

**PENGARUH PRODUK, HARGA, DAN LOKASI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
(Studi Kasus pada Hunian Islami Arrayyan Pekalongan)**

**SKRIPSI**

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



ASAL BUKU INI	: penulis
PENERBIT/HARGA	: -
TGL. PENERIMAAN	: 17 April 2018
NO. KLASIFIKASI	: SK EKOS 18.159 MAU.P
NO. INDUK	: 1841159

Oleh:

**HIDAYATUL MAULA**  
**NIM: 2013112120**

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN  
2017**

## SURAT PERNYATAAN

### KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **HIDAYATUL MAULA**

NIM : **2013112120**

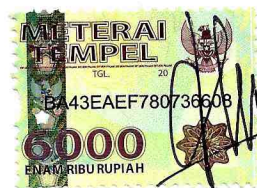
Judul : **PENGARUH PRODUK, HARGA, DAN LOKASI TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus pada Hunian Islami  
Arrayyan Pekalongan)**

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 dicabut gelarnya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 1 November 2017

Yang menyatakan,



**HIDAYATUL MAULA**

**NIM. 2013112120**

## NOTA PEMBIMBING

Dr. Makrum Kholil, M. Ag.

Jl. Banowati No. 5 Pekalongan

Lamp. : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdra. Hidayatul Maula

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 : Hidayatul Maula

NIM : 2013112120

Jurusan: Ekonomi Syariah

Judul : Pengaruh Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap  
Keputusan Pembeli (Studi Kasus pada Hunian Islami  
Arrayyan Pekalongan)

Dengan ini mohon agar Skripsi Saudara/i tersebut dapat segera dimunaqosahkan.

Demikian nota pemimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb.*

Pekalongan, 30 oktober 2017

Pembimbing,



**Dr. Makrum Kholil M.Ag.**  
NIP. 19650621 199203 1002



KEMENTERIAN AGAMA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PEKALONGAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jl. Kusuma Bangsa No.9 Pekalongan. Tlp.(0285) 412575-412572. Fax 423418

**PENGESAHAN**

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

Nama : HIDAYATUL MAULA

NIM : 2013112120

Judul : PENGARUH PRODUK, HARGA, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus pada Hunian Islami Arrayyan Pekalongan)

telah diujikan pada hari Selasa, 5 Desember 2017 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai sebagian syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

Dewan Penguji,

**Penguji I**

**Dr. AM. M. Hafidz Ma'shum, M. Ag.**  
NIP. 19780616 200312 1 003

**Penguji II**

**Ahmad Syukron, M.Ei**  
NIP. 19711015 2005011 1 003

Pekalongan, 12 Desember 2017

Disahkan oleh Dekan,



**Dr. Shinta Dewi R, SH., M.H.**  
NIP. 19750220 199903 2 001



## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan skripsi 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 sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini 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.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba	B	Be
ت	ta	T	Te
ث	sa	š	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	Ẓ	zet (dengan titik 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 tunggal	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      *fātimah*

4. *Syaddad (tasydid, geminasi)*

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

Contoh:

ربنا	Ditulis	<i>Rabbanā</i>
البر	Ditulis	<i>al-birr</i>

5. Kata Sandang (artikel)

Kata sandang yang diikuti oleh "huruf syamsiyah" ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh:

الشمس	Ditulis	<i>asy-syamsu</i>
الرجل	Ditulis	<i>ar-rajulu</i>
السيدة	Ditulis	<i>as-sayyidah</i>

Kata sandang yang diikuti oleh "huruf qamariyah" ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /l/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

القمر	Ditulis	<i>al-qamar</i>
البديع	Ditulis	<i>al-badī'</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

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menyelesaikan skripsi ini.

Karya sederhana ini kupersembahkan kepada :

- Ayahanda Muh. Hilal dan Ibu Nafsiyah tercinta yang telah menyayangi, membimbing dan mengarahkanku serta mendo'akanku.
- Kakakku Arif rahman hakim yang senantiasa mendukungku.
- Seluruh Guru dan Dosen yang telah memberikan ilmu berupa materi dan pengalaman serta mendidik saya khususnya kepada pembimbing saya bapak Dr. Makrum Kholil M.Ag yang tak pernah bosan memberi masukan dan bimbingan yang sangat bermanfaat bagi saya.
- Sahabat-sahabatku Topan, Fikran, Fery, Eka, Anggi, Yunus, Ardi, Irsyad, Imam, Sahabat Muskam dan semua teman-temanku di Prodi Ekonomi Syariah angkatan 2012 yang telah banyak memberikan kenangan selama dibangku kuliah.



## MOTTO

Maha suci Allah yang tidak memberi hamba-hamba-Nya jalan untuk  
mendapat pengetahuan mengenai-Nya kecuali dengan  
jalan ketidak-Berdayaan mereka dan tidak ada harapan  
untuk meraih pencapaian itu .

(Abu Bakar As. Siddiq)

النَّظَافَةُ مِنَ الْإِيمَانِ • (رواه احمد)

“Kebersihan itu sebagian dari iman”.

(HR. Ahmad)

الْإِسْلَامُ نَظِيفٌ فَتَنْظِفُوا فَإِنَّهُ لَا يَدْخُلُ الْجَنَّةَ إِلَّا نَظِيفٌ • (رواه البيهقي)

“Agama Islam itu (agama) yang bersih, maka hendaklah kamu menjaga  
kebersihan, karena sesungguhnya tidak akan masuk surga kecuali orang-orang  
yang bersih”.

(HR. Baihaqy)

## ABSTRAK

**Maula, Hidayatul. 2017.** *Pengaruh Produk, Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Hunian Islami Arrayyan Pekalongan)*. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan. Dosen Pembimbing: Dr. Makrum Kholil M.Ag

Kebutuhan rumah merupakan salah satu kebutuhan pokok dalam kehidupan manusia. Pertumbuhan penduduk yang cukup tinggi serta kondisi perekonomian di Indonesia yang terus meningkat menjadikan kebutuhan akan tempat tinggal semakin meningkat. Keputusan konsumen dalam membeli rumah dapat dipengaruhi oleh banyak faktor, diantaranya adalah produk, harga, dan lokasi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh produk, harga, dan lokasi terhadap keputusan pembelian perumahan. Penelitian dilakukan di Hunian Islami Arrayyan Kelurahan Gamer, Kecamatan Pekalongan Timur, Kota Pekalongan. Dalam penelitian ini, jenis pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian kausalitas. Data penelitian diperoleh dari 66 responden dengan menyebar kuesioner menggunakan skala Likert. Analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda.

Berdasarkan uji T, diperoleh  $t_{tabel}$  (1,999). Adapun variabel yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian adalah variabel lokasi dengan  $t_{hitung}$  (2,256) dan produk dengan  $t_{hitung}$  (2,018). Kemudian variabel yang tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian adalah harga dengan  $t_{hitung}$  1,921). Melalui uji F, menunjukkan secara simultan ketiga variabel independen berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan  $F_{hitung}$  (6,430) >  $F_{tabel}$  (2,75). Berdasarkan uji koefisien determinasi, diperoleh *Adjusted R Square* sebesar 0,200.

**Kata Kunci : Produk, Harga, Lokasi, Keputusan Pembelian, Hunian**

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum. Wr. Wb.*

*Alhamdulillah*, segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq, dan hidayahNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “PENGARUH PRODUK, HARGA, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus pada Hunian Islami Arrayyan Pekalongan)”. Sholawat dan salam senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, semoga kita mendapat syafaatnya di *yaumul akhir* nanti, amin.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, mengingat keterbatasan kemampuan, pengetahuan dan waktu yang penulis miliki. Untuk itu mengharap segala pendapat, kritik dan saran yang bersifat membangun dalam skripsi ini.

Selesainya skripsi ini tidak lepas dari bimbingan dan bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ade Dedi Rohayana, M. Ag, selaku Rektor IAIN Pekalongan.
2. Ibu Dr. Shinta Dewi Rismawati, SH. MH, selaku Dekan Fakultas dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.
3. Bapak Agus Fakhrina, M.S.I, selaku Kepala Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan.
4. Bapak Kuat Ismanto, M. Ag, selaku Sekertaris Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan.
5. Ibu Tri Astutik Haryati, M. Ag, selaku Dosen Wali Studi.
6. Bapak Dr. Makrum Kholil, M. Ag, selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu dan tenaga dalam membantu penulis dalam proses pembuatan skripsi ini.
7. Bapak Dadang selaku ketua paguyuban arrayyan serta segenap masyarakat yang telah bersedia menjadi responden dalam penelitian ini.

8. Ayahanda dan Ibu tercinta serta kakakku atas segala yang telah kalian berikan kepadaku.
9. Teman-temanku Topan Topan, Fikran, Fery, Eka, Anggi, Hilal, Yunus, Ardi, Irsyad, Imam, yang telah memberikan bantuan, semangat dan sebagainya semasa kuliah sampai akhir.
10. Seluruh Dosen dan karyawan IAIN Pekalongan yang telah membantu penulis selama melakukan studi.
11. Seluruh pihak yang telah membantu penulis dalam segala hal terutama yang berkaitan dengan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap semoga hasil penulisan ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi semua pihak yang memerlukan pada umumnya.

*Wassalamu'alaikum. Wr. Wb.*

Pekalongan, 1 November 2017

Penulis



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	ii
NOTA PEMBIMBING .....	iii
PENGESAHAN .....	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI .....	v
PERSEMBAHAN .....	viii
MOTTO .....	ix
ABSTRAK .....	x
KATA PENGANTAR .....	xi
DAFTAR ISI .....	xiii
DAFTAR TABEL .....	xvi
DAFTAR GAMBAR .....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xix
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan Penelitian .....	8
D. Kegunaan Penelitian .....	9
E. Sistematika Pembahasan .....	10
<b>BAB II KERANGKA TEORI</b>	
A. Landasan Teori .....	11
1. Pemasaran .....	11
2. Perilaku Konsumen .....	13

3. Pengertian Produk, Harga, dan Lokasi .....	17
4. Keputusan Pembelian .....	25
5. Perumahan .....	30
B. Tinjauan Pustaka .....	32
C. Kerangka Berpikir .....	48
D. Hipotesis .....	52
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Metode Penelitian .....	54
1. Jenis Penelitian .....	54
2. Pendekatan dalam Penelitian .....	55
3. Sumber Data .....	54
B. Setting Penelitian .....	56
C. Variabel Penelitian .....	56
1. Variabel Independen .....	56
2. Variabel Dependen .....	57
D. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel .....	59
1. Populasi .....	59
2. Sampel .....	59
3. Teknik Pengambilan Sampel .....	60
E. Instrumendan Teknik Pengumpulan Data Penelitian .....	60
1. Instrumen Penelitian .....	60
2. Teknik Pengumpulan Data Penelitian .....	61
F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data .....	61
1. Teknik Pengolahan Data .....	61
2. Teknik Analisis Data .....	63

