parsial)

Uji t dilakukan untuk mengetahui masing-masing (parsial) variabel independen yaitu variabel harga dan variabel fasilitas terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian. Dengan $\alpha = 5\%$ (0,05) dan $t_{tabel} = t(\alpha/2;n-k-1) = t(0,025;57) = 1,99444$. Hasil uji t melalui bantuan program SPSS versi 22 dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.13 Hasil Uji T
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	48.396	10.694		4.525	.000		

Harga	-.216	.103	-.234	-2.091	.040	.845	1.184
Fasilitas	.852	.173	.552	4.923	.000	.845	1.184

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data Olahan SPSS, 2022

1) Variabel Harga (X1)

Hasil pengujian dengan SPSS untuk variabel Harga (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) diperoleh nilai $t_{hitung} = -2,091$ sedangkan $t_{tabel} 1,99444$ ($df = 73 - 3 = 70$). Selain itu, nilai signifikannya adalah sebesar 0,00 lebih kecil dari pada nilai signifikansi 0,05. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($-2,091 > 1,99444$) dan nilai signifikan lebih kecil dari taraf nilai signifikan 0,05 ($0,40 < 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa Harga (X1) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

2) Variabel Fasilitas (X2)

Hasil pengujian dengan SPSS untuk variabel Fasilitas (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) diperoleh t_{hitung} untuk variabel Fasilitas yaitu 4,923, sedangkan t_{tabel} adalah 1,99444. Selain itu, nilai signifikansinya adalah sebesar 0,000 lebih besar daripada nilai signifikan 0,05. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,923 > 1,99444$) dan nilai signifikansi lebih besar ($0,00 > 0,05$), maka hipotesis diterima, Fasilitas (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y).

Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) dari hasil regresi linier berganda menunjukkan seberapa besar variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian dipengaruhi oleh variabel independen Harga dan Keputusan Pembelian. Hasil uji koefisien determinasi (R²) dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.14 Hasil Koefisien Determinasi (R²)

Model	R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.507 ^a	.257	.236		13.759	1.154

a. Predictors: (Constant), Fasilitas, Harga

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan tabel 4.14 hasil perhitungan koefisien determinasi (R²) di atas, maka diperoleh nilai koefisien determinasi (R²) sebesar 0,257 atau 25,7%. Artinya variabel X1 (Harga) dan variabel X2 (Fasilitas) berpengaruh secara simultan terhadap variabel Y (Keputusan Pembelian). Untuk besaran pengaruh variabel (X1) harga terhadap variabel Y (Keputusan Pembelian) sebesar 8,40%. Dan besaran pengaruh X2 (Fasilitas) terhadap Y (Keputusan Pembelian) adalah sebesar 17,3%.

Pembahasan

Penelitian ini merupakan studi penelitian kuantitatif regresi linier berganda yang melihat dua variabel bebas dan satu variabel terikat. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa:

Pengaruh Harga (X₁) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda variabel Harga (X₁) berpengaruh negatif terhadap Keputusan Pembelian (Y), dari hasil pengujian hipotesis diperoleh nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} . Sehingga dapat disimpulkan variabel Harga (X₁) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Iful Anwar dalam Jurnal Ilmu Manajemen tahun 2015 yang berjudul "Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Showroom Maxim Housewares Grand City Mall Surabaya" hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh negatif antara variabel harga terhadap keputusan pembelian, hal ini digambarkan dalam tabel *Coefficient* $t_{hitung} -3,727$ dan t_{tabel} sebesar 1,98580.

Hasil penelitian lain yang sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah penelitian

yang di lakukan oleh Imam dan Ani Tahun (2020), dengan judul penelitian “pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Studi Kasus di Billionaire Store Bandung” hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara variabel harga terhadap keputusan pembelian, besaran pengaruh harga terhadap keputusan pembelian buku di Billionaire Store adalah sebesar 85,7%.

Selain penelitian di atas, ada pula penelitian yang sama hasilnya dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Penelitian tersebut adalah penelitian yang dilakukan oleh Rissa dan Prihartono Tahun (2021), dengan judul penelitian “pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian” hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh signifikan variabel harga terhadap keputusan pembelian spreng RISE sebesar 46,1%.

Pengaruh Fasilitas terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda variabel Fasilitas (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) diperoleh t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} . Maka hipotesis diterima, Keputusan Pembelian (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Jadi dapat disimpulkan bahwa Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dikemukakan oleh Virginia Broto dan Rudy S. Wenas tahun 2015 yang berjudul “Analisis Citra Merek, Kualitas Produk, dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mobil Toyota Agya Pada PT. Hasjrat Abadi Cabang Bitung” hasil penelitian menunjukkan variabel fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mobil toyota, hal tersebut terlihat dari hasil analisis regresi berganda dalam uji signifikansi parsial (uji t) dimana variabel fasilitas memiliki nilai t_{hitung} lebih besar dari pada t_{tabel} yakni $3,943 > 1,98260$.

Penelitian lain yang sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah penelitian yang dilakukan oleh Deisita Memah dkk (2015), dengan judul penelitian “Analisis Strategi Promosi, Harga, Lokasi dan Fasilitas terhadap Keputusan Pembelian Rumah di Citra Land Manado” hasil penelitian menunjukkan promosi, harga, lokasi dan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Citraland Manado Sulawesi Utara.

1. Pengaruh Harga Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil uji simultan (uji f) diketahui F_{hitung} lebih besar dari nilai F_{tabel} . Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh simultan yang positif dan signifikan variabel Harga (X_1) dan Fasilitas (X_2) terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y), yang berarti variabel Harga dan Fasilitas memiliki pengaruh simultan yang positif terhadap Keputusan Pembelian.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Nicklouse Cristian Lempoy, dkk (2015) dengan judul “Pengaruh Harga, Lokasi dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Jasa Taman Wisata Toar Limimuut (Taman Eman) Sonder” hasil analisis menggunakan SPSS 20 didapatkan Uji Simultan (uji F). Nilai $f_{hitung} > \text{Nilai } f_{tabel}$, dari nilai tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel Harga (X_1), Lokasi (X_2) dan Fasilitas (X_3) berpengaruh secara bersama-sama (Simultan) terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y).

Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan, hasil analisis data Harga dan Fasilitas terhadap Keputusan pembelian penelitian tentang pengaruh harga, fasilitas terhadap keputusan pembelian yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya dapat ditarik kesimpulan yang dapat memberikan jawaban terhadap masalah yang dirumuskan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut.

1. Berdasarkan hasil analisis regresi berganda variabel Harga (X_1) terhadap Keputusan pembelian (Y) diperoleh nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} , nilai signifikannya lebih kecil daripada nilai signifikansi 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa Harga (X_1) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian.
2. Hasil pengujian dengan SPSS untuk variabel Fasilitas (X_2) terhadap Keputusan pembelian (Y) diperoleh t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} . Selain itu, nilai signifikansinya lebih kecil daripada nilai signifikan 0,05. Maka hipotesis diterima, Fasilitas (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian(Y).

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dibuat di atas maka adapun saran yang dapat dikemukakan sebagai berikut.

- a. Bagi Perusahaan, 1). Dari hasil penelitian Harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian perumahan, artinya semakin rendah harga maka akan semakin baik tingkat pembelian perumahan. Oleh karena itu disarankan bagi perusahaan/developer agar menurunkan harga jual perumahan sesuai dengan harga pasaran/penjualan di kota Gorontalo. Untuk variabel fasilitas, berdasarkan hasil penelitian bahwa fasilitas berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian perumahan oleh konsumen, hal ini berarti semakin baik fasilitas yang disediakan maka akan semakin meningkat keputusan pembelian perumahan oleh konsumen. Maka dari itu perusahaan/developer agar semakin memperbaiki kualitas fasilitas di perumahan yang di tawarkan/dijual pada konsumen
- b. Bagi Peneliti, Bagi penelitian selanjutnya agar dapat menambah jumlah jumlah sampel penelitian yang lebih besar agar hasil penelitian dapat lebih akurat, dan untuk variabel agar ditambah dengan variabel-variabel lainnya seperti variabel Promosi dan lain-lain, agar penelitian ini lebih meluas variabelnya.

Referensi

- Arikunto, S. 2013. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi Revisi. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Azwar, S. 2011. *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Bilson Simamora, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2001), hal. 15-17
- Danang, Sunyoto. 2015. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Buku Seru.
- Deisita Memah, Altje Tumbel, Paulina Van Rate. 2015. *Jurnal EMBA*, Vol.3, No.1 Maret 2015, Hal.1263-1273,. ISSN 2303-1174. “*Analisis strategi promosi, harga, lokasi, dan fasilitas terhadap keputusan pembelian rumah di citraland manado*”.
- Etta Mamang Sangadji, Sopiah, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta:ANDI, 2013) hal.332
- Elina Monica. 2018. *International Journal of Social Science and Business*, Vol 2, Number 3, Tahun 2018, pp. 141-149, P-ISSN : 2614-6533 E-ISSN :2549-6409. “*Pengaruh Harga, Lokasi, Kualitas Bangunan dan Promosi Terhadap Minat Beli Perumahan Taman Safira Bondowoso*”.
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Andi Offset, Yogyakarta.
- Grace Marleen Wariki, Lisbeth Mananeke, Hendra Tawas. 2015. *Jurnal EMBA*, Vol.3, No.2 Juni 2015, Hal. 1073-1085,. ISSN 2303-1174. “*Pengaruh bauran promosi, persepsi harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian dan kepuasan konsumen pada perumahan tamansari metropolitan manado*”.



This article is an open-access article distributed under the terms and conditions of the [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).
Editorial of JEBE : Economic Education Study Program, Faculty of Economics
Universitas Negeri Gorontalo, Indonesia