

SKRIPSI
PENGARUH LOKASI, PROMOSI, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN RUMAH BERSUBSIDI OLEH KONSUMEN
DI PT ELOK SEJAHTERAH INDAH

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Mendapatkan Gelar Sarjana



Diajukan Oleh:
ALBERT HENREY SAPUTRA
NPM : 21420117

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA

2025

SKRIPSI

**PENGARUH LOKASI, PROMOSI, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN RUMAH BERSUBSIDI OLEH KONSUMEN
DI PT. ELOK SEJAHTERAH INDAH**

Diajukan Oleh :

ALBERT HENREY SAPUTRA

NPM : 21420117

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING


Lestari, SE. MM

Tanggal, 16 Januari 2025

KETUA PROGRAM STUDI


Dr Adrianto Trimarjono, SE, MM

Tanggal, 16 Januari 2025

SKRIPSI

**PENGARUH LOKASI, PROMOSI, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN RUMAH BERSUBSIDI OLEH KONSUMEN
DI PT.ELOK SEJAHTERAH INDAH**

Diajukan oleh:

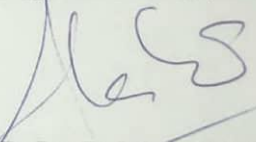
ALBERT HENREY SAPUTRA
NPM : 21420117

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

Pembimbing Utama


Lestari, SE., MM.

Anggota Dewan Penguji Lain


Dr. Dra. Ee. Indahwati, M.Si


Atty Erdiana, SE., M.Ak.

Skripsi Ini Telah Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Tanggal, 16 Januari 2025


Dr. Adrianto Trimarjono, SE., MM.
Ketua Program Studi

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa di dalam naskah Skripsi tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh diri saya sendiri atau orang lain untuk memperoleh gelar akademik, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam bagian utama Skripsi dan daftar Pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur plagiat, maka saya bersedia jika disertasi digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (SARJANA MANAJEMEN) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundangundangan yang berlaku.

Surabaya, 16 Januari 2025

Yang membuat pernyataan,

Albert Henrey Saputra
NPM : 21420117

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan Kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan anugerah-Nya, maka penelitian dengan judul "Pengaruh Lokasi, Promosi, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian rumah bersubsidi oleh konsumen di PT. Elok Sejahtera Indah" dapat diselesaikan dengan baik.

Penelitian ini dibuat sebagai salah satu syarat akademik untuk menyelesaikan Program Strata 1 Sarjana Manajemen. Penulis menyadari bahwa hasil penelitian ini masih memiliki kekurangan dan belum sepenuhnya sempurna, mengingat adanya keterbatasan yang dimiliki oleh penulis serta berbagai kendala yang dihadapi selama proses penyusunan penelitian.

Atas segala kekurangan dalam penelitian ini, maka penulis mengharapkan adanya masukan atau kritikan yang bersifat membangun untuk penyempurnaan penelitian ini. Selama penelitian ini penulis mendapatkan banyak dukungan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu, penulis ingin mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang turut membantu dan mendukung, khususnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Widodo Ario Kentjono, dr. Sp.THT-KL (K), FICS selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Bapak Drs. Ec. Gimanto Gunawan, MM., M.Ak. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

3. Bapak Dr. Adrianto Trimarjono, SE., MM. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Bapak Lestari SE., MM. selaku Dosen pembimbing yang telah bersedia menyempatkan dan melungkan waktu dalam mengarahkan, membimbing, serta memberi saran yang sangat berarti bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi dengan baik.
5. Ibu Evianah SE., M.Si. selaku Dosen wali yang memberikan arahan dan bantuan bagi penulis selama kuliah serta memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi.
6. Kepada seluruh Dosen dan Staff yang sudah memberikan ilmu dan waktunya selama peneliti menjadi mahasiswa.
7. Kepada keluarga tercinta Mama, Papa, Cece Hellen, Cece Selly, Titi Stanly terima kasih yang telah memberikan Doa, Semangat, dan dukungan yang tiada henti dalam segala hal.
8. Kepada keponakan tersayang Kenzio, Elfathan, Kenza yang selalu ceria, senyum dan tawamu yang polos telah menjadi penyemangat dan sumber kebahagiaan bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Untuk Rizky Rachmawati terima kasih atas *support system*nya, menjadi rumah bagi penulis mendengarkan keluh kesah, memberi kesabaran, memberi semangat, menemani penulis saat pengerjaan skripsi, dan terima kasih banyak telah menjadi bagian perjalanan penulis hingga penyusunan skripsi ini.