## **BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

<b>A. Deskripsi Data</b> .....	71
1. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	72
2. Profil Responden Berdasarkan Usia.....	72
3. Profil Responen Berdasarkan Pekerjaan.....	73
<b>B. Analisis Data</b> .....	75
1. Uji Validitas .....	75
2. Uji Reliabilitas .....	77
3. Asumsi Klasik.....	78
4. Analisis Regresi linier Berganda.....	84
5. Uji Hipotesis.....	86
6. Analisis Koefisien Determinasi.....	89
<b>C. Pembahasan</b> .....	90
<b>BAB V PENUTUP</b>	
<b>A. Kesimpulan</b> .....	94
<b>B. Saran</b> .....	95
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	97
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1.1</b>	Kepadatan Penduduk Kota Pekalongan Tahun 2010 – 2015.....	2
<b>Tabel 2.1</b>	Daftar Tipe rumah Hunian Islami Arrayan.....	18
<b>Tabel 2.2</b>	Penelitian Terdahulu.....	39
<b>Tabel 3.1</b>	Indikator Indikator Variabel.....	57
<b>Tabel 4.1</b>	Data Responden Berdasarkan Usia.....	72
<b>Tabel 4.2</b>	Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	73
<b>Tabel 4.3</b>	Data Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	74
<b>Tabel 4.4</b>	Hasil Uji Validitas Produk.....	75
<b>Tabel 4.5</b>	Hasil Uji Validitas Religiusitas.....	75
<b>Tabel 4.6</b>	Hasil Uji Validitas Harga.....	76
<b>Tabel 4.7</b>	Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	76
<b>Tabel 4.8</b>	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	77
<b>Tabel 4.9</b>	Hasil Uji <i>One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test</i> .....	79
<b>Tabel 4.10</b>	Hasil Uji Linearitas Produk.....	80
<b>Tabel 4.11</b>	Hasil Uji Linearitas Harga.....	81
<b>Tabel 4.12</b>	Hasil Uji Linearitas Lokasi.....	82
<b>Tabel 4.13</b>	Hasil Uji Multikolinieritas.....	82
<b>Tabel 4.14</b>	Hasil Uji Glejser Heteroskedastisitas.....	84



<b>Tabel 4.15</b>	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	85
<b>Tabel 4.16</b>	Hasil Uji t (Parsial).....	87
<b>Tabel 4.17</b>	Hasil Uji F (Simultan).....	88
<b>Tabel 4.18</b>	Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	89

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 2.1</b> Model Perilaku Konsumen.....	15
<b>Gambar 2.2</b> Kerangka Berpikir .....	48
<b>Gambar 4.1</b> Grafik Histogram.....	78
<b>Gambar 4.2</b> Normal Probabilty Plot.....	79
<b>Gambar 4.3</b> Grafik <i>Scatterplot</i> .....	83

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Tabulasi Jawaban Responden
- Lampiran 3 Output Uji-uji SPSS 18 (Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik, Analisia Regresi Linier Bergandais, dan Uji Hipotesis
- Lampiran 4 Daftar r Tabel Product Moment
- Lampiran 5 Daftar t Tabel
- Lampiran 6 Daftar f Tabel
- Lampiran 7 Surat Izin Penelitian dari IAIN Pekalongan
- Lampiran 8 Surat Keterangan Penelitian
- Lampiran 9 Daftar Riwayat Hidup

# BAB I

## PENDAHULUAN



### A. Latar Belakang

Tempat tinggal (rumah) merupakan salah satu kebutuhan dasar manusia yang harus dipenuhi. Manusia membutuhkan rumah sebagai tempat untuk hidup dan bersosialisasi. Rumah dapat berfungsi sebagai tempat untuk menikmati kehidupan yang nyaman, tempat untuk beristirahat, tempat berkumpulnya keluarga, dan tempat untuk menunjukkan tingkat sosial dalam masyarakat. Aktifitas yang paling sering dilakukan di dalam rumah adalah beristirahat dan tidur. Selebihnya, rumah berfungsi sebagai tempat beraktivitas antara anggota keluarga atau teman, baik di dalam maupun di luar rumah. Terkadang seseorang juga membangun atau memiliki rumah dengan tujuan ekonomi. Rumah dipandang memiliki fungsi ekonomi yang penting bagi manusia karena rumah merupakan investasi jangka panjang yang akan memperkokoh jaminan penghidupannya di masa mendatang.<sup>1</sup>

Kebutuhan rumah merupakan salah satu kebutuhan pokok dalam kehidupan manusia. Rumah memiliki keterkaitan terhadap kebutuhan sosial dan ekonomi penghuninya melalui identity, security, dan stimulus.<sup>2</sup> Pertumbuhan penduduk yang cukup tinggi serta kondisi perekonomian di

---

<sup>1</sup> Yudohusodo dkk, *Rumah Untuk Seluruh Rakyat* (Jakarta: Yayasan Padamu Negeri, 1991), hlm. 1.

<sup>2</sup> Turner, John F.C. dan Robert Fichter, *Freedom to Build, Dweller Control of the Housing Process* (New York: Collier Macmillan, 1972), hlm. 165.



Indonesia yang terus meningkat menjadikan kebutuhan akan tempat tinggal semakin meningkat.

**Tabel 1.1**

**Kepadatan Penduduk Kota Pekalongan Tahun 2010 – 2015**

Tahun	Penduduk (Jiwa)	Luas (Km <sup>2</sup> )	Kepadatan Penduduk (Jiwa/km <sup>2</sup> )
2011	285.026	45,25	6.299
2012	288.018	45,25	6.365
2013	290.870	45,25	6.428
2014	293.704	45,25	6.491
2015	296.533	45,25	6.554

(Sumber: BPS Kota Pekalongan)

Pertumbuhan penduduk ini mengakibatkan rumah atau tempat tinggal menjadi salah satu kebutuhan utama bagi masyarakat. Hal inilah yang menjadikan segmen pasar cukup luas bagi perumahan. Fenomena penambahan jumlah penduduk yang terjadi pada hampir seluruh wilayah Indonesia pun juga terjadi pada Kota Pekalongan. Salah satu akibat dari munculnya fenomena tersebut adalah semakin meningkatnya kebutuhan masyarakat akan ruang untuk beraktivitas khususnya yang bersifat non komersial (permukiman), sedangkan pemanfaatan kawasan pusat kota mulai bergeser pada pemanfaatan untuk guna lahan yang sifatnya komersial (perkantoran, perdagangan dan jasa).<sup>3</sup> Salah satu alternatif

<sup>3</sup> Raldi Hendro Koesteer, *Perspektif Lingkungan Desa-Kota (Teori dan Kasus)* (Jakarta : UIP, 1997), hlm. 11.

penyelesaian masalah terkait pemenuhan kebutuhan tempat tinggal adalah adanya pembangunan kawasan permukiman baru yang akhir-akhir ini coba ditawarkan oleh berbagai pengembang. Peluang tersebut dimanfaatkan dengan baik oleh para pengembang yang fokus terhadap penjualan produk berupa perumahan. Persaingan di bisnis ini sangat kompleks, sehingga diperlukan strategi yang matang dalam melakukan pemasaran produk perumahan ini.

Sejak terbukanya peluang bagi pihak swasta untuk berpartisipasi di dalam pembangunan permukiman skala besar, maka mulai bermunculan permukiman-permukiman baru berskala besar didirikan terutama di sekitar kota-kota besar yang sedang berkembang seperti di Kota Pekalongan ini, diantaranya perumahan Hunian Islami Arrayan. Secara administratif, perumahan Hunian Islami Arrayan terletak di Kelurahan Gamer. Munculya perumahan Hunian Islami Arrayan ini awalnya adalah untuk memenuhi kebutuhan perumahan bagi masyarakat Kota Pekalongan. Kondisi pertumbuhan ekonomi dan fisik Kota Pekalongan yang cukup tinggi dapat terlihat dari semakin tingginya intensitas perubahan guna lahan non terbangun menjadi lahan terbangun di pusat kota serta lahan produktif menjadi lahan non produktif di pinggiran kota. Bila dilihat dari citra Kota Pekalongan dari tahun ke tahun, terlihat penambahan jumlah lahan terbangun. Hal yang serupa juga terjadi di Kecamatan Pekalongan Timur khususnya Kelurahan Gamer yang menjadi lokasi pembangunan

Negara.<sup>5</sup> Oleh karena itu tidaklah heran apabila harga rumah di perkotaan semakin mahal dan semakin tidak terjangkau oleh masyarakat kalangan ekonomi menengah ke bawah. Begitu pula harga tanah untuk membangun rumah setiap tahun selalu meningkat.

Tetapi jika dilihat dari kenyataannya sekarang ini, semakin sulit bagi masyarakat untuk memiliki tempat tinggal karena semakin sempitnya lahan untuk membangun rumah. Dalam berbagai program pembangunan, pemerintah telah menetapkan kebijakan umum pembangunan perumahan dan pemukiman yang relevan guna memenuhi kebutuhan dasar dan meningkatkan harkat serta martabat masyarakat. Tujuan dan sasaran pembangunan perumahan dan pemukiman ditata dalam suatu perencanaan yang sesuai dengan kondisi tata ruang dan tata guna lahan, disertai dengan prasarana dan sarana fasilitas lingkungan yang berfungsi bagi kehidupan sosial masyarakat.

Beberapa tahun yang lalu orang cenderung memilih wilayah pemukiman yang dekat dengan pusat kota, tetapi sekarang justru terjadi hal sebaliknya. Orang lebih menyukai atau mencari wilayah pemukiman di pinggiran kota. Banyak alasan yang mendasarinya, seperti suasana tenang dan harga yang lebih murah daripada di pusat kota. Ini tentunya memberikan alternatif dalam memilih suatu wilayah pemukiman.

Salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli perumahan adalah produk yang ditawarkan itu sendiri. Menurut

---

<sup>5</sup> Bambang Panudju, *Pengadaan Perumahan Kota dengan Peran Serta Masyarakat Berpenghasilan Rendah* (Bandung: Alumni, 1999), hlm. 3.

Kotler “produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan kepada pasar untuk menarik perhatian, akuisisi, penggunaan, atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan.<sup>6</sup> Dalam strategi pemasaran, produk merupakan unsur penting karena dapat mempengaruhi strategi pemasaran lainnya. Pemilihan jenis produk yang akan di hasilkan dan di pasarkan akan menentukan kegiatan promosi yang dibutuhkan serta penentuan harga serta cara penyalurannya.

Semakin banyak perumahan yang ditawarkan tentu dapat menyebabkan munculnya beragam pilihan bagi konsumen untuk memutuskan pilihan. Melihat keadaan tersebut, pihak pengembang harus memahami apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen, agar dapat mengetahui keputusan konsumen dalam melakukan pembelian.

Harga juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Tjiptono menyatakan bahwa “Dari sudut pandang konsumen, harga sering kali digunakan sebagai indikator nilai bagaimana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa”.<sup>7</sup>

Semakin tinggi harga tanpa diimbangi dengan kualitas suatu produk dalam hal ini rumah maka keputusan konsumen dalam membeli rumah akan menurun. Namun, hal itu seringkali terbentur pada kebijakan penetapan harga. Penetapan harga oleh perusahaan harus disesuaikan dengan situasi lingkungan dan perubahan yang terjadi terutama pada saat

---

<sup>6</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ketigabelas, Jilid I (Jakarta : Erlangga, 2008), hlm. 266.

<sup>7</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Edisi 1 (Yogyakarta : Penerbit Andi , 1997), hlm. 147.



persaingan yang semakin ketat dan perkembangan permintaan yang terbatas.

Faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah lokasi. Rentiasih dalam nadira, Lokasi sebuah perumahan merupakan hal yang penting dalam nilai suatu properti. Konsumen akan memilih sebuah perumahan yang strategis yang dapat diartikan sebagai kemudahan dalam mengakses ke lokasi perumahan tersebut, kemudahan sarana transportasi umum yang memadai, waktu tempuh ke berbagai tempat-tempat umum, bebas dari banjir, dekat dari tempat kerja, sarana lingkungan yang tersedia, dan masih banyak lagi<sup>8</sup>.

Pemilihan Perumahan Hunian Islami Arrayyan sebagai objek penelitian didasarkan karena Hunian Islami Arrayyan merupakan perumahan di kota pekalongan yang menggunakan konsep hunian Islami, harga yang ditawarkan mampu bersaing dengan para pesaingnya, serta dianggap memiliki lokasi yang strategis, dekat dengan pusat kota dan mudah untuk mengaksesnya hanya kurang dari lima menit dari terminal kota pekalongan. Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki jumlah penduduk umat muslim terbesar di dunia, pengembangan perumahan berkonsep Islami masih sangat berpotensi dan memiliki peluang yang sangat besar bagi bisnis pengembang(developer) perumahan maupun bagi pemenuhan kebutuhan rumah bagi konsumen (masyarakat) di Indonesia.

---

<sup>8</sup> Nadira Dkk, *Pemilihan Lokasi Rumah Tinggal Pada Perumahan Menengah Di Surabaya Timur* (Surabaya: ITS, 2014), hlm. 2.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penyusun melakukan penelitian lebih komprehensif, dengan judul **Pengaruh Produk, Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan (Studi Kasus pada Hunian Islami Arrayyan Pekalongan)**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian Hunian Islami Arrayyan Pekalongan?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian Hunian Islami Arrayyan Pekalongan?
3. Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian Hunian Islami Arrayyan Pekalongan?
4. Apakah produk, harga, lokasi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian Hunian Islami Arrayyan Pekalongan?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pada permasalahan yang diuraikan diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui pengaruh produk terhadap keputusan pembelian di Hunian Islami Arrayyan Pekalongan.
2. Mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di Hunian Islami Arrayyan Pekalongan.



3. Mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian di Hunian Islami Arrayyan Pekalongan.
4. Mengetahui pengaruh produk, harga, dan lokasi secara simultan terhadap keputusan pembelian di Hunian Islami Arrayyan Pekalongan.

#### **D. Kegunaan Penelitian**

Hasil dari penelitian ini secara teoritis diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak, yaitu :

1. Menambah wawasan keilmuan tentang pengaruh produk, harga, lokasi terhadap keputusan pembelian.
2. Menambah kepustakaan dalam dunia pendidikan khususnya Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan.

Sedangkan secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat digunakan dan dimanfaatkan bagi penulis dan para pihak-pihak lain yang berkepentingan, yaitu:

1. Menambah pengetahuan dan wawasan bagi peneliti mengenai berbagai faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.
2. Menjadi bahan acuan dan masukan bagi penelitian-penelitian yang relevan di masa yang akan datang.
3. Menjadi bahan acuan dan pertimbangan bagi perusahaan khususnya pengembang dalam menghadapi persaingan usaha.

## E. Sistematika Penelitian

Dalam sistematika penulisan, peneliti membaginya menjadi lima pokok bahasan, yaitu:

### BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Kegunaan Penelitian dan Sistematika Penulisan.

### BAB II : KERANGKA TEORI

Bab ini berisi tentang Landasan Teori, Tinjauan Pustaka, Kerangka Berpikir dan Hipotesis.

### BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang Metode Penelitian yaitu Jenis dan Pendekatan Penelitian, Setting Penelitian, Variabel Penelitian, Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel, Teknik Pengumpulan Data Penelitian dan Teknik Analisis Data.

### BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang Deskripsi Data, Analisis Data dan Pembahasan.

### BAB V : PENUTUP

Bab ini merupakan bab terakhir yang berisi kesimpulan dari hasil penelitian dan saran.

## BAB V

### PENUTUP



#### A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang sudah diuraikan, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil uji t diperoleh tingkat signifikansi variabel harga  $0,048 < 0,05$  (signifikan pada delta 5%), dan nilai t hitung  $2,018 > t$  tabel 1,999. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada hunian islami arrayan pekalongan.
2. Berdasarkan hasil uji t diperoleh tingkat signifikansi variabel harga (X2) adalah  $0,059 > 0,05$  (signifikan pada delta 5%), dan nilai t hitung  $1,921 < t$  tabel 1,999. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada hunian islami arrayan pekalongan.
3. Berdasarkan hasil uji t diperoleh tingkat signifikansi variabel lokasi (X3) adalah  $0,028 < 0,05$  (signifikan pada delta 5%), dan nilai t hitung  $2,256 > t$  tabel 1,999. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada hunian islami arrayan pekalongan.
4. Berdasarkan hasil uji F diketahui bahwa nilai F hitung  $6,430 > F$  tabel 2,75. Nilai signifikansi 0,001 juga lebih kecil dari nilai

probabilitas 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel produk (X1), harga (X2), dan lokasi (X3) secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian (Y).

5. Berdasarkan nilai koefisien determinasi atau angka *adjusted R square* adalah sebesar 0,200. Nilai tersebut menunjukkan bahwa pengaruh variabel produk (X1), harga (X2), dan lokasi (X3) terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 20 % dan sisanya sebesar 80 % dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian ini.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disarankan hal-hal sebagai berikut:

1. Variabel lokasi memiliki pengaruh paling besar terhadap keputusan pembelian pada Hunian Islami Arrayan Pekalongan. Lokasi sebuah perumahan merupakan hal yang penting dalam nilai suatu properti. Konsumen akan memilih sebuah perumahan yang strategis yang dapat diartikan sebagai kemudahan dalam mengakses ke lokasi perumahan tersebut, kemudahan sarana transportasi umum yang memadai, waktu tempuh ke berbagai tempat-tempat umum, bebas dari banjir, dekat dari tempat kerja, sarana lingkungan yang tersedia, dan masih banyak lagi. Dengan demikian, aspek-aspek yang perlu dipertimbangkan dalam pemilihan lokasi tidak boleh terabaikan dalam pembangunan suatu perumahan saat ini.

2. Bagi peneliti berikutnya yang ingin meneliti dengan topik sejenis disarankan untuk dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambah variabel-variabel lain karena masih banyak yang memungkinkan variabel-variabel lain tersebut memiliki pengaruh lebih besar terhadap keputusan pembelian.



## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2013. *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Assauri, Sofjan. 1996. *Manajemen Pemasaran Dasar konsep Dan Strategi* . Jakarta: Rajawali Press.
- Budihardjo, Eko. 2006. *Sejumlah Masalah Permukiman*. Kota Bandung: Alumni.
- Bungin, Burhan. 2005. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta : Kencana Prenadamedia Group.
- Charles W. Lamb, Joe F. Hair, dan Carl McDaniel. 2001. *Pemasaran*. Buku 1. Edisi Pertama. Jakarta: Salemba Empat.
- Fauzi, Muchammad. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Semarang : Walisongo Press.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang : UNDIP.
- Hadi, Sudharto P. 2005. *Strategi Pemasaran*. 2 ed. Yogyakarta: Liberty
- Herdiana, Nana. 2015. *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Hoover dan Giarratani .2007. *Economics of Location* . Terjemahan oleh Nugroho dan Dahuri. Jakarta: Lembaga Penerbit UI.
- Hurriyati, Ratih. 2010. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung : Alfabeta.
- Koestoeer , Raldi Hendro. 1997. *Perspektif Lingkungan Desa-Kota (Teori dan Kasus)*. Jakarta : UIP.
- Kotler, Phillip. 2002. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milenium. Jakarta: PT Prenhallindo.
- \_\_\_\_\_. 2007. *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan, Pengendalian*, Prentice Hall, Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: Salemba Empat.



- \_\_\_\_\_, 2008. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: PT. Gelora Aksara Pratama.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ketigabelas, Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- \_\_\_\_\_. 2007. *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, Dicitak di Indonesia oleh PT. Macanan Jaya Cemerlang.
- Kuncoro, Mudrajad. 2003. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Laksana, Fajar. 2008. *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis*. Yogyakarta : Candi Gebang
- Latan, Hengky dan Selva Temalagi. 2013. *Analisis Multivariate Teknik dan Aplikasi*. Bandung : Alfabeta.
- Mursid, M. 2014. *Manajemen Pemasaran* (edisi pertama cetakan ketujuh). Jakarta: Bumi aksara
- Nadira Dkk. 2014. *Pemilihan Lokasi Rumah Tinggal Pada Perumahan Menengah Di Surabaya Timur*. Surabaya: ITS.
- Noor, Juliansyah. 2011. *Metodologi Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*. Jakarta : Kencana Prenadamedia Group.
- Panudju, Bambang . 1999. *Pengadaan Perumahan Kota dengan Peran Serta Masyarakat Berpenghasilan Rendah*. Bandung: Alumni.
- Prasetyo, Bambang dan Lina Miftahul Jannah. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif, Teori dan Aplikasi*. Jakarta: PT raja Grafindo Persada.
- Rahma, Intan Sari Zaitun . 2010. "*Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Perumahan Tipe Cluster ( Studi Kasus Perumahan Taman Sari ) Di Kota Semarang*". Semarang: Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Ruslan, Rosady. 2010. *Metode Penelitian Public Relations Dan Komunikasi*. Jakarta : Rajawali Pres.
- Sanusi, Anwar. 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Setiadi, Nugroho J. 2008. *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana.

- Siregar, Syofian. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta : Kencana Prenadamedia Group.
- Sugiyono. 2003. *Statistika untuk Penelitian*, Cet.Ke-3. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Suharno dan Yudi sutarso. 2010. *Marketing in place*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sujianto, Agus Eko. 2009. *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16*. Jakarta: PT. Prestasi Pustakaraya.
- Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran, Cet.1 Ed.2*. Bogor : Penerbit Ghalia Indonesia.
- Sunyoto, Danang. 2013. *Teori, Kuesioner & Analisis Data Untuk Pemasaran Dan Prilaku Konsumen*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Supranto, J. 2005. *Teknik pengambilan keputusan*. Jakarta: PT. RINEKA CIPTA.
- Swastha , Basu dan Handoko. 2000. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: BPFE.
- Swastha, Basu dan Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern. Cetakan Ketigabelas*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy . 1997. *Strategi Pemasaran*, Edisi 1. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Turner, John F.C. dan Robert Fichter. 1972. *Freedom to Build, Dweller Control of the Housing Process*. New York: Collier Macmillan.
- Umar, Husein. 2002. *Research Methods in Finance and Banking*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Wibowo, Agung Edy. 2012. *Aplikasi Praktis SPSS dalam Penelitian*. Yogyakarta : Graha Media.
- Yudohusodo, dkk. 1991. *Rumah Untuk Seluruh Rakyat*. Jakarta: Penerbit Yayasan Padamu Negeri.

Zeithaml , Bitner & Gremler. 2009. *Services marketing: Integrating customer focus across the firm (5th ed)*. New York : McGraw-Hill, Inc.

## Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

### KUESIONER PENELITIAN

#### PENGARUH PRODUK, HARGA, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HUNIAN ISLAMI ARRAYYAN PEKALONGAN

1. Kuesioner ini semata-mata di tujukan untuk keperluan ilmiah dan penyelesaian tugas akhir studi, oleh karena itu jawaban yang bapak/ibu/saudara berikan sangatlah di butuhkan.
2. Tidak ada jawaban yang salah dalam pengisian kuesioner ini. Untuk itu saya mohon kesediaan bapak/ibu/saudara untuk mengisi kuesioner ini dengan lengkap, jujur dan sesuai dengan keadaan sebenarnya agar informasi ilmiah yang di sajikan nantinya dapat di pertanggung jawabkan.
3. Identitas responden dan hasil jawaban akan dijaga kerahasiaannya dan hanya akan digunakan untuk kepentingan akademik.
4. Atas perhatian bapak/ibu/saudara saya haturkan banyak terimakasih.

Hormat saya,

Hidayatul Maula

---

#### A. IDENTITAS RESPONDEN

- Nama : ..... (boleh tidak diisi)
- Alamat : ..... (boleh tidak diisi)
- Usia : ..... tahun
- Pekerjaan :  PNS     Pegawai Swasta     Wiraswasta  
 Mahasiswa     Lainnya .....
- Jenis kelamin :  Laki-laki     Perempuan

## B. PERTANYAAN PENELITIAN

Berilah jawaban atas pertanyaan berikut ini sesuai dengan pendapat Anda, dengan cara memberi tanda checklist (√) pada kolom yang tersedia.

Keterangan:

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

N : Netral

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

### PRODUK

NO	PRODUK	SS	S	N	TS	STS
1	Hunian islami arrayan memiliki ragam pilihan tipe rumah yang banyak dan menarik.					
2	Kualitas rumah yang ditawarkan membuat saya tertarik untuk membeli.					
3	Desain exterior dan interior rumah menarik minat saya untuk membeli.					
4	Merek hunian islami arrayan memiliki arti/citra positif					
5	Merek hunian islami arrayan menarik perhatian dan mudah teringat					
6	Fasilitas yang diberikan hunian islami arrayan membuat saya tertarik untuk membeli.					

### HARGA

NO	HARGA	SS	S	N	TS	STS
1	Harga rumah sepadan dengan manfaat yang saya dapatkan					
2	Harga rumah yang ditawarkan terjangkau					
3	Harga rumah sesuai dengan kualitas yang di tawarkan					



## LOKASI

NO	LOKASI	SS	S	N	TS	STS
1	Hunian islami arrayan memiliki lokasi yang strategis dan mudah dijangkau.					
2	Lokasi hunian islami arrayan dapat mudah ditemukan.					
3	Lokasi hunian islami arrayan dilalui banyak alat transportasi.					
4	Lokasi hunian islami arrayan merupakan lingkungan yang aman.					
5	Hunian islami arrayan memiliki lingkungan yang nyaman dan asri					
6	Lokasi hunian islami arrayan bebas dari banjir					

## KEPUTUSAN PEMBELIAN

NO	KEPUTUSAN PEMBELIAN	SS	S	N	TS	STS
1	Saya memutuskan membeli rumah pada hunian islami arrayan karena sesuai dengan kebutuhan.					
2	Rumah yang saya butuhkan tersedia di hunian islami arrayan.					
3	Pengembang hunian islami arrayan memberikan informasi mengenai produk yang ditawarkan					
4	Informasi yang diberikan pengembang hunian islami arrayan sangat membantu dalam memilih produk.					
5	Saya membeli rumah di hunian islami arrayan untuk memenuhi kebutuhan.					
6	Saya merasa puas setelah membeli rumah di hunian islami arrayan.					
7	Hunian islami arrayan banyak mempunyai kelebihan dibandingkan perumahan lain.					
8	Produk yang dijual di hunian islami arrayan lebih lengkap dibanding perumahan lain.					
9	Saya akan mengatakan keunggulan hunian islami arrayan kepada orang lain.					
10	Saya akan membeli di hunian islami arrayan lagi jika membutuhkan rumah.					



Lampiran 2. Tabulasi Data

TABULASI DATA

No	Usia	Jenis kelamin	Pekerjaan
1	46	Laki-laki	Wiraswasta
2	34	Perempuan	Ibu Rumah Tangga
3	38	Laki-laki	Pegawai Swasta
4	47	Laki-laki	Wiraswasta
5	32	Laki-laki	Pegawai Swasta
6	46	Perempuan	Ibu Rumah Tangga
7	39	Laki-laki	Pegawai Swasta
8	24	Laki-laki	Pelajar/mahasiswa
9	48	Perempuan	Ibu Rumah Tangga
10	34	Laki-laki	Pegawai Swasta
11	37	Laki-laki	Wiraswasta
12	50	Perempuan	Pegawai Negeri
13	49	Laki-laki	Wiraswasta
14	29	Perempuan	Pegawai Swasta
15	41	Perempuan	Ibu Rumah Tangga
16	48	Laki-laki	Pegawai Negeri
17	45	Laki-laki	Pegawai Negeri
18	28	Perempuan	Pegawai Swasta
19	49	Laki-laki	Pegawai Swasta
20	23	Laki-laki	Pelajar/mahasiswa
21	30	Perempuan	Ibu Rumah Tangga
22	43	Laki-laki	Pegawai Negeri
23	53	Laki-laki	Wiraswasta
24	31	Perempuan	Pegawai Swasta
25	56	Laki-laki	Wiraswasta
26	42	Perempuan	Ibu Rumah Tangga
27	46	Laki-laki	Pegawai Swasta
28	33	Perempuan	Pegawai Swasta
29	54	Perempuan	Pegawai Negeri
30	51	Laki-laki	Wiraswasta
31	44	Perempuan	Ibu Rumah Tangga
32	24	Laki-laki	lainnya
33	29	Laki-laki	Pegawai Swasta
34	47	Perempuan	Pegawai Swasta
35	23	Laki-laki	Pelajar/mahasiswa
36	34	Perempuan	Ibu Rumah Tangga
37	24	Laki-laki	lainnya

38	41	Laki-laki	Wiraswasta
39	53	Laki-laki	Pegawai Swasta
40	48	Perempuan	Ibu Rumah Tangga
41	47	Laki-laki	Pegawai Negeri
42	50	Laki-laki	Wiraswasta
43	32	Perempuan	Pegawai Swasta
44	45	Perempuan	Ibu Rumah Tangga
45	50	Laki-laki	Pegawai Swasta
46	46	Laki-laki	Pegawai Negeri
47	34	Laki-laki	Pegawai Swasta
48	44	Perempuan	Ibu Rumah Tangga
49	40	Perempuan	Ibu Rumah Tangga
50	53	Laki-laki	Pegawai Negeri
51	38	Laki-laki	Wiraswasta
52	24	Laki-laki	lainnya
53	39	Perempuan	Ibu Rumah Tangga
54	35	Laki-laki	Pegawai Swasta
55	48	Laki-laki	lainnya
56	49	Laki-laki	Wiraswasta
57	43	Perempuan	Ibu Rumah Tangga
58	38	Laki-laki	Pegawai Negeri
59	31	Perempuan	Pegawai Swasta
60	41	Laki-laki	Wiraswasta
61	23	Laki-laki	Pelajar/mahasiswa
62	29	Perempuan	Pegawai Swasta
63	38	Laki-laki	Wiraswasta
64	49	Perempuan	Ibu Rumah Tangga
65	44	Laki-laki	Wiraswasta
66	28	Laki-laki	Pegawai Swasta

NO	PRODUK (X1)						
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	X1
1	4	3	3	4	4	3	21
2	4	4	3	3	4	5	23
3	3	3	4	4	4	4	22
4	3	4	3	4	4	4	22
5	3	2	3	4	4	3	19
6	2	3	3	3	4	4	19
7	3	3	3	4	4	3	20
8	4	3	3	4	3	4	21
9	3	3	3	4	3	3	19
10	3	4	4	3	3	4	21
11	5	4	4	4	4	5	26
12	4	3	4	3	4	5	23
13	4	4	3	3	3	3	20
14	4	4	3	4	4	3	22
15	3	4	3	3	4	3	20
16	4	5	4	3	4	3	23
17	4	4	4	4	3	3	22
18	3	3	3	4	4	3	20
19	4	4	3	4	5	4	24
20	3	3	4	4	4	3	21
21	3	3	3	3	4	4	20
22	3	4	3	3	3	3	19
23	3	3	4	4	4	4	22
24	4	4	4	5	4	4	25
25	4	4	3	4	3	5	23
26	4	4	4	4	4	4	24
27	3	3	3	3	4	3	19
28	4	4	4	4	4	3	23
29	3	3	4	3	3	4	20
30	4	4	3	3	4	3	21
31	3	3	4	4	4	4	22
32	4	4	4	4	4	5	25
33	3	3	2	3	4	3	18
34	4	4	3	5	4	3	23
35	4	4	4	5	4	5	26
36	4	4	3	3	5	5	24
37	4	4	4	3	3	3	21
38	3	3	4	4	4	4	22
39	3	3	2	3	3	3	17
40	2	3	3	3	4	3	18
41	4	4	3	3	3	4	21

HARGA (X2)			
P1	P2	P3	X2
4	4	3	11
4	3	4	11
3	4	3	10
4	4	4	12
3	4	3	10
3	4	4	11
4	3	3	10
4	5	4	13
4	4	4	12
4	4	3	11
4	4	3	11
3	3	3	9
4	4	4	12
4	3	4	11
3	4	4	11
4	4	4	12
4	4	3	11
3	4	3	10
3	3	4	10
4	4	4	12
4	3	3	10
4	3	3	10
4	4	3	11
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
3	3	4	10
3	4	4	11
3	3	4	10
3	3	3	9
4	4	3	11
4	4	5	13
3	3	4	10
3	3	3	9
5	5	4	14
3	3	3	9
4	4	3	11
4	4	4	12
4	5	4	13
3	3	3	9
4	4	5	13

42	4	4	3	4	4	3	22
43	3	3	3	4	4	4	21
44	3	3	4	3	4	3	20
45	4	4	3	4	4	4	23
46	4	4	3	3	4	4	22
47	3	3	2	3	4	3	18
48	4	4	3	3	4	4	22
49	3	3	4	3	4	4	21
50	3	3	3	3	3	3	18
51	3	3	3	4	3	4	20
52	4	4	3	3	4	4	22
53	3	3	4	3	4	3	20
54	3	3	3	3	4	4	20
55	4	4	3	4	4	3	22
56	4	5	4	5	4	4	26
57	3	3	3	4	3	3	19
58	3	3	3	4	4	3	20
59	3	3	4	4	3	3	21
60	4	4	3	4	4	4	23
61	3	3	3	4	3	3	19
62	3	3	3	3	3	3	18
63	3	3	3	3	4	3	19
64	4	4	4	3	3	3	21
65	3	3	4	4	3	3	20
66	3	3	4	4	4	4	22

5	5	4	14
3	3	4	10
4	4	4	12
4	3	4	11
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
3	3	3	9
3	4	3	10
4	4	4	12
3	4	4	11
4	4	4	12
3	4	3	10
3	3	4	10
3	3	3	9
4	3	3	10
4	4	3	11
4	3	3	10
4	4	4	12
3	2	3	8
4	3	3	10
3	4	3	10
3	3	3	9
3	4	4	11
4	3	3	10



NO	LOKASI (X3)						
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	X3
1	4	4	4	4	3	4	23
2	5	3	3	4	4	3	22
3	3	4	4	4	3	5	23
4	4	4	3	4	4	4	23
5	3	3	2	2	3	3	16
6	4	3	3	4	4	4	22
7	4	3	3	3	4	3	20
8	4	4	4	3	4	4	23
9	3	3	4	4	3	3	20
10	4	5	4	5	5	4	27
11	4	4	4	3	4	4	23
12	4	3	4	3	4	4	22
13	4	5	4	5	4	4	26
14	3	4	4	3	4	4	22
15	4	4	3	4	4	4	23
16	4	4	3	4	3	4	22
17	3	3	3	4	4	4	21
18	3	3	3	4	4	4	21
19	4	4	4	4	4	3	23
20	4	4	3	4	4	4	23
21	3	3	4	3	3	3	19
22	4	3	4	4	3	3	21
23	4	3	4	4	3	4	22
24	3	3	3	3	3	3	18
25	4	4	3	3	4	4	22
26	3	3	3	4	3	3	19
27	3	4	3	4	4	5	23
28	4	3	4	4	4	4	23
29	3	3	4	4	3	3	20
30	4	3	3	3	4	4	21
31	3	3	3	4	4	4	21
32	4	4	3	4	4	4	23
33	3	4	3	4	4	4	22
34	3	3	4	4	3	3	20
35	5	5	4	4	5	5	28
36	4	4	4	5	4	4	25
37	4	3	4	4	4	3	22
38	4	4	4	3	3	4	22
39	3	3	4	4	4	3	21
40	3	3	4	4	3	3	20
41	4	3	3	4	3	4	21

KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)										
P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	Y
4	5	4	4	5	4	3	3	4	4	40
4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	37
3	3	4	3	5	3	3	3	4	4	35
4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41
4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	35
3	3	4	4	5	3	3	3	5	3	36
4	3	4	4	4	4	2	4	4	4	37
4	3	4	4	5	4	3	3	5	4	39
4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	36
4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	44
4	3	4	4	5	4	3	3	4	3	37
5	4	4	4	4	5	3	3	3	5	40
4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	40
3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	36
4	3	4	4	3	4	3	3	5	3	36
4	4	4	4	5	4	5	3	3	4	40
4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	36
4	4	4	3	5	4	3	4	4	3	38
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
3	5	4	4	4	3	3	3	4	4	37
4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	35
4	4	4	4	5	4	2	3	4	4	38
4	5	4	4	3	4	3	3	5	4	39
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	34
4	5	4	4	5	4	4	3	4	4	41
4	4	4	4	4	5	3	3	4	4	39
4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	42
3	3	4	4	3	3	3	2	4	3	32
4	3	4	4	4	4	3	2	5	3	36
4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	34
4	4	4	4	5	5	4	4	3	4	41
4	4	4	4	5	4	3	3	3	4	38
4	5	4	4	3	4	3	3	4	4	38
4	3	4	4	5	5	4	4	4	3	40
4	3	3	3	4	4	4	4	4	5	38
3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	35
4	3	4	4	5	4	3	4	4	4	39
4	5	4	4	3	4	3	4	4	3	38
4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	38
4	3	4	4	5	3	4	3	3	3	36

42	5	4	3	3	4	4	23
43	5	4	4	3	3	3	22
44	3	3	4	4	3	5	22
45	5	4	4	4	4	5	26
46	4	4	4	3	3	3	21
47	3	4	3	4	4	4	22
48	3	4	4	4	4	3	22
49	4	4	4	4	3	3	22
50	3	4	4	4	4	4	23
51	4	3	4	4	4	4	23
52	3	3	4	4	3	3	20
53	3	4	3	3	3	3	19
54	3	4	4	4	4	4	23
55	3	3	3	4	3	4	20
56	3	4	4	4	3	4	22
57	4	3	3	4	4	4	22
58	4	4	3	4	4	5	24
59	3	3	3	4	4	5	22
60	3	4	3	4	4	4	22
61	4	4	3	4	4	4	23
62	3	3	3	3	3	3	18
63	4	3	3	3	4	4	21
64	4	4	4	4	4	4	24
65	3	3	3	4	4	3	20
66	4	5	4	4	4	5	26

4	3	5	3	4	4	4	4	4	4	39
4	5	4	4	3	4	3	4	3	4	38
4	5	4	4	4	3	3	3	3	4	37
4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	5	4	4	3	5	4	41
5	4	5	4	5	4	3	4	4	4	42
5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	44
5	4	4	4	4	4	3	3	4	4	39
4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	37
4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	40
4	5	3	4	5	4	4	3	3	4	39
4	3	3	3	5	3	3	3	3	4	34
4	4	4	5	5	5	3	3	4	4	41
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	3	3	4	4	4	5	3	3	4	37
3	4	3	3	5	3	3	4	3	3	34
3	4	4	3	4	2	3	3	2	4	32
4	5	3	3	3	2	4	3	4	3	34
3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	38
3	3	2	2	5	4	3	4	3	2	31
3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	32
3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	35
4	3	3	3	5	3	4	4	3	3	35
4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	34
4	5	5	4	4	4	5	3	4	5	43



Lampiran 4

Hasuil Uji SPSS 18.0

1. Uji Instrumen
  - a. Validitas
    - 1) Validitas Produk

		Correlations						
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	Produk
P1	Pearson Correlation	1	,713**	,155	,236	,128	,343**	,731**
	Sig. (2-tailed)		,000	,213	,057	,304	,005	,000
	N	66	66	66	66	66	66	66
P2	Pearson Correlation	,713**	1	,155	,113	,116	,235	,657**
	Sig. (2-tailed)	,000		,215	,367	,354	,058	,000
	N	66	66	66	66	66	66	66
P3	Pearson Correlation	,155	,155	1	,256*	-,018	,241	,516**
	Sig. (2-tailed)	,213	,215		,038	,886	,051	,000
	N	66	66	66	66	66	66	66
P4	Pearson Correlation	,236	,113	,256*	1	,116	,126	,533**
	Sig. (2-tailed)	,057	,367	,038		,354	,313	,000
	N	66	66	66	66	66	66	66
P5	Pearson Correlation	,128	,116	-,018	,116	1	,271*	,419**
	Sig. (2-tailed)	,304	,354	,886	,354		,028	,000
	N	66	66	66	66	66	66	66
P6	Pearson Correlation	,343**	,235	,241	,126	,271*	1	,651**
	Sig. (2-tailed)	,005	,058	,051	,313	,028		,000
	N	66	66	66	66	66	66	66
Produk	Pearson Correlation	,731**	,657**	,516**	,533**	,419**	,651**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	66	66	66	66	66	66	66

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

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

## 2) Validitas Harga

. Correlations

		P1	P2	P3	Harga
P1	Pearson Correlation	1	,459**	,245*	,744**
	Sig. (2-tailed)		,000	,048	,000
	N	66	66	66	66
P2	Pearson Correlation	,459**	1	,344**	,816**
	Sig. (2-tailed)	,000		,005	,000
	N	66	66	66	66
P3	Pearson Correlation	,245*	,344**	1	,696**
	Sig. (2-tailed)	,048	,005		,000
	N	66	66	66	66
Harga	Pearson Correlation	,744**	,816**	,696**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	66	66	66	66

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

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

## 3) Validitas Lokasi

Correlations

		P1	P2	P3	P4	P5	P6	Lokasi
P1	Pearson Correlation	1	,333**	,109	-,020	,322**	,188	,564**
	Sig. (2-tailed)		,006	,382	,871	,008	,131	,000
	N	66	66	66	66	66	66	66
P2	Pearson Correlation	,333**	1	,233	,225	,378**	,404**	,738**
	Sig. (2-tailed)	,006		,059	,070	,002	,001	,000
	N	66	66	66	66	66	66	66
P3	Pearson Correlation	,109	,233	1	,248*	-,090	-,035	,391**
	Sig. (2-tailed)	,382	,059		,044	,474	,779	,001
	N	66	66	66	66	66	66	66
P4	Pearson Correlation	-,020	,225	,248*	1	,261*	,253*	,536**
	Sig. (2-tailed)	,871	,070	,044		,034	,041	,000
	N	66	66	66	66	66	66	66
P5	Pearson Correlation	,322**	,378**	-,090	,261*	1	,416**	,643**
	Sig. (2-tailed)	,008	,002	,474	,034		,001	,000
	N	66	66	66	66	66	66	66

P6	Pearson Correlation	,188	,404**	-,035	,253*	,416**	1	,653**
	Sig. (2-tailed)	,131	,001	,779	,041	,001		,000
	N	66	66	66	66	66	66	66
Lokasi	Pearson Correlation	,564**	,738**	,391**	,536**	,643**	,653**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,001	,000	,000	,000	
	N	66	66	66	66	66	66	66

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

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

#### 4) Validitas Keputusan Pembelian

		Correlations										Keputusan Pembelian
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	
1	Pearson Correlation	1	,196	,248*	,351**	,111	,570**	,045	,080	,138	,361**	,607**
	Sig. (2-tailed)		,114	,045	,004	,376	,000	,718	,522	,271	,003	,000
	N	66	66	66	66	66	66	66	66	66	66	66
2	Pearson Correlation	,196	1	,221	,273*	-,164	,121	,092	,039	-,102	,279*	,431**
	Sig. (2-tailed)	,114		,075	,026	,189	,332	,461	,757	,417	,023	,000
	N	66	66	66	66	66	66	66	66	66	66	66
3	Pearson Correlation	,248*	,221	1	,551**	,065	,283*	,031	,049	,240	,290*	,579**
	Sig. (2-tailed)	,045	,075		,000	,607	,021	,804	,698	,052	,018	,000
	N	66	66	66	66	66	66	66	66	66	66	66
4	Pearson Correlation	,351**	,273*	,551**	1	,072	,490**	,068	-,087	,226	,310*	,639**
	Sig. (2-tailed)	,004	,026	,000		,566	,000	,588	,489	,068	,011	,000
	N	66	66	66	66	66	66	66	66	66	66	66
5	Pearson Correlation	,111	-,164	,065	,072	1	,206	,138	,210	-,090	,003	,333**
	Sig. (2-tailed)	,376	,189	,607	,566		,097	,269	,090	,473	,979	,006
	N	66	66	66	66	66	66	66	66	66	66	66
6	Pearson Correlation	,570**	,121	,283*	,490**	,206	1	,113	,271*	,230	,312*	,727**
	Sig. (2-tailed)	,000	,332	,021	,000	,097		,367	,028	,064	,011	,000
	N	66	66	66	66	66	66	66	66	66	66	66
7	Pearson Correlation	,045	,092	,031	,068	,138	,113	1	,213	-,076	,217	,398**
	Sig. (2-tailed)	,718	,461	,804	,588	,269	,367		,085	,545	,081	,001
	N	66	66	66	66	66	66	66	66	66	66	66
8	Pearson Correlation	,080	,039	,049	-,087	,210	,271*	,213	1	-,115	,125	,363**
	Sig. (2-tailed)	,522	,757	,698	,489	,090	,028	,085		,356	,318	,003

	N	66	66	66	66	66	66	66	66	66	66	66
3	Pearson Correlation	,138	-,102	,240	,226	-,090	,230	-,076	-,115	1	-,083	,268*
	Sig. (2-tailed)	,271	,417	,052	,068	,473	,064	,545	,356		,508	,030
	N	66	66	66	66	66	66	66	66	66	66	66
10	Pearson Correlation	,361**	,279*	,290*	,310*	,003	,312*	,217	,125	-,083	1	,568**
	Sig. (2-tailed)	,003	,023	,018	,011	,979	,011	,081	,318	,508		,000
	N	66	66	66	66	66	66	66	66	66	66	66
Output	Pearson Correlation	,607**	,431**	,579**	,639**	,333**	,727**	,398**	,363**	,268*	,568**	1
anP	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,006	,000	,001	,003	,030	,000	
nbel	N	66	66	66	66	66	66	66	66	66	66	66

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

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

## b. Reliabilitas

### 1) Reliabilitas Produk

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,623	6

### 2) Reliabilitas Harga

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,619	3

### 3) Reliabilitas Lokasi

#### Reliability Statistics

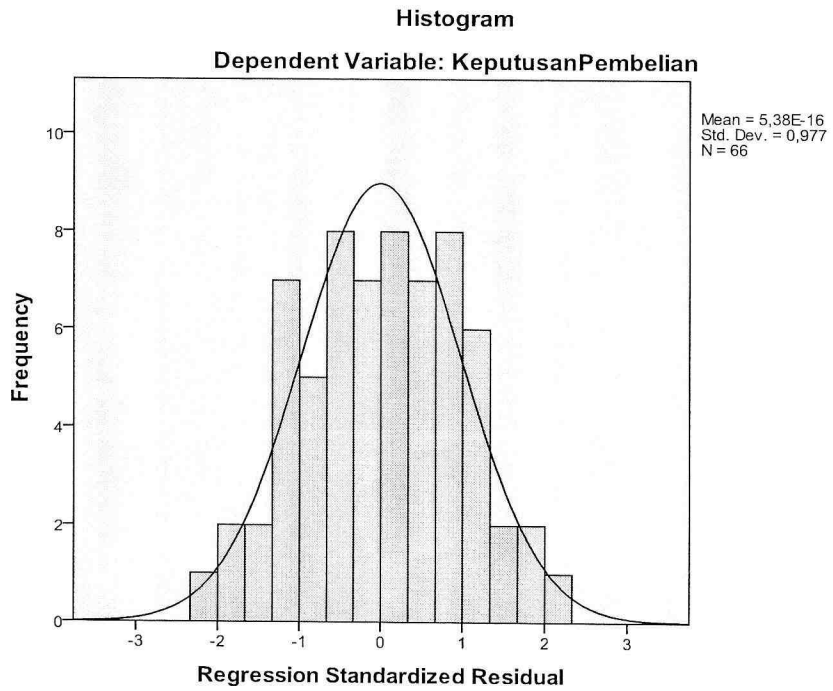
Cronbach's Alpha	N of Items
,626	6

### 4) Reliabilitas Keputusan Pembelian

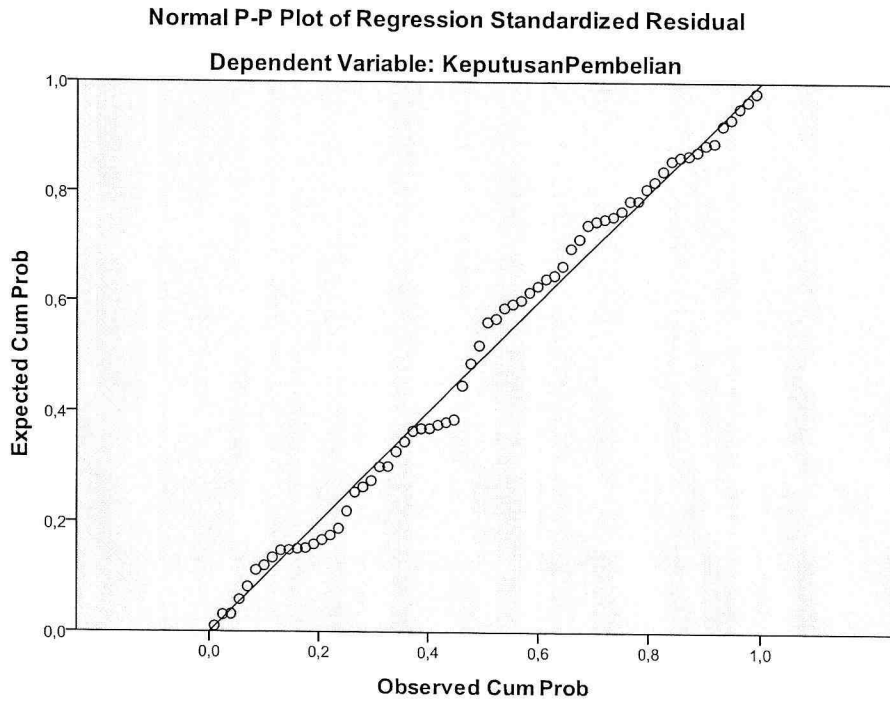
#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,628	10

- 2. Uji Asumsi Klasik
  - a. Normalitas
    - 1) Histogram



- 2) Grafik P-Plot



3) K-S

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		66
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,58054372
Most Extreme Differences	Absolute	,071
	Positive	,071
	Negative	-,064
Kolmogorov-Smirnov Z		,580
Asymp. Sig. (2-tailed)		,890

b. Linearitas

1) Produk

**ANOVA Table**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Pembelian * Produk	Between Groups	(Combined)	126,138	9	14,015	1,778	,093
		Linearity	66,816	1	66,816	8,477	,005
		Deviation from Linearity	59,322	8	7,415	,941	,491
		Within Groups	441,392	56	7,882		
		Total	567,530	65			



2) Harga

**ANOVA Table**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Pembelian * Harga	Between Groups	(Combined)	96,833	6	16,139	2,023	,077
		Linearity	51,175	1	51,175	6,415	,014
		Deviation from Linearity	45,658	5	9,132	1,145	,347
	Within Groups		470,697	59	7,978		
Total			567,530	65			

3) Lokasi

**ANOVA Table**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Pembelian * Lokasi	Between Groups	(Combined)	149,791	11	13,617	1,760	,085
		Linearity	69,940	1	69,940	9,041	,004
		Deviation from Linearity	79,850	10	7,985	1,032	,430
	Within Groups		417,740	54	7,736		
Total			567,530	65			

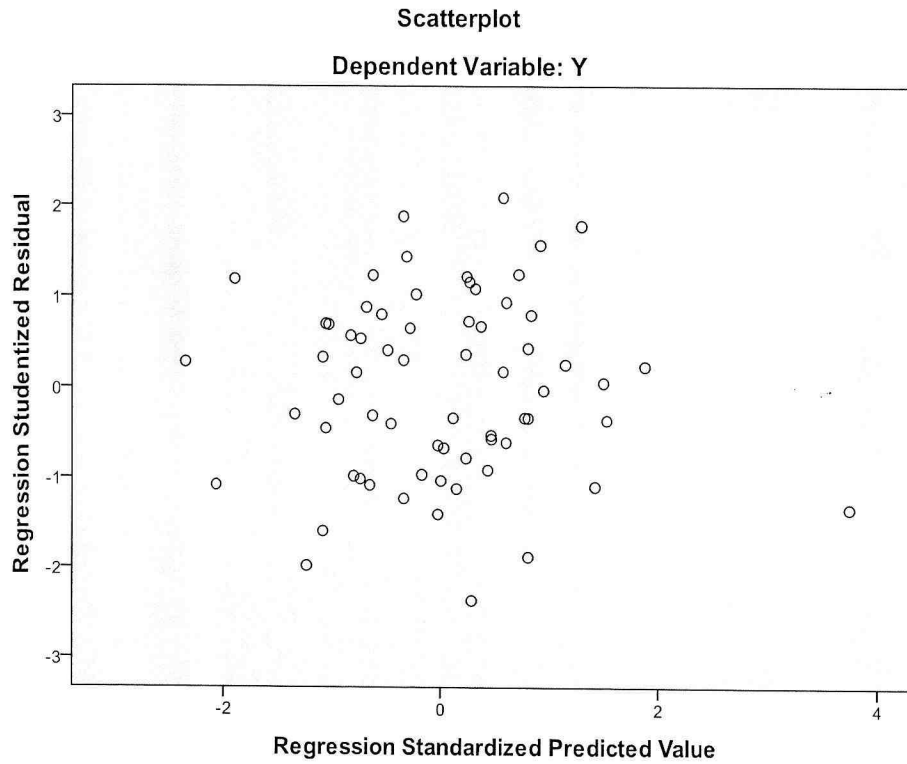
c. Multikolinieritas

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Produk	,910	1,099
	Harga	,954	1,049
	Lokasi	,926	1,080

d. Heteroskedastisitas

1) Scatrerplot



2) Uji Glejser

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,654	2,493		,663	,509
Produk	-,001	,087	-,002	-,012	,990
Harga	-,109	,137	-,103	-,798	,428
Lokasi	,078	,087	,118	,901	,371

3. Uji Regresi Linear Berganda

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	17,060	4,717		3,617	,001
Produk	,333	,165	,235	2,018	,048
Harga	,498	,259	,218	1,921	,059
Lokasi	,372	,165	,260	2,256	,028

4. Uji Hipotesis

a. Uji T

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	17,060	4,717		3,617	,001
Produk	,333	,165	,235	2,018	,048
Harga	,498	,259	,218	1,921	,059
Lokasi	,372	,165	,260	2,256	,028

b. Uji F

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	134,682	3	44,894	6,430	,001 <sup>a</sup>
Residual	432,848	62	6,981		
Total	567,530	65			

c. Koefisien Determinasi

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,487 <sup>a</sup>	,237	,200	2,642

Lampiran 4

Tabel r Product Moment dengan Signifiansi 5%

N	r	N	r	N	r	N	r	N	r	N	r
1	0.997	41	0.301	81	0.216	121	0.177	161	0.154	201	0.138
2	0.95	42	0.297	82	0.215	122	0.176	162	0.153	202	0.137
3	0.878	43	0.294	83	0.213	123	0.176	163	0.153	203	0.137
4	0.811	44	0.291	84	0.212	124	0.175	164	0.152	204	0.137
5	0.754	45	0.288	85	0.211	125	0.174	165	0.152	205	0.136
6	0.707	46	0.285	86	0.21	126	0.174	166	0.151	206	0.136
7	0.666	47	0.282	87	0.208	127	0.173	167	0.151	207	0.136
8	0.632	48	0.279	88	0.207	128	0.172	168	0.151	208	0.135
9	0.602	49	0.276	89	0.206	129	0.172	169	0.15	209	0.135
10	0.576	50	0.273	90	0.205	130	0.171	170	0.15	210	0.135
11	0.553	51	0.271	91	0.204	131	0.17	171	0.149	211	0.134
12	0.532	52	0.268	92	0.203	132	0.17	172	0.149	212	0.134
13	0.514	53	0.266	93	0.202	133	0.169	173	0.148	213	0.134
14	0.497	54	0.263	94	0.201	134	0.168	174	0.148	214	0.134
15	0.482	55	0.261	95	0.2	135	0.168	175	0.148	215	0.133
16	0.468	56	0.259	96	0.199	136	0.167	176	0.147	216	0.133
17	0.456	57	0.256	97	0.198	137	0.167	177	0.147	217	0.133
18	0.444	58	0.254	98	0.197	138	0.166	178	0.146	218	0.132
19	0.433	59	0.252	99	0.196	139	0.165	179	0.146	219	0.132
20	0.423	60	0.25	100	0.195	140	0.165	180	0.146	220	0.132



21	0.413	61	0.248	101	0.194	141	0.164	181	0.145	221	0.131
22	0.404	62	0.246	102	0.193	142	0.164	182	0.145	222	0.131
23	0.396	63	0.244	103	0.192	143	0.163	183	0.144	223	0.131
24	0.388	64	0.242	104	0.191	144	0.163	184	0.144	224	0.131
25	0.381	65	0.24	105	0.19	145	0.162	185	0.144	225	0.13
26	0.374	66	0.239	106	0.189	146	0.161	186	0.143	226	0.13
27	0.367	67	0.237	107	0.188	147	0.161	187	0.143	227	0.13
28	0.361	68	0.235	108	0.187	148	0.16	188	0.142	228	0.129
29	0.355	69	0.234	109	0.187	149	0.16	189	0.142	229	0.129
30	0.349	70	0.232	110	0.186	150	0.159	190	0.142	230	0.129
31	0.344	71	0.23	111	0.185	151	0.159	191	0.141	231	0.129
32	0.339	72	0.229	112	0.184	152	0.158	192	0.141	232	0.128
33	0.334	73	0.227	113	0.183	153	0.158	193	0.141	233	0.128
34	0.329	74	0.226	114	0.182	154	0.157	194	0.14	234	0.128
35	0.325	75	0.224	115	0.182	155	0.157	195	0.14	235	0.127
36	0.32	76	0.223	116	0.181	156	0.156	196	0.139	236	0.127
37	0.316	77	0.221	117	0.18	157	0.156	197	0.139	237	0.127
38	0.312	78	0.22	118	0.179	158	0.155	198	0.139	238	0.127
39	0.308	79	0.219	119	0.179	159	0.155	199	0.138	239	0.126
40	0.304	80	0.217	120	0.178	160	0.154	200	0.138	240	0.126

Sumber: Dikta Kuliah Statistika 2. (STAIN PEKALONGAN 2013). Yusuf Nalim, S.Si., M.Si.

LAMPIRAN 5

Tabel Nilai t

d.f	$t_{0.10}$	$t_{0.05}$	$t_{0.025}$	$t_{0.01}$	$t_{0.005}$	d.f
1	3,078	6,314	12,706	31,821	63, 657	1
2	1,886	2,920	4,303	6,965	9,925	2
3	1,638	2,353	3,182	4,541	5,841	3
4	1,533	2,132	2,776	3,747	4,604	4
5	1,476	2,015	2,571	3,365	4,032	5
6	1,440	1,943	2,447	3,143	3,707	6
7	1,415	1,895	2,365	2,998	3,499	7
8	1,397	<b>1,860</b>	2,306	2,896	3,355	8
9	1,383	1,833	2,262	2,821	3,250	9
10	1,372	1,812	2,228	2,764	3,169	10
11	1,363	1,796	2,201	2,718	3,106	11
12	1,356	1,782	2,179	2,681	3,055	12
13	1,350	<b>1,771</b>	2,160	2,650	3,012	13
14	1,345	1,761	2,145	2,624	2,977	14
15	1,341	1,753	2,131	2,602	2,947	15
16	1,337	1,746	2,120	2,583	2,921	16
17	1,333	1,740	2,110	2,567	2,898	17
18	1,330	1,734	2,101	2,552	2,878	18
19	1,328	1,729	2,093	2,539	2,861	19
20	1,325	1,725	2,086	2,528	2,845	20
21	1,323	1,721	2,080	2,518	2,831	21
22	1,321	1,717	2,074	2,508	2,819	22
23	1,319	1,714	2,069	2,500	2,807	23
24	1,318	1,711	2,064	2,492	2,797	24
25	1,316	1,708	2,060	2,485	2,787	25
26	1,315	1,706	2,056	2,479	2,779	26
27	1,314	1,703	2,052	2,473	2,771	27
28	1,313	1,701	2,048	2,467	2,763	28
29	1,311	1,699	2,045	2,462	2,756	29
30	1,310	1,697	2,042	2,457	2,750	30
31	1,309	1,696	2,040	2,453	2,744	31
32	1,309	1,694	2,037	2,449	2,738	32
33	1,308	1,692	2,035	2,445	2,733	33
34	1,307	1,691	2,032	2,441	2,728	34
35	1,306	1,690	2,030	2,438	2,724	35
36	1,306	1,688	2,028	2,434	2,719	36
37	1,305	1,687	2,026	2,431	2,715	37
38	1,304	1,686	2,024	2,429	2,712	38
39	1,303	1,685	2,023	2,426	2,708	39

<b>d.f</b>	$t_{0.10}$	$t_{0.05}$	$t_{0.025}$	$t_{0.01}$	$t_{0.005}$	<b>d.f</b>
40	1,303	1,684	2,021	2,423	2,704	40
41	1,303	1,683	2,020	2,421	2,701	41
42	1,302	1,682	2,018	2,418	2,698	42
43	1,302	1,681	2,017	2,416	2,695	43
44	1,301	1,680	2,015	2,414	2,692	44
45	1,301	1,679	2,014	2,412	2,690	45
46	1,300	1,679	2,013	2,410	2,687	46
47	1,300	1,678	2,012	2,408	2,685	47
48	1,299	1,677	2,011	2,407	2,682	48
49	1,299	1,677	2,010	2,405	2,680	49
50	1,299	1,676	2,009	2,403	2,678	50
51	1,298	1,675	2,008	2,402	2,676	51
52	1,298	1,675	2,007	2,400	2,674	52
53	1,298	1,674	2,006	2,399	2,672	53
54	1,297	1,674	2,005	2,397	2,670	54
55	1,297	1,673	2,004	2,396	2,668	55
56	1,297	1,673	2,003	2,395	2,667	56
57	1,297	1,672	2,002	2,394	2,665	57
58	1,296	1,672	2,002	2,392	2,663	58
59	1,296	1,671	2,001	2,391	2,662	59
60	1,296	1,671	2,000	2,390	2,660	60
61	1,296	1,670	2,000	2,389	2,659	61
62	1,295	1,670	1,999	2,388	2,657	62
63	1,295	1,669	1,998	2,387	2,656	63
64	1,295	1,669	1,998	2,386	2,655	64
65	1,295	1,669	1,997	2,385	2,654	65
66	1,295	1,668	1,997	2,384	2,652	66
67	1,294	1,668	1,996	2,383	2,651	67
68	1,294	1,668	1,995	2,382	2,650	68
69	1,294	1,667	1,995	2,382	2,649	69
70	1,294	1,667	1,994	2,381	2,648	70
71	1,294	1,667	1,994	2,380	2,647	71
72	1,293	1,666	1,993	2,379	2,646	72
73	1,293	1,666	1,993	2,379	2,645	73
74	1,293	1,666	1,993	2,378	2,644	74
75	1,293	1,665	1,992	2,377	2,643	75
76	1,293	1,665	1,992	2,376	2,642	76
77	1,293	1,665	1,991	2,376	2,641	77
78	1,292	1,665	1,991	2,375	2,640	78



<b>d.f</b>	$t_{0.10}$	$t_{0.05}$	$t_{0.025}$	$t_{0.01}$	$t_{0.005}$	<b>d.f</b>
<b>79</b>	1,292	1,664	1,990	2,374	2,640	<b>79</b>
<b>80</b>	1,292	1,664	1,990	2,374	2,639	<b>80</b>
<b>81</b>	1,292	1,664	1,990	2,373	2,638	<b>81</b>
<b>82</b>	1,292	1,664	1,989	2,373	2,637	<b>82</b>
<b>83</b>	1,292	1,663	1,989	2,372	2,636	<b>83</b>
<b>84</b>	1,292	1,663	1,989	2,372	2,636	<b>84</b>
<b>85</b>	1,292	1,663	1,988	2,371	2,635	<b>85</b>
<b>86</b>	1,291	1,663	1,988	2,370	2,634	<b>86</b>
<b>87</b>	1,291	1,663	1,988	2,370	2,634	<b>87</b>
<b>88</b>	1,291	1,662	1,987	2,369	2,633	<b>88</b>
<b>89</b>	1,291	1,662	1,987	2,369	2,632	<b>89</b>
<b>90</b>	1,291	1,662	1,987	2,368	2,632	<b>90</b>
<b>91</b>	1,291	1,662	1,986	2,368	2,631	<b>91</b>
<b>92</b>	1,291	1,662	1,986	2,368	2,630	<b>92</b>
<b>93</b>	1,291	1,661	1,986	2,367	2,630	<b>93</b>
<b>94</b>	1,291	1,661	1,986	2,367	2,629	<b>94</b>
<b>95</b>	1,291	1,661	1,985	2,366	2,629	<b>95</b>
<b>96</b>	1,290	1,661	1,985	2,366	2,628	<b>96</b>
<b>97</b>	1,290	1,661	1,985	2,365	2,627	<b>97</b>
<b>98</b>	1,290	1,661	1,984	2,365	2,627	<b>98</b>
<b>99</b>	1,290	1,660	1,984	2,365	2,626	<b>99</b>
<b>Inf.</b>	1,290	1,660	1,984	2,364	2,626	<b>Inf.</b>

Sumber: *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS* (Dr. Imam Ghozali)

LAMPIRAN 5

Tabel Nilai t

d.f	$t_{0.10}$	$t_{0.05}$	$t_{0.025}$	$t_{0.01}$	$t_{0.005}$	d.f
1	3,078	6,314	12,706	31,821	63, 657	1
2	1,886	2,920	4,303	6,965	9,925	2
3	1,638	2,353	3,182	4,541	5,841	3
4	1,533	2,132	2,776	3,747	4,604	4
5	1,476	2,015	2,571	3,365	4,032	5
6	1,440	1,943	2,447	3,143	3,707	6
7	1,415	1,895	2,365	2,998	3,499	7
8	1,397	<b>1,860</b>	2,306	2,896	3,355	8
9	1,383	1,833	2,262	2,821	3,250	9
10	1,372	1,812	2,228	2,764	3,169	10
11	1,363	1,796	2,201	2,718	3,106	11
12	1,356	1,782	2,179	2,681	3,055	12
13	1,350	<b>1,771</b>	2,160	2,650	3,012	13
14	1,345	1,761	2,145	2,624	2,977	14
15	1,341	1,753	2,131	2,602	2,947	15
16	1,337	1,746	2,120	2,583	2,921	16
17	1,333	1,740	2,110	2,567	2,898	17
18	1,330	1,734	2,101	2,552	2,878	18
19	1,328	1,729	2,093	2,539	2,861	19
20	1,325	1,725	2,086	2,528	2,845	20
21	1,323	1,721	2,080	2,518	2,831	21
22	1,321	1,717	2,074	2,508	2,819	22
23	1,319	1,714	2,069	2,500	2,807	23
24	1,318	1,711	2,064	2,492	2,797	24
25	1,316	1,708	2,060	2,485	2,787	25
26	1,315	1,706	2,056	2,479	2,779	26
27	1,314	1,703	2,052	2,473	2,771	27
28	1,313	1,701	2,048	2,467	2,763	28
29	1,311	1,699	2,045	2,462	2,756	29
30	1,310	1,697	2,042	2,457	2,750	30
31	1,309	1,696	2,040	2,453	2,744	31
32	1,309	1,694	2,037	2,449	2,738	32
33	1,308	1,692	2,035	2,445	2,733	33
34	1,307	1,691	2,032	2,441	2,728	34
35	1,306	1,690	2,030	2,438	2,724	35
36	1,306	1,688	2,028	2,434	2,719	36
37	1,305	1,687	2,026	2,431	2,715	37
38	1,304	1,686	2,024	2,429	2,712	38
39	1,303	1,685	2,023	2,426	2,708	39



LAMPIRAN 6

Tabel Nilai f

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	161	199	216	225	230	234	237	239	241	242	243	244	245	245	246
2	18.51	19.00	19.16	19.25	19.30	19.33	19.35	19.37	19.38	19.40	19.40	19.41	19.42	19.42	19.43
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81	8.79	8.76	8.74	8.73	8.71	8.70
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00	5.96	5.94	5.91	5.89	5.87	5.86
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77	4.74	4.70	4.68	4.66	4.64	4.62
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10	4.06	4.03	4.00	3.98	3.96	3.94
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.64	3.60	3.57	3.55	3.53	3.51
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39	3.35	3.31	3.28	3.26	3.24	3.22
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.14	3.10	3.07	3.05	3.03	3.01
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98	2.94	2.91	2.89	2.86	2.85
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90	2.85	2.82	2.79	2.76	2.74	2.72
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.80	2.75	2.72	2.69	2.66	2.64	2.62
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71	2.67	2.63	2.60	2.58	2.55	2.53
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65	2.60	2.57	2.53	2.51	2.48	2.46
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59	2.54	2.51	2.48	2.45	2.42	2.40
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49	2.46	2.42	2.40	2.37	2.35
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49	2.45	2.41	2.38	2.35	2.33	2.31
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46	2.41	2.37	2.34	2.31	2.29	2.27
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42	2.38	2.34	2.31	2.28	2.26	2.23
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39	2.35	2.31	2.28	2.25	2.22	2.20
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49	2.42	2.37	2.32	2.28	2.25	2.22	2.20	2.18
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34	2.30	2.26	2.23	2.20	2.17	2.15
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44	2.37	2.32	2.27	2.24	2.20	2.18	2.15	2.13
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.30	2.25	2.22	2.18	2.15	2.13	2.11
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40	2.34	2.28	2.24	2.20	2.16	2.14	2.11	2.09
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32	2.27	2.22	2.18	2.15	2.12	2.09	2.07
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37	2.31	2.25	2.20	2.17	2.13	2.10	2.08	2.06
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29	2.24	2.19	2.15	2.12	2.09	2.06	2.04
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55	2.43	2.35	2.28	2.22	2.18	2.14	2.10	2.08	2.05	2.03
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21	2.16	2.13	2.09	2.06	2.04	2.01
31	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52	2.41	2.32	2.25	2.20	2.15	2.11	2.08	2.05	2.03	2.00
32	4.15	3.29	2.90	2.67	2.51	2.40	2.31	2.24	2.19	2.14	2.10	2.07	2.04	2.01	1.99
33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50	2.39	2.30	2.23	2.18	2.13	2.09	2.06	2.03	2.00	1.98
34	4.13	3.28	2.88	2.65	2.49	2.38	2.29	2.23	2.17	2.12	2.08	2.05	2.02	1.99	1.97
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.49	2.37	2.29	2.22	2.16	2.11	2.07	2.04	2.01	1.99	1.96
36	4.11	3.26	2.87	2.63	2.48	2.36	2.28	2.21	2.15	2.11	2.07	2.03	2.00	1.98	1.95
37	4.11	3.25	2.86	2.63	2.47	2.36	2.27	2.20	2.14	2.10	2.06	2.02	2.00	1.97	1.95
38	4.10	3.24	2.85	2.62	2.46	2.35	2.26	2.19	2.14	2.09	2.05	2.02	1.99	1.96	1.94
39	4.09	3.24	2.85	2.61	2.45	2.34	2.26	2.19	2.13	2.08	2.04	2.01	1.98	1.95	1.93
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18	2.12	2.08	2.04	2.00	1.97	1.95	1.92
41	4.08	3.23	2.83	2.60	2.44	2.33	2.24	2.17	2.12	2.07	2.03	2.00	1.97	1.94	1.92
42	4.07	3.22	2.83	2.59	2.44	2.32	2.24	2.17	2.11	2.06	2.03	1.99	1.96	1.94	1.91
43	4.07	3.21	2.82	2.59	2.43	2.32	2.23	2.16	2.11	2.06	2.02	1.99	1.96	1.93	1.91
44	4.06	3.21	2.82	2.58	2.43	2.31	2.23	2.16	2.10	2.05	2.01	1.98	1.95	1.92	1.90
45	4.06	3.20	2.81	2.58	2.42	2.31	2.22	2.15	2.10	2.05	2.01	1.97	1.94	1.92	1.89



KEMENTERIAN AGAMA  
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN  
JURUSAN SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM

Jl. Kusumabangsa No. 09 Telp (0285) 412575 – Faks. (0285) 423418,  
Website : syariah.stain-pekalongan.ac.id, Email : syariah@stain-pekalongan.ac.id

nor : Sti.20/C-0.3/PP.00.9/1200/2016  
ip : -  
: Permohonan Izin Penelitian

15 Agustus 2016

Kepada Yth,

.....  
di-

Tempat

**Assalamu'alaikum Wr.Wb.**

Diberitahukan dengan hormat bahwa mahasiswa:

Nama : Hidayatul Maula

NIM : 2013112120

adalah mahasiswa Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Pekalongan yang akan mengadakan penelitian untuk keperluan pengajuan judul skripsi dengan judul:

" Pengaruh produk, harga, lokasi terhadap keputusan pembelian perumahan berkonsep hunian islami (Studi kasus pada hunian islami Arrayan Pekalongan) "

Sehubungan dengan hal tersebut, dimohon bantuan Bapak/Ibu mengizinkan mahasiswa yang bersangkutan mengadakan riset guna penelitian skripsi tersebut.

Demikian atas kebijaksanaan dan bantuan Bapak/Ibu, kami sampaikan terimakasih.

**Wassalamu'alaikum Wr.Wb.**

An. Ketua

Ketua Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam

Uj. KIP Prodi. S.1 Ekonomi Syariah



**Dr. Hj. Susminingsih, M. Ag**

NIP. 197502111998032001

## SURAT KETERANGAN

*Asslamu'alaikum Wr. Wb.*

Berdasarkan surat yang diberikan kepada kami tentang permohonan perizinan penelitian, maka dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan, berikut ini:

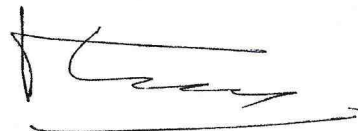
Nama : Hidayatul Maula  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
NIM : 2013112120

Yang bersangkutan telah diizinkan untuk melakukan penelitian dan benar benar telah melakukan penelitian di Hunian Islami Arrayyan pekalongan guna penyusunan skripsi dengan judul “ PENGARUH PRODUK, HARGA, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus pada Hunian Islami Arrayyan Pekalongan)”

Demikian surat keterangan ini disampaikan, agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

*Wassalamu'alaikum Wr Wb.*

Pekalongan, 4 November 2017



DADANG PRAROWO, M.Si



## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. IDENTITAS PRIBADI

Nama Lengkap : Hidayatul Maula  
Tempat, Tanggal Lahir : Pekalongan, 22 Mei 1994  
Alamat : Jl. Pendidikan No.21 RT. 09 RW. 05 Kauman  
Kecamatan Wiradesa, Kabupaten Pekalongan.  
No HP : +6285600052797  
Riwayat Pendidikan :  
MIS Kauman Wiradesa Lulus tahun 2006  
SMP Negeri 1 Wiradesa Lulus tahun 2009  
SMA Negeri 1 Wiradesa Lulus tahun 2012  
IAIN Pekalongan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah angkatan  
2012.

### B. DATA ORANG TUA

#### 1. Ayah kandung

Nama Lengkap : Muh. