



**PENGARUH PROMOSI, LOKASI DAN KELOMPOK
REFERENSI TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI RUMAH
(STUDI KASUS KONSUMEN PERUMAHAN
GRIYA BULU ASRI BATANG)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh :

RISKI NUR INDAH SARI
NIM. 2013112072

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2019**



**PENGARUH PROMOSI, LOKASI DAN KELOMPOK
REFERENSI TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI RUMAH
(STUDI KASUS KONSUMEN PERUMAHAN
GRIYA BULU ASRI BATANG)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh :

RISKI NUR INDAH SARI
NIM. 2013112072

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2019**

SURAT PERNYATAAN

KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **RISKI NUR INDAH SARI**

NIM : **2013112072**

Judul : **PENGARUH PROMOSI, LOKASI DAN KELOMPOK REFERENSI TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI RUMAH (STUDI KASUS KONSUMEN PERUMAHAN GRIYA BULU ASRI BATANG)**

menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya sendiri kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan. Apabila skripsi ini terbukti merupakan hasil duplikasi atau plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi akademis dan hukum yang bersangkutan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, Januari 2019

Yang menyatakan,



RISKI NUR INDAH SARI
NIM. 2013112072

NOTA PEMBIMBING

H. Gunawan Aji, M. SI.

Lampiran : 1 (lembar) ekslembar
Hal : Naskah Skripsi Sdri. Riski Nur Indah Sari

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Pekalongan
c/q. Ketua Jurusan Ekonomi Syariah
di
PEKALONGAN

Assalamu'alaikum, wr.wb

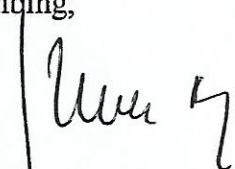
Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi Saudara/i:

Nama : Riski Nur Indah Sari
NIM : 2013112072
Jurusan : Ekonomi Syariah
Judul : Pengaruh Promosi, Lokasi, dan Kelompok Referensi terhadap Keputusan membeli Perumahan Griya Bulu Asri Batang.

Dengan ini mohon agar Skripsi Saudara/i tersebut segera dapat dimunaqasahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum wr.wb.

Pekalongan, 21 Desember 2018
Pembimbing,


H. Gunawan Aji, M. Si.
NIP. 196902272007121001





KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl.PahlawanKajenPekalongan,Website:www.febi.iaipekalongan.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan mengesahkan skripsi Saudara :


Nama : RISKI NUR INDAH SARI
NIM : 2013112072
Judul Skripsi : PENGARUH PROMOSI, LOKASI DAN KELOMPOK REFERENSI TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI RUMAH (STUDI KASUS KONSUMEN PERUMAHAN GRIYA BULU ASRI BATANG)


Telah diujikan pada hari Senin tanggal 11 Maret 2019 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai sebagian syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dewan Penguji

Penguji I

Penguji II


H. Tamamudin, M.M.
NIP.197910302006041018


Drajat Stiawan, M. Si
NIP.198301182015031001

Pekalongan, 13 Maret 2019

Disahkan oleh Dekan,



Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, SH.,MH
NIP.19750220 199903 2 001

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut.

1. Konsonan

Fonem-fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sytem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi itu sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin.

	Nama		Keterangan
ا	Alif	Tidak	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Z	Zet (dengantitik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	’	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef

ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	`	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal	Vokal rangkap	Vokal panjang
أ = a		أ = ā
إ = i	أِي = ai	إِي = ī
أ = u	أُو = au	أُو = ū

3. Ta Marbutah

Ta marbutah hidup dilambangkan dengan /t/

Contoh :

مرأة جميلة ditulis *mar'atun jamīlah*

Ta marbutah mati dilambangkan dengan /h/

Contoh :

فاطمة ditulis *fatimah*

4. Syaddad (*tasydid*, geminasi)

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddad* tersebut.

Contoh:

ربنا ditulis *rabbānā*

البر ditulis *al-birr*

5. Kata sandang (artikel)

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf syamsyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya yaitu bunyi /I/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikutu kata sandang itu.

Contoh :

الشمس	ditulis	<i>asy-syamsu</i>
الرجل	ditulis	<i>ar-rojulu</i>
السيدة	ditulis	<i>as-sayyidah</i>

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf qomariyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

القمر	ditulis	<i>al-qamar</i>
البدیع	ditulis	<i>al-badi'</i>
الجلال	ditulis	<i>al-jalāl</i>

6. Huruf Hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostrof /`/.

Contoh:

أمرت	ditulis	<i>umirtu</i>
شيء	ditulis	<i>syai'un</i>



PERSEMBAHAN

Dengan penuh suka cita dan rasa sukur, penulis mempersembahkan karya sederhana ini untuk:

- 1. Ayah dan ibu tercinta, yang selalu tulus memberikan doa, semangat dan kasih sayang yang tak terkalahkan oleh apapun.*
- 2. Adik-adiku tersayang yang selalu memberikan dukungan.*
- 3. Seseorang spesial yang selalu memberi motivasi dan mendukung langkahku dalam menggapai cita-citaku.*
- 4. Sahabat serta teman-temanku tersayang yang selalu memberi motivasi, semangat dan selalu membantuku dalam segala kesulitan.*

MOTTO

Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), kerjakan dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain.

Dan hanya kepada Tuhanmu hendaknya kamu berharap.

(Q.S Al Insiroh 6-8)

Cita-cita masa depan itu sesungguhnya dibangun berdasarkan pada perjuangan yang dilakukan hari ini

(Kahlil Gibran)

Pendidikan merupakan perlengkapan paling baik untuk hari tua.

(Aristoteles)

Kebanggaan kita yang terbesar adalah bukan tidak pernah gagal, tetapi bangkit kembali setiap kali kita jatuh.

(Confusius)

Mereka berkata bahwa setiap orang membutuhkan 3 hal yang akan membuat mereka berbahagia di dunia ini, yaitu seseorang untuk dicintai, sesuatu untuk dilakukan, dan sesuatu untuk diharapkan.

(Tom Bodett)



ABSTRAK

Riski Nur Indah Sari (2018), Nim: 2013112072 **Pengaruh Promosi, Lokasi dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Membeli Rumah (Studi Kasus Perumahan Griya Bulu Asri Batang)**. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan. Pembimbing H. Gunawan Aji, M. Si.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh promosi, lokasi dan kelompok referensi terhadap keputusan membeli rumah. Adapun metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Instrumen pengumpulan data menggunakan kuesioner. Untuk metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Regresi Linier Berganda yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat. Pada variabel bebas yaitu promosi, lokasi dan kelompok referensi dan terikat yaitu variabel keputusan pembelian. Semua pernyataan valid, reliabel dan normal. Pengaruh promosi, lokasi dan kelompok referensi terhadap keputusan membeli perumahan griya bulu asri batang, berdasarkan pengujian yang dilakukan, hasil penelitian ini dapat dilihat pada variabel promosi (X_1) nilai signifikansi $0,042 < 0,05$, variabel lokasi (X_2) signifikansi $0,012 < 0,05$, dan variabel kelompok referensi (X_3) $0,032 < 0,05$.