10. Kepada teman penulis Pradibta Bintang Maulana dan Aditya Rizky Saputra terima kasih yang telah banyak membantu dalam proses penelitian ini.
11. Untuk diri sendiri terima kasih, karena telah mampu berusaha, ketekunan, dedikasi, dan kesabaran yang saya tunjukkan dalam menghadapi segala tantangan. Walaupun banyak hambatan yang menghadang, saya berhasil terus berjuang dan menyelesaikan tugas ini dengan tekad dan komitmen yang kuat. Skripsi ini menjadi bukti dari perjalanan panjang yang saya lewati dengan penuh usaha dan keyakinan.
12. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang terkait dengan penyelesaian skripsi ini. Akhir kata, semoga Tuhan memberikan berkat yang setimpal kepada semua pihak yang telah banyak memberikan bantuan serta dukungan kepada penulis dan semoga Tugas Akhir yang disusun oleh penulis dapat bermanfaat bagi siapa saja yang telah membacanya.

Surabaya, 16 Januari 2025

Yang membuat pernyataan

Albert Henrey Saputra

NPM : 21420117

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis pengaruh lokasi, promosi, dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian rumah bersubsidi oleh konsumen di PT. Elok Sejahtera Indah. Metodologi kuantitatif dengan purposive sampling menghasilkan 100 responden dari 126 konsumen melalui kuesioner yang disebarakan menggunakan Google Forms. Data dianalisis menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan perangkat lunak IBM SPSS versi 20.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel lokasi, promosi, dan kepercayaan memiliki pengaruh signifikan secara statistik terhadap keputusan pembelian rumah bersubsidi. Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,866 mengindikasikan bahwa 86,6% variasi dalam keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh kombinasi ketiga variabel tersebut. Peningkatan kualitas lokasi strategis, efektivitas promosi, serta tingkat kepercayaan yang tinggi secara positif berkontribusi terhadap peningkatan keputusan konsumen untuk membeli rumah bersubsidi di PT. Elok Sejahtera Indah. Kesimpulan Hasil penelitian menyoroti pentingnya lokasi strategis, penerapan strategi promosi yang tepat, serta upaya membangun dan menjaga kepercayaan konsumen dalam mendorong keputusan pembelian rumah bersubsidi. Studi ini memberikan rekomendasi bagi PT. Elok Sejahtera Indah untuk memperkuat ketiga aspek tersebut guna meningkatkan minat serta keputusan konsumen dalam membeli rumah bersubsidi. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan berharga bagi peneliti selanjutnya dalam mengeksplorasi faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian properti, khususnya di sektor rumah bersubsidi.

Kata Kunci: Lokasi, Promosi, Kepercayaan, Keputusan Pembelian, Rumah Bersubsidi, PT. Elok Sejahtera Indah

ABSTRACT

This study analyzes the influence of location, promotion, and trust on the purchase decision of subsidized housing by consumers at PT. Elok Sejahtera Indah. A quantitative methodology with purposive sampling yielded 100 respondents from a total of 126 consumers through questionnaires distributed via Google Forms. Data were analyzed using multiple linear regression with the help of IBM SPSS version 20.0 software. The results show that the three variables location, promotion, and trust have a statistically significant influence on the purchase decision of subsidized housing. The coefficient of determination (R^2) of 0.866 indicates that 86.6% of the variation in purchase decisions can be explained by the combination of these three variables. Enhancing the quality of strategic location, the effectiveness of promotion, and a high level of trust positively contributes to the increase in consumer decisions to purchase subsidized housing at PT. Elok Sejahtera Indah. The study highlights the importance of a strategic location, the implementation of effective promotional strategies, and efforts to build and maintain consumer trust in driving the purchase decision for subsidized housing. It provides recommendations for PT. Elok Sejahtera Indah to strengthen these three aspects to enhance consumer interest and purchase decisions. Additionally, this research is expected to serve as a valuable reference for future researchers in exploring factors that influence property purchase decisions, particularly in the subsidized housing sector.

Keywords: *Location, Promotion, Trust, Purchase Decision, Subsidized Housing, PT. Elok Sejahtera Indah*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat Penelitian	13
1.5 Sistematika Skripsi.....	14

BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1 Landasan Teori	16
2.1.1 Pengertian Lokasi	16
2.1.1.1 Indikator Lokasi	17
2.1.2 Pengertian Promosi.....	18

2.1.2.1 Indikator Promosi	19
2.1.3 Pengertian Kepercayaan	19
2.1.3.1 Indikator Kepercayaan	20
2.1.4 Pengertian Keputusan Pembelian	21
2.1.4.1 Indikator Keputusan Pembelian	22
2.2 Penelitian Terdahulu.....	24
2.3 Pengembangan Hipotesis	27
2.3.1 Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian.....	28
2.3.2 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	29
2.3.3 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian.....	30
2.4 Kerangka Konseptual.....	31

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian	32
3.2 Populasi dan Sampel penelitian	33
3.2.1 Populasi	33
3.2.2 Sampel	33
3.3 Identifikasi Variabel	34
3.3.1 Variabel Independen dan Dependen	34
3.4 Devinisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	34
3.4.1 Lokasi (X1).....	34
3.4.2 Promosi (X2)	35
3.4.3 Kepercayaan (X3).....	36

3.4.4 Keputusan Pembelian (Y).....	36
3.5 Jenis dan Sumber Data Penelitian.....	37
3.5.1 Jenis Data.....	37
3.5.2 Sumber Data	37
3.6 Prosedur Pengumpulan Data.....	38
3.6.1 Kuisioner.....	38
3.6.2 Kepustakaan dan Skala Pengukuran.....	38
3.7 Teknik Analisis Data	39
3.7.1 Uji Instrumen	40
3.7.1.1 Uji Validitas.....	40
3.7.1.2 Uji Reliabilitas.....	41
3.7.2 Uji Linier Berganda	41
3.7.3 Koefisien Determinasi (R^2).....	42
3.7.4 Uji Hipotesis	42
3.7.4.1 Uji T	42

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian	44
4.1.1 Gambaran Objek Penelitian.....	44
4.1.1.1 Sejarah PT Elok Sejahtera Indah.....	44
4.1.2 Statistik Deskriptif.....	45
4.1.2.1 Karakteristik Responden	45
4.1.2.2 Jenis Kelamin Responden	46

4.1.2.3 Usia Responden.....	46
4.1.2.4 Jenis Pendidikan Terakhir Responden.....	47
4.1.2.5 Jenis Pekerjaan Responden	47
4.1.3 Deskripsi Variabel Penelitian.....	48
4.1.3.1 Deskripsi Variable Lokasi (X1).....	49
4.1.3.2 Deskripsi Variabel Promosi (X2)	51
4.1.3.3 Deskripsi Variabel Kepercayaan (X3)	53
4.1.3.4 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	54
4.1.4 Hasil Analisis Data	56
4.1.4.1 Hasil Uji Instrumen	56
4.1.4.2 Uji Regresi Linear Berganda.....	58
4.1.4.3 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	60
4.1.4.4 Hasil Uji Hipotesis	61
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian	63
4.2.1 Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Bersubsidi Oleh Konsumen Di PT. Elok Sejahtera Indah	63
4.2.2 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Bersubsidi Oleh Konsumen Di PT. Elok Sejahtera Indah	64
4.2.3 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Bersubsidi Oleh Konsumen Di PT. Elok Sejahtera Indah	64
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan Penelitian	66
5.2 Keterbatasan Penelitian	67

5.3 Saran Penelitian	67
DAFTAR PUSTAKA.....	69

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	24
Tabel 3.1 Skala Likert	39
Tabel 4.1 Data Jenis Kelamin Responden.....	46
Tabel 4.2 Data Berdasarkan Usia Responden	46
Tabel 4.3 Data Berdasarkan Jenis Pendidikan Terakhir Responden	47
Tabel 4.4 Data berdasarkan jenis Pekerjaan Responden.....	47
Tabel 4.5 Kategori Masing-Masing Variabel	49
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden Variabel Lokasi (X1).....	49
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden Variabel Promosi (X2)	51
Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Variabel Kepercayaan (X3)	53
Tabel 4.9 Distribusi Jawaban Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	54
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas	56
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pertumbuhan Ekonomi Menurut Kabupaten/Kota (2022 – 2023)	1
Gambar 1.2 Infografis Pertumbuhan Ekonomi Kota Malang Tahun 2022	2
Gambar 1.3 Persentase Kepadatan Penduduk Menurut Desa di Kecamatan Singosari, 2023	4
Gambar 1.4 Status Kepemilikan Bangunan yang Ditempati di Kota Malang	6
Gambar 1.5 Denah Perumahan PT. Elok Sejahtera Indah.....	8
Gambar 1.6 Ulasan Konsumen di Google Maps kepada Perumahan Bumi Bandara.....	9
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	31
Gambar 4.1 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	58
Gambar 4.2 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	60
Gambar 4.3 Hasil Jawaban Uji Parsial T	62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian.....	74
Lampiran 2 : Penelitian Sebelumnya	81
Lampiran 3 : Data Tanggapan Responden	84
Lampiran 4 : Hasil Olah Data SPSS	100