Kesimpulan hasil penelitian adalah ada pengaruh positif antara promosi, lokasi dan kelompok referensi terhadap keputusan membeli perumahan Griya Bulu Asri Batang. Secara parsial promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 2,70%, lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 3,29% dan kelompok referensi sebesar 1,61%

Kata kunci: Promosi, Lokasi, Kelompok Referensi dan Keputusan Pembelian.



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT atas segala limpahan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Promosi, Lokasi dan Kelompok Referensi terhadap Keputusan Membeli Rumah (Studi Kasus Konsumen Perumahan Griya Bulu Asri Batang) “ ini dengan baik. Shalawat dan salam selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang selalu dinantikan syafa'atnya di hari kiamat nanti.

Ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada semua pihak yang telah memberikan pengarahan, bimbingan, dan pengorbanan dalam segala hal yang sangat besar bagi penulis. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan rasa hormat dan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. H. Ade Dedi Rohayana, M. Ag. selaku Rektor IAIN Pekalongan
2. Ibu Dr. Shinta Dewi Rismawati, SH., MH. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan
3. Bapak Agus Fakhрина, M.Si. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan
4. Bapak Kuat Ismanto, M.Ag. selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan
5. Bapak H. Gunawan Aji, M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi yang senantiasa meluangkan waktu, tenaga serta pikirannya dalam memberikan arahan, motivasi dan saran dalam penyusunan skripsi.
6. Segenap Dosen Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan beserta para staffnya.
7. PT. Wisa Karya Sejahtera selaku pendiri perumahan Griya Bulu Asri Batang yang telah memberikan izin dalam melakukan penelitiannya.
8. Orang tuaku tercinta Bapak Nuryoto dan Ibu Riskiyannah, mereka adalah orang tua hebat yang telah membesarkan dan mendidiknya dengan penuh



kasih sayang dan memberikan dukungan serta motivasi dalam segala hal yang tak mungkin bisa ku balas dengan apapun.

9. Adik-adikku tersayang terima kasih atas dukungan dan do'amu, semoga Allah SWT membalas kebaikanmu.
10. Seseorang yang tidak bisa saya sebut namanya disini yang selalu menyemangati serta mendo'akanku.
11. Teman-teman Mahasiswa IAIN Pekalongan khususnya Angkatan 2012, dan semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.

Penulis berharap semoga hasil penulisan skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis dan pembaca maupun pihak yang berkepentingan.

Wassalamu 'alaikum Wt. Wb.

Pekalongan, Januari 2019

Penulis

Riski Nur Indah Sari
NIM. 2013112072



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
HALAMAN NOTA PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PEDOMAN TRANSLITERASI.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	viii
HALAMAN MOTTO	ix
ABSTRAK.....	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xx
BAB IPENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Kegunaan Penelitian	8
E. Sistematika Pembahasan	8
BAB II KERANGKA TEORI	
A. Landasan Teori.....	10



1. Keputusan Pembelian	10
a. Pengertian Perilaku Konsumen	10
b. Pengertian Keputusan Pembelian.....	11
c. Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	12
d. Proses Keputusan Pembelian	14
e. Indikator Keputusan Pembelian	16
2. Promosi	16
a. Pengertian Promosi	16
b. Tujuan Promosi.....	17
c. Bauran Promosi.....	19
d. Promosi Dalam Pandangan Islam.....	20
3. Lokasi	23
a. Pengertian Lokasi	23
b. Pemilihan Lokasi	24
c. Indikator Lokasi	27
4. Kelompok Referensi	28
a. Pengertian Kelompok Referensi	28
b. Pengaruh Kelompok Referensi	29
c. Jenis Kelompok Referensi.....	30
d. Peranan Kelompok Referensi	33
e. Indikator Kelompok Referensi	33
B. Tinjauan Pustaka	34
C. Kerangka Berpikir	49



D. Hipotesis52

BAB III METODE PENELITIAN

1. Jenis Dan Pendekatan Penelitian53

a. Jenis Penelitian53

b. Pendekatan Penelitian53

2. Setting Penelitian54

3. Variabel Penelitian.....54

4. Populasi Dan Sampel57

5. Sumber Data dan Teknik Pengambilan Sampel57

6. Teknik Pengumpulan Data Penelitian59

7. Teknik Pengolahan dan Analisis Data59

a. Teknik Pengolahan Data59

b. Analisis Data61

1) Uji Instrumen60

a) Uji Validitas.....60

b) Uji Reliabilitas.....60

2) Uji Asumsi Klasik62

a) Uji Normalitas.....52

b) Uji Multikolinearitas.....63

c) Uji Heteroskedastisitas64

3) Analisis Linier Berganda.....65

4) Uji Hipotesis.....66

a) Uji t (t-test).....67



b) Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	67
c) Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	68

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data	70
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	70
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	71
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	72
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan	73
5. Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal	73
6. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	74
B. Analisis Data	75
1. Uji Instrumen	75
a. Uji Validitas.....	75
b. Uji Reliabilitas.....	76
2. Uji Asumsi Klasik	78
a. Uji Normalitas	78
b. Uji Multikolinearitas	80
c. Uji Heteroskedastisitas	81
3. Analisis Linier Berganda	83
4. Uji Signifikansi Statistik	85
a. Uji t (Parsial).....	85
b. Uji F (Simultan)	86
c. Uji Koefisien Determinasi	87



C. Pembahasan.....	88
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	92
B. Saran	93
DAFTAR PUSTAKA	95
LAMPIRAN.....	98



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.Type dan Harga Perumahan Griya Bulu Asri Batang.....	4
Tabel 2.1.Hasil Penelitian Terdahulu.....	37
Tabel 4.1.Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	70
Tabel 4.2.Deskripsi Responden Berdasarkan Umur	71
Tabel 4.3.Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	72
Tabel 4.4.Deskripsi Responden Berdasarkan Status Pernikahan.....	73
Tabel 4.5.Deskripsi Responden Berdasarkan Tempat Tinggal	73
Tabel 4.6.Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan	74
Tabel 4.7.Hasil Uji Validitas Promosi, Lokasi Dan Kelompok Referensi.....	75
Tabel 4.8.Hasil Uji Reliabilitas Promosi.....	76
Tabel 4.9.Hasil Uji Reliabilitas Lokasi	76
Tabel 4.10.Hasil Uji Reliabilitas Kelompok Referensi.....	77
Tabel 4.11.Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian.....	77
Tabel 4.12.Hasil Uji Normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov	79
Tabel 4.13. Hasil Uji Multikolinearitas.....	80
Tabel 4.14. Hasil Uji Glejser.....	82
Tabel 4.15.Hasil Uji Heteroskedastisitas	82
Tabel 4.16.Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	83
Tabel 4.17. Hasil Uji Regresi Parsial	85
Tabel 4.17. Hasil Uji F (ANOVA).....	86
Tabel 4.18.Hasil Uji Koefesien Determinasi (R ²).....	87





DAFTAR GAMBAR

Gambar2.1.Kerangka Konseptual	52
Gambar4.1.Grafik Histogram.....	78
Gambar4.2.Grafik Normal P-PLOT.....	79
Gambar 4.3.Grafik Scatterplot.....	81





DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

- A. Kuisioner

LAMPIRAN 2

- A. Tabulasi Data

LAMPIRAN 3

- A. Validitas dan Reliabilitas Kepercayaan Nasabah (X1)
- B. Validitas dan Reliabilitas Kepuasan Nasabah (X2)
- C. Validitas dan Reliabilitas Nisbah Bagi Hasil (X3)
- D. Validitas dan Reliabilitas Loyalitas Nasabah (Y)
- E. Uji Asumsi Klasik
 - 1. Uji Normalitas
 - 2. Uji Multikolinieritas
 - 3. Uji Heteroskedastisitas
- F. Uji Signifikan
 - 1. Uji T (Parsial)
 - 2. Uji F (Simultan)
 - 3. Uji Koefisien Determinasi
 - 4. Analisis Linier Berganda



LAMPIRAN 4

A. Daftar Riwayat Hidup



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bertambahnya pertumbuhan penduduk menjadi salah satu faktor meningkatnya kebutuhan perumahan. Kebutuhan akan rumah merupakan salah satu kebutuhan dasar bagi manusia setelah pangan dan sandang. Setiap individu manusia akan mengutamakan pemenuhan kebutuhan dasar dari pada kebutuhan sekundernya. Begitu pula dengan kebutuhan akan rumah, setiap orang akan berusaha memenuhi kebutuhan akan rumah dalam setiap tingkat kehidupan masyarakat dengan memperhatikan selera dan kemampuan yang ada.

Semua orang pasti ingin memiliki hunian yang nyaman, strategis juga asri disitulah para pengembang perumahan ketika akan mendirikan atau membangun perumahan memilih tempat yang berpotensi untuk seseorang membeli rumah karena lokasi nya yang bagus.

Persoalan perumahan dan pemukiman di Indonesia sesungguhnya tidak terlepas dari dinamika yang berkembang dalam kehidupan masyarakat maupun kebijakan pemerintah yang ada. Perkembangan bisnis perumahan yang semakin marak ini, tidak hanya terpusat di kota-kota besar akan tetapi sudah meluas di kota-kota kecil, dengan berbagai keunggulan yang ditawarkan masing-masing para developer bersaing untuk menarik konsumen yang menjadi sasarannya dengan berbagai strategi pemasarannya untuk mengenal bagaimana konsumen berperilaku, sehingga bisa dijadikan dasar

pengambilan keputusan dalam membangun rumah hunian sesuai dengan keinginan konsumen. Perusahaan berusaha untuk memuaskan selera konsumen dengan cara memenuhi kenyataan sesuai dengan yang diharapkan. Hal ini harus benar-benar diperhatikan oleh perusahaan sebab semua itu menyangkut hubungan berkesinambungan dengan konsumen secara tidak langsung karena menyangkut kelangsungan hidup perusahaan tersebut.

Hampir semua perusahaan pengembang selalu bersaing memberikan promosi yang baik, dan lokasi yang menarik kepada konsumennya. Konsumen membeli rumah selain untuk kebutuhannya sendiri, tetapi juga sebagai alat investasi. Artinya konsumen membeli rumah dengan harapan harganya akan selalu naik seiring dengan berjalana waktu, sehingga dapat menghasilkan keuntungan secara finansial jika dijual kembali.

Di Batang, saat ini banyak ditawarkan properti baru khususnya perumahan karena jumlah penduduknya semakin meningkat dari tahun ke tahun.. Selain itu batang sedang berkembang karena saat ini masih ada pembangunan PLTU dan jalan tol. Hal itu tentu saja berimbas pada kebutuhan perumahan di daerah Batang itu sendiri, karena dengan adanya pembangunan proyek tersebut banyak karyawan yang berasal dari luar daerah yang membutuhkan tempat tinggal.

Salah satu pengembangnya yaitu PT. Wisa Karya Sejahtera yang sebelumnya sudah memiliki beberapa proyek pembangunan ruko di Jl. A.yani kauman Batang, sekarang ruko-ruko tersebut sudah habis terjual dan rata-rata sekarang dijadikan sebagai tempat bisnis bagi si pembeli seperti dijadikan

rumah makan, toko perlengkapan sekolah juga sebagai koperasi. PT. Wisa Karya Sejahtera didirikan pada tahun 2016 salah satu pemiliknya bapak Haris nugroho berumur 49 tahun beralamat rumah di perumahan wirosari, Sambong, Batang. PT. Wisa Karya Sejahtera saat ini sedang mengembangkan proyek perumahan Griya Bulu Asri, terletak di Desa Bulu, Kelurahan Tegalsari, kec. Kandeman, Kabupaten Batang, promosi dimulai pada bulan maret 2018, Perumahan Griya Bulu Asri memiliki total 54 Unit rumah yang dijual dan di bagi menjadi 3 Blok yaitu A,B dan Blok C dan sudah terjual 51 unit rumah. Sistem pembayaran pada perumahan Griya Bulu Asri ini beragam di sesuaikan dengan perjanjian kepada konsumen itu sendiri seperti dengan membayar uang muka sebagai tanda jadi pembelian, pembayaran dengan cara tempo 1 tahun, atau pembayaran diangsur selama 6 kali.

Perumahan Griya Bulu Asri ini bisa dibidang letaknya yang strategis karena dekat dengan rumah sakit, sekolah, pusat belanja dan daerah nya pun berada di tengah pemukiman warga bukan di pinggir jalan raya yang artinya polusi udara nya pun relatif lebih sedikit.

Lokasi yang strategis mempengaruhi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian. Suatu lokasi disebut strategis bila berada di pusat kota, kepadatan populasi, kemudahan mencapainya menyangkut kemudahan transportasi umum, kelancaran arus pejalan kaki, dan sebagainya.

Tabel 1.1

Type dan harga Perumahan Griya Bulu Asri

Type	Ukuran	Harga
36	6x6 / 72 m ²	Rp. 130.000.000,-
42	6x7 / 78 m ²	Rp. 177.000.000,-

Berdasarkan tabel 1.1 di atas dapat dilihat type rumah, ukuran dan harga dari perumahan Griya Bulu Asri Batang.

Keputusan pembelian merupakan suatu keputusan sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif. Setiap orang pasti pernah mempertimbangkan sesuatu hal sebelum melakukan keputusan pembelian. Apakah produk yang akan dibeli sudah sesuai dengan kebutuhan atau keinginannya ?. kemudian produk yang akan dibeli tersebut apakah sudah sesuai dengan kondisi dirinya?. Seperti biaya yang dibutuhkan untuk mendapatkan suatu produk yang diinginkan. Namun kadang orang tidak mempertimbangkan sesuatu hal sebelum melakukan pembelian. Hal ini karena orang hanya tertarik pada bentuk fisik (penampilan luar) dari produk tersebut. Sebelum membeli, konsumen terlebih dahulu akan melakukan beberapa alternatif pilihan, apakah akan membeli atau tidak, jika konsumen kemudian memutuskan salah satunya, maka konsumen sudah melakukan keputusannya. Untuk memahami pembuatan keputusan pembelian konsumen,

terlebih dahulu harus dipahami sifat-sifat keterlibatan konsumen dengan produk atau jasa.

Memahami tingkat keterlibatan konsumen terhadap produk atau jasa berarti pemasar berusaha mengidentifikasi hal-hal yang menyebabkan seseorang merasa harus terlibat atau tidak dalam pembelian suatu produk atau jasa.¹ Tingkat keterlibatan konsumen dalam suatu pembelian juga bisa dipengaruhi oleh stimulus (rangsangan) yang termasuk dalam bauran pemasaran.²

Promosi merupakan salah satu variabel marketing mix yang memiliki peran penting bagi perusahaan dalam upaya memasarkan produk/ jasanya. Promosi ini diharapkan dapat menarik minat konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan perusahaan tersebut. Terdapat berbagai alat yang dapat digunakan perusahaan dalam promosi, dimana setiap alat promosi pasti memiliki karakteristik dan biaya tertentu. Untuk itu seorang pemasar (marketer) harus memahami karakteristik-karakteristik yang terdapat pada setiap alat promosi agar dapat menggunakan secara efektif dan efisien.³

Lokasi yang strategis mempengaruhi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian. Suatu lokasi disebut strategis bila berada di pusat kota, kepadatan populasi, kemudahan mencapainya menyangkut kemudahan

¹ Sentot imam wahono, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2010). hlm. 139.

² Sutioningsih, "*keputusan konsumen dalam membeli perumahan*" (Yogyakarta: 2013)

³ Beny Ady Wibowo, "*Pengaruh Produk, promosi, lokasi, pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian perumahan Cv. Indoland property di kendal*" (kendal: 2013)

transportasi umum, kelancaran arus lalu lintas dan arahnya tidak membingungkan konsumen, kelancaran arus pejalan kaki, dan sebagainya.⁴

Kelompok referensi merupakan seorang individu atau kelompok orang yang secara nyata mempengaruhi perilaku seorang. Kelompok referensi digunakan oleh seseorang sebagai dasar untuk perbandingan atau sebuah referensi. Dalam proses memilih rumah mana yang akan ditempati biasanya seorang konsumen mencari ataupun mendapat informasi dari berbagai sumber, salah satu informasi yang diperoleh adalah dari kelompok referensi. Kelompok referensi ini terdiri dari keluarga, atau teman satu daerah yang sudah terlebih dahulu melakukan proses keputusan dalam memilih rumah. Kelompok referensi tersebut sangat dipercaya saranya, karena dia memiliki pengetahuan informasi yang lebih baik.⁵

Berdasarkan uraian tersebut, maka peneliti tertarik untuk mengambil judul **"Pengaruh Promosi, Lokasi Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan membeli Rumah (Studi Kasus Konsumen Perumahan Griya Bulu Asri Batang)"**

⁴ Imam Arrywibowo, "*Analisis pengaruh harga, lokasi, bangunan dan lingkungan terhadap keputusan konsumen membeli rumah*", (Balikpapan: 2013)

⁵ Hendry Apriyandani, "*Pengaruh gaya hidup dan kelompok referensi terhadap keputusan pembelian (survei mahasiswa S1 Fakultas ilmu administrasi angkatan 2014 dan 2015 malang yang membeli dan menggunakan smartphone iphone)*" (Malang: 2017)

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah disampaikan diatas , maka pokok masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah Promosi berpengaruh terhadap Keputusan membeli rumah pada Konsumen Perumahan Griya Bulu Asri Batang.
2. Apakah Lokasi berpengaruh terhadap Keputusan membeli rumah pada Konsumen Perumahan Griya Bulu Asri Batang.
3. Apakah Kelompok Referensi berpengaruh terhadap Keputusan membeli rumah pada Konsumen Perumahan Griya Bulu Asri Batang.
4. Apakah promosi ,lokasi dan kelompok referensi berpengaruh terhadap keputusan membeli rumah pada konsumen Perumahan Griya Bulu Asri batang

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan membeli rumah pada konsumen Perumahan Griya Bulu Asri Batang
2. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan membeli rumah pada konsumen Perumahan Griya Bulu Asri Batang
3. Untuk mengetahui pengaruh kelompok referensi terhadap keputusan membeli rumah pada konsumen Perumahan Griya Bulu Asri Batang
4. Untuk mengetahui pengaruh promosi, lokasi dan kelompok referensi terhadap keputusan membeli rumah pada konsumen Perumahan Griya Bulu Asri batang

D. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, antara lain :

1. Secara Teoritis
 - a. Sebagai bahan referensi bagi mahasiswa dan masyarakat luas tentang seberapa besar pengaruh promosi, lokasi, kelompok referensi terhadap keputusan membeli perumahan Griya Bulu Asri Batang.
 - b. Untuk menambah kepustakaan dalam dunia pendidikan khususnya Prodi Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Syariah IAIN Pekalongan.
2. Secara Praktis

Diharapkan dengan adanya penelitian ini maka dapat memberi suatu gambaran dan masukan untuk berbagai pihak khususnya mengenai pengaruh promosi, lokasi dan kelompok referensi terhadap keputusan membeli perumahan Griya Bulu Asri Batang.

E. Sistematika Penulisan

BAB I : Bab pertama menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II: Bab kedua menjelaskan tentang landasan teori yang menjelaskan tentang pengertian (promosi, lokasi, kelompok referensi dan keputusan membeli konsumen), tinjauan pustaka yang menjelaskan penelitian terdahulu, kerangka berfikir dan hipotesis.



- BAB III: Bab ketiga berisikan tentang Metode Penelitian yang meliputi jenis dan pendekatan penelitian, setting penelitian, variable penelitian, populasi, sampel, teknik pengambilan sampel, instrumen dan teknik penumpulan data penelitian, teknik pengolahan dan analisis data.
- BAB IV: Bab keempat menguraikan hasil analisis data dan pembahasan yang meliputi deskripsi data, analisis data, dan pembahasan.
- BAB V : Bab kelima merupakan bagian akhir dari isi skripsi, yang menguraikan kesimpulan dan saran.

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan, maka dapat disimpulkan berapa hal sebagai berikut :

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan membeli Perumahan Griya Bulu Asri Batang, dengan nilai signifikansi $0,042 < 0,05$. Hal tersebut dikarenakan promosi yang disampaikan oleh Perumahan Griya Bulu Asri Batang cukup menarik. Kemudian media yang digunakan untuk menyampaikan promosi mudah dipahami.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Lokasi terhadap keputusan membeli Perumahan Griya Bulu Asri Batang, dengan nilai signifikansi $0,012 < 0,05$. Hal tersebut dikarenakan lokasi Perumahan mudah dijangkau, transportasi mudah dan dekat dengan kota. Hal ini menunjukkan bahwa lokasi merupakan salah satu faktor yang menentukan keputusan pembelian rumah sehingga semakin strategis dan akses menuju rumah lancar maka akan semakin tinggi keputusan pembelian rumah tersebut.
3. Kelompok referensi seperti keluarga, sahabat, kerabat berpengaruh signifikan terhadap keputusan membeli perumahan Griya Bulu Asri Batang hal ini dibuktikan dengan hasil uji persial (t) yang menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,032 < 0,05$. Sebagai salah satu jenis kelompok referensi, keluarga memiliki peran penting dalam memberikan stimulus atau dorongan kepada konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian.
4. Terdapat pengaruh signifikan antara Promosi, Lokasi dan Kelompok Referensi terhadap Keputusan membeli Perumahan Griya Bulu Asri Batang. Dengan

demikian dari hasil tersebut membuktikan hipotesis yang diajukan yaitu “Terdapat pengaruh signifikan antara Promosi, Lokasi dan Kelompok Referensi terhadap keputusan membeli Perumahan Griya Bulu Asri Batang.

B. SARAN

Berdasarkan kesimpulan penelitian, maka dapat diberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi Pemilik/Pengelola Perumahan Griya Bulu Asri Batang
 - a. Dengan banyaknya pesaing yang bermunculan, produk Griya Bulu Asri sebaiknya memiliki keunggulan dibanding produk-produk pesaing agar dapat memenangkan persaingan. Selain itu perubahan yang terus menerus dan melakukan penyempurnaan terhadap produk untuk menghasilkan jenis produk yang lebih unggul dibanding pesaing. Keunggulan tersebut dapat dinilai dari kualitas bahan yang baik, model atau desain yang sedang diinginkan konsumen, pelayanan yang memuaskan, dan adanya jaminan bila produk atau bangunan yang rusak atau cacat sehingga konsumen puas dan terus ingin bekerja sama dengan pihak perusahaan yang menaungi Griya Bulu Asri Batang.
 - b. Dengan lebih gencarnya promosi yang dilakukan oleh Griya Bulu Asri, Pengelola harus lebih peduli dengan keinginan konsumennya yang semakin beragam dan bermacam-macam karena dengan puasnya konsumen mereka akan tetap royal terhadap barang yang ditawarkan.
2. Bagi peneliti berikutnya yang ingin meneliti topik sejenis disarankan untuk menambahkan variabel-variabel lain yang dapat meningkatkan Keputusan Membeli, misalnya Harga dan Kualitas Produk. Peneliti selanjutnya juga dapat

menggunakan metode lain dalam meneliti sehingga informasi yang diperoleh dapat lebih bervariasi.



DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Narbuko, Cholid dan Abu Achmadi. 2013. *Metodologi penelitian*. Jakarta: BUMI AKSARA.
- Drs. Nangoi, Ronald. 1988. *Menentukan Strategi Pemasaran dalam menghadapi Persaingan*. Jakarta: RAJAWALI PERS.
- Handoko, Hani.2014. *Manajemen Personalia & Sumberdaya Manusia*, edisi kedua. Yogyakarta: BPFEE.
- Hurriyati, Ratih.2010. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, Bandung: Alfabeta.
- Lattan, Hengky dan Selva Tamalagi .2013. *Analisis Multivariate Teknik dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta.
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Pmhallindo.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat.
- Mowen, Jonn C & Minor, Michael. *Perilaku Konsumen Jilid 2 Edisi 5*. (Jakarta : Erlangga 2002).
- Muhammad. 2014. *Manajemen Keuangan Syari'ah, Analisis Fiqh & Keuangan*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Siregar, Syofian. 2013. *Metode Penelitian KUANTITATIF dilengkapi Dengan perhitungan Manual dan Perhitungan SPSS*. Jakarta : Kencana Prenadamendia Group.
- Tjiptono, Fendi. 2018. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : CV. Andi Offset.
- Willian J. Stanton. *Prinsip Pemasaran, Edisi ketujuh Jilid ke 1*. Jakarta: PENERBIT ERLANGGA.
- Yazid. 2001. *Pemasaran Jasa ,Konsep dan implementasi ,Edisi kedua*. Yogyakarta: EKONISIA.

B. Skripsi dan Tesis

- Ady Wibowo, Beny. 2013. *“Pengaruh Produk, Promosi, lokasi, pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian perumahan Cv. Indoland property di kendal”*. Kendal.
- Akbar pratama, Bayu. 2016. *“analsis pengaruh kualitas produk, harga dan referensi terhadap keputusan pembelian pada produk honda beat (studi pada mahasiswa universitas muhammadiyah malang”*. Malang.
- Annisa Budi utami, fortuna zain hamid, mawarta. 2015 *“Pengaruh harga, pendapatan dan lokasi terhadap keputusan pembelian rumah di D’KRANJI Residence tahap II bekasi Barat, mahasiswa program studi Administrasi bisnis terapan jurusan Administrasi niaga politeknik negeri jakarta”*. Jakarta
- Apriyandani, hendry. 2017. *“Pengaruh gaya hidup dan kelompok referensi terhadap keputusan pembelian (survei mahasiswa s1 fakultas administrasi angkatan 2014 dan 2015 universitas brawijaya malang yang membeli dan menggunakan smartphome iphone)”*. Malang.
- Ariwibowo, Imam. 2013. *“Analisis Pengaruh harga, lokasi, bangunan dan lingkungan terhadap keputusan konsumen membeli rumah”*. Balikpapan.
- Daironi, Imam. 2017. *“Pengaruh harga, promosi, kualitas produk, lokasi dan fasilitas terhadap keputusan pembelian perumahan di wilayah gentan kabupaten sukoharjo”*. Surakarta
- David, james , jeffry. 2017. *“Pengaruh kelompok acuan dan brand image terhadap minat beli smartphome”*. Jakarta.
- Fatmawati , Dian. 2015 *“Pengaruh kelompok referensi dan kelas sosial terhadap keputusan beli emas untuk investasi ibu-ibu desa purwoharjo ampelgading malang”*. Malang
- Himawan, Adriana Hira. 2016 *“Pengaruh kualitas produk, citra merek dan promosi terhadap minat beli notebook acer (studi pada mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta”*. Yogyakarta

- Kurniawati, Winda Annisa Cahya. 2017 “*Pengaruh lokasi perumahan, harga perumahan dan citra merek terhadap keputusan nasabah mengambil kredit kepemilikan rumah (KPR) Syariah (studi kasus nasabah BTN syariah surakarta*”.surakarta
- Pratama, Bayu akbar. 2016 “*analisis pengaruh kualitas produk, harga dan referensi terhadap keputusan pembelian pada produk honda beat (studi pada mahasiswa universitas muhammadiyah malang*”.Malang
- Rasti, Hafifah. 2015. “*Pengaruh Lingkungan, Harga, Fasilitas dan Kelompok referensi dalam memilih rumah kos di kawasan limau manis dan jati (Studi kasus pada mahasiswa SI Universitas Andalan*”. Padang.
- Situmeang, Lina Sari. 2017 “*Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Istana Hot Plate Medan*”.Medan
- Sugiyono. *Metode Statistika untuk Penelitian*. (Bandung: Alfabeta, 2006).
- Supriyono, Kwat. 2014. “*Pengaruh Produk, Harga dan Promosi terhadap keputusan konsumen dalam membeli rumah pada perumahan bukit semarang baru (BSB) CITI semarang*”. Semarang.
- Sutianingsih. 2013. “*Keputusan konsumen dalam membeli perumahan*”. Yogyakarta.



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. IDENTITAS PRIBADI

Nama Lengkap : Riski Nur Indah Sari
Tempat, Tanggal Lahir : Batang, 16 Januari 1995
Alamat : Desa Brokoh Rt/Rw 06/03
Kec. Wonotunggal Kab. Batang

Riwayat Pendidikan

TK Nurul Umam Brokoh Lulus tahun 2000
SDN Brokoh Lulus tahun 2006
MTS Futuhiyyah-2 Demak Lulus tahun 2009
SMK N 1 Batang Lulus tahun 2012
IAIN Pekalongan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi S.1
Ekonomi Syariah angkatan 2012.

B. DATA ORANG TUA

1. Ayah kandung

Nama Lengkap : Nuryoto
Pekerjaan : Wiraswasta
Agama : Islam
Alamat : Desa Brokoh Rt/Rw 06/03
Kec. Wonotunggal Kab. Batang

2. Ibu Kandung

Nama Lengkap : Riskiyanah
Pekerjaan : Wiraswasta
Agama : Islam
Alamat : Desa Brokoh Rt/Rw 06/03
Kec. Wonotunggal Kab. Batang



Regression

Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kelompok Referensi (X3), Lokasi (X2), Promosi (X1) a		Enter

a. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.669 ^a	.447	.412	.02405

a. Predictors: (Constant), Kelompok Referensi (X3), Lokasi (X2), Promosi (X1)

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.022	3	.007	12.684	.000 ^a
	Residual	.027	47	.001		
	Total	.049	50			

a. Predictors: (Constant), Kelompok Referensi (X3), Lokasi (X2), Promosi (X1)

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.202	.104		1.946	.058
	Promosi (X1)	.270	.129	.269	2.087	.042
	Lokasi (X2)	.329	.125	.328	2.624	.012
	Kelompok Referensi (X3)	.161	.073	.265	2.214	.032

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Promosi (X1)	.710	1.409
	Lokasi (X2)	.751	1.332
	Kelompok Referensi (X3)	.819	1.221

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimensi on		
		Eigenvalue	Condition Index
1	1	3.996	1.000
	2	.003	39.957
	3	.001	72.795
	4	.001	75.571

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimensi on	Variance Proportions			
		(Constant)	Promosi (X1)	Lokasi (X2)	Kelompok Referensi (X3)
1	1	.00	.00	.00	.00
	2	.05	.02	.04	.98
	3	.06	.48	.87	.01
	4	.89	.50	.09	.02

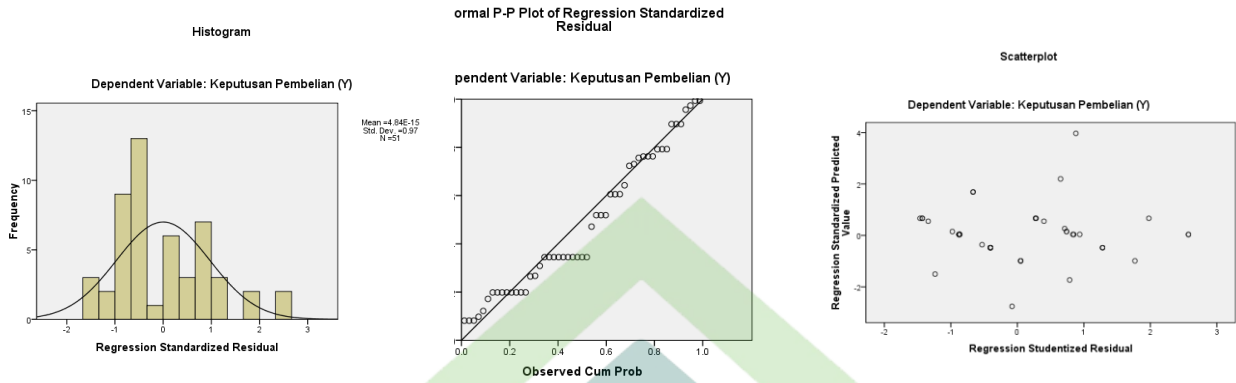
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	.7617	.9028	.8196	.02098	51
Std. Predicted Value	-2.759	3.967	.000	1.000	51
Standard Error of Predicted Value	.004	.014	.006	.002	51
Adjusted Predicted Value	.7622	.8939	.8192	.02051	51
Residual	-.03357	.05963	.00000	.02332	51
Std. Residual	-1.396	2.479	.000	.970	51
Stud. Residual	-1.463	2.572	.007	1.007	51
Deleted Residual	-.03693	.06418	.00039	.02520	51
Stud. Deleted Residual	-1.482	2.745	.016	1.030	51
Mahal. Distance	.326	16.149	2.941	3.396	51
Cook's Distance	.000	.126	.021	.030	51
Centered Leverage Value	.007	.323	.059	.068	51

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Charts



NPar Tests

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
Normal Parameters ^{a,b}	N	51
	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.02331702
Most Extreme Differences	Absolute	.189
	Positive	.189
	Negative	-.075
	Kolmogorov-Smirnov Z	1.352
	Asymp. Sig. (2-tailed)	.052

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Regression

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.014	.057		-.249	.804
	Promosi (X1)	-.042	.070	-.100	-.597	.554
	Lokasi (X2)	.014	.068	.032	.199	.843
	Kelompok Referensi (X3)	.070	.040	.274	1.763	.084

a. Dependent Variable: abs_res

Descriptives

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Promosi (X1)	51	.76	.92	.8173	.03125
Lokasi (X2)	51	.72	.92	.8118	.03129
Kelompok Referensi (X3)	51	.73	.93	.8091	.05179
Keputusan Pembelian (Y)	51	.76	.92	.8196	.03137
Valid N (listwise)	51				

Correlations

Correlations

		butir 1	butir 2	butir 3	butir 4	butir 5	Jml
butir 1	Pearson Correlation	1	.235	.195	.117	.161	.599**
	Sig. (2-tailed)		.096	.171	.413	.259	.000
	N	51	51	51	51	51	51
butir 2	Pearson Correlation	.235	1	.146	.433**	.483**	.697**
	Sig. (2-tailed)	.096		.307	.002	.000	.000
	N	51	51	51	51	51	51
butir 3	Pearson Correlation	.195	.146	1	.390**	.100	.563**
	Sig. (2-tailed)	.171	.307		.005	.485	.000
	N	51	51	51	51	51	51
butir 4	Pearson Correlation	.117	.433**	.390**	1	.357*	.669**
	Sig. (2-tailed)	.413	.002	.005		.010	.000
	N	51	51	51	51	51	51
butir 5	Pearson Correlation	.161	.483**	.100	.357*	1	.658**
	Sig. (2-tailed)	.259	.000	.485	.010		.000
	N	51	51	51	51	51	51
Jml	Pearson Correlation	.599**	.697**	.563**	.669**	.658**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	51	51	51	51	51	51

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

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

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	51	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	51	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.616	5

Correlations

Correlations

		butir 1	butir 2	butir 3	butir 4	butir 5	Jml
butir 1	Pearson Correlation	1	.398**	.183	.124	.432**	.591**
	Sig. (2-tailed)		.004	.200	.386	.002	.000
	N	51	51	51	51	51	51
butir 2	Pearson Correlation	.398**	1	.313*	.000	.324*	.510**
	Sig. (2-tailed)	.004		.025	1.000	.020	.000
	N	51	51	51	51	51	51
butir 3	Pearson Correlation	.183	.313*	1	.390**	.519**	.760**
	Sig. (2-tailed)	.200	.025		.005	.000	.000
	N	51	51	51	51	51	51
butir 4	Pearson Correlation	.124	.000	.390**	1	.550**	.680**
	Sig. (2-tailed)	.386	1.000	.005		.000	.000
	N	51	51	51	51	51	51
butir 5	Pearson Correlation	.432**	.324*	.519**	.550**	1	.811**
	Sig. (2-tailed)	.002	.020	.000	.000		.000
	N	51	51	51	51	51	51
Jml	Pearson Correlation	.591**	.510**	.760**	.680**	.811**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	51	51	51	51	51	51

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

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



Reliability
Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	51	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	51	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.665	5

Correlations

Correlations

		butir 1	butir 2	butir 3	Jml
butir 1	Pearson Correlation	1	-.010	.010	.658**
	Sig. (2-tailed)		.943	.943	.000
	N	51	51	51	51
butir 2	Pearson Correlation	-.010	1	.389**	.621**
	Sig. (2-tailed)	.943		.005	.000
	N	51	51	51	51
butir 3	Pearson Correlation	.010	.389**	1	.634**
	Sig. (2-tailed)	.943	.005		.000
	N	51	51	51	51
Jml	Pearson Correlation	.658**	.621**	.634**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	51	51	51	51

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

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	51	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	51	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.638	3

Correlations

Correlations

		butir 1	butir 2	butir 3	butir 4	butir 5	Jml
butir 1	Pearson Correlation	1	.445**	.352*	.314*	.428**	.720**
	Sig. (2-tailed)		.001	.011	.025	.002	.000
	N	51	51	51	51	51	51
butir 2	Pearson Correlation	.445**	1	.203	.225	.461**	.651**
	Sig. (2-tailed)	.001		.153	.112	.001	.000
	N	51	51	51	51	51	51
butir 3	Pearson Correlation	.352*	.203	1	.541**	.461**	.708**
	Sig. (2-tailed)	.011	.153		.000	.001	.000
	N	51	51	51	51	51	51
butir 4	Pearson Correlation	.314*	.225	.541**	1	.634**	.737**
	Sig. (2-tailed)	.025	.112	.000		.000	.000
	N	51	51	51	51	51	51
butir 5	Pearson Correlation	.428**	.461**	.461**	.634**	1	.805**
	Sig. (2-tailed)	.002	.001	.001	.000		.000
	N	51	51	51	51	51	51
Jml	Pearson Correlation	.720**	.651**	.708**	.737**	.805**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	51	51	51	51	51	51

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

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



Reliability
Scale: ALL VARIABLES

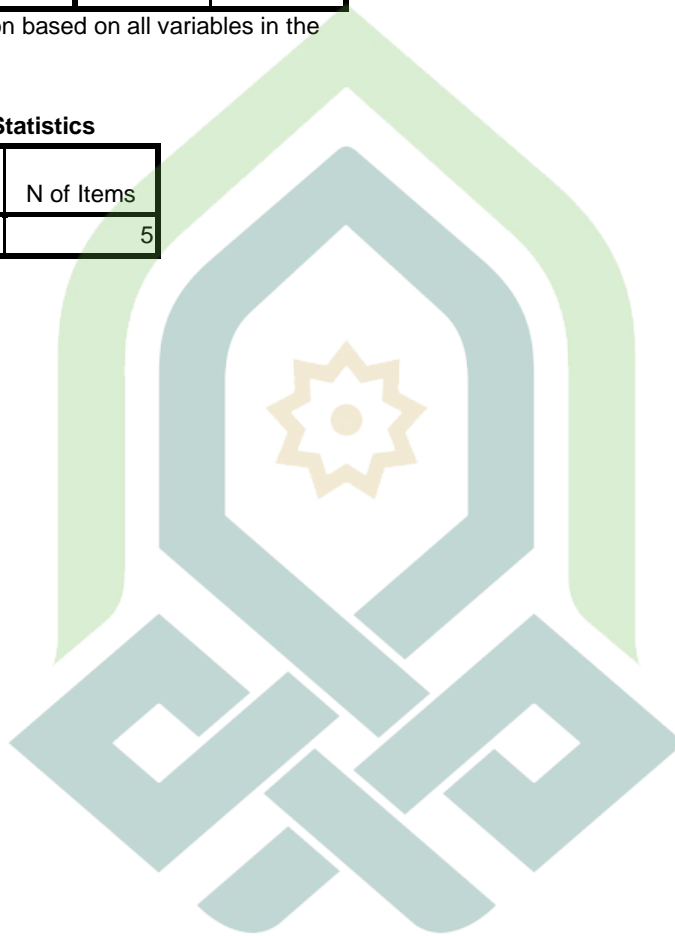
Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	51	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	51	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.766	5



Means Keputusan Pembelian (Y) * Promosi (X1)

Report

Keputusan Pembelian (Y)

Promosi (X1)	Mean	N	Std. Deviation
.76	.7600	2	.00000
.80	.8168	31	.02482
.84	.8185	13	.02641
.88	.8500	4	.02000
.92	.9200	1	.
Total	.8196	51	.03137

ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Pembelian (Y) * Promosi (X1)	Between Groups (Combined)	.021	4	.005	8.670	.000
	Linearity	.014	1	.014	22.617	.000
	Deviation from Linearity	.007	3	.002	4.022	.013
	Within Groups	.028	46	.001		
Total		.049	50			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Keputusan Pembelian (Y) * Promosi (X1)	.529	.280	.656	.430

Keputusan Pembelian (Y) * Lokasi (X2)

Report

Keputusan Pembelian (Y)

Lokasi (X2)	Mean	N	Std. Deviation
.72	.7800	2	.02828
.80	.8133	33	.02582
.84	.8314	14	.02797
.88	.8400	1	.
.92	.9200	1	.
Total	.8196	51	.03137

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Pembelian (Y) * Lokasi (X2)	Between Groups	(Combined)	.017	4	.004	6.012	.001
		Linearity	.014	1	.014	20.641	.000
		Deviation from Linearity	.002	3	.001	1.135	.345
	Within Groups		.032	46	.001		
	Total		.049	50			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Keputusan Pembelian (Y) * Lokasi (X2)	.543	.295	.586	.343

Keputusan Pembelian (Y) * Kelompok Referensi (X3)

Report

Keputusan Pembelian (Y)

Kelompok Referensi (X3)	Mean	N	Std. Deviation
.73	.8044	9	.03127
.80	.8152	29	.02246
.87	.8280	10	.03293
.93	.8800	3	.04000
Total	.8196	51	.03137

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Pembelian (Y) * Kelompok Referensi (X3)	Between Groups	(Combined)	.014	3	.005	6.412	.001
		Linearity	.011	1	.011	15.165	.000
		Deviation from Linearity	.003	2	.002	2.035	.142
	Within Groups		.035	47	.001		
Total			.049	50			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Keputusan Pembelian (Y) * Kelompok Referensi (X3)	.478	.229	.539	.290



**PERUMAHAN
GRIYA BULU ASRI BATANG**

Batang 10 Januari 2019

SURAT KETERANGAN
No. 002/s.Ket/I/2019

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Haris Nugroho.SE

Jabatan : Direktur Utama

Menerangkan bahwa mahasiswa berikut,

Nama : Riski Nur Indah Sari

Nim : 2013112072

Program Studi : Ekonomi Syariah

Universitas : IAIN Pekalongan

Telah melaksanakan penelitian di PT. Wisa Karya Sejahtera dengan judul “Pengaruh Promosi, Lokasi dan Kelompok Referensi terhadap keputusan membeli Perumahan Griya Bulu Asri Batang”

Dengan surat keterangan ini kami buat untuk digunakan sebagai mana mestinya.

PT. Wisa Karya Sejahtera

Haris Nugroho.SE

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat: Jl. Pahlawan No. 52 Kajen Kabupaten Pekalongan
Website: www.febi.iainpekalongan.ac.id Email: febi@iainpekalongan.ac.id

Nomor : 1114/In.30/J.IV.1/PP.00.9/12/2018
Lamp : -
Hal : Permohonan Izin Penelitian

13 Desember 2018

Kepada Yth,
Direktur Perumahan Griya Bulu Asri Kabupaten Batang
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Diberitahukan dengan hormat bahwa mahasiswa:

Nama : Riski Nur Indah Sari

NIM : 2013112072

adalah mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan. Mahasiswa Sebagaimana tersebut diatas akan melakukan penelitian di lembaga/wilayah yang Bapak/Ibu Pimpin guna keperluan menyusun skripsi dengan judul: **"Pengaruh Promosi, Lokasi Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Membeli Rumah (Studi Kasus Konsumen Perumahan Griya Bulu Asri Batang)"**.

Sehubungan dengan hal tersebut, dimohon bantuan Bapak/Ibu mengizinkan mahasiswa yang bersangkutan mengadakan riset guna penelitian skripsi tersebut. Demikian atas kebijaksanaan, izin dan bantuan Bapak/Ibu, kami sampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

A.n Dekan
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



Agus Fakhriana





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
UNIT PERPUSTAKAAN

Jl.Kusuma bangsa No.9 Pekalongan.Telp.(0285) 412575 Faks (0285) 423418
Website :perpustakaan iain-pekalongan.ac.id |Email : perpustakaan@iain
pekalongan. ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika IAIN Pekalongan, yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : **RISKI NUR INDAH SARI**
NIM : **2013112072**
Jurusan/Prodi : **EKONOMI SYARIAH**

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada
Perpustakaan IAIN Pekalongan, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Tugas Akhir Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)

**“PENGARUH PROMOSI, LOKASI DAN KELOMPOK REFERENSI TERHADAP
KEPUTUSAN MEMBELI RUMAH (STUDI KASUS KONSUMEN PERUMAHAN
GRIYA BULU ASRI BATANG)”**

beserta perangkat yang di perlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksekutif ini
Perpustakaan IAIN Pekalongan berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan,
mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan
menampilkan/mempublikasikannya lewat internet atau media lain secara **fulltext** untuk
kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama
saya sebagai penulis/pencipta atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan
IAIN Pekalongan, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta
dalam karya ilmiah saya ini

Dengan demikian ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Pekalongan, Maret 2019



RISKI NUR INDAH SARI
NIM. 2013112072

NB: Harap diisi, ditempel meterai dan ditandatangani
Kemudian diformat pdf dan dimasukkan dalam cd.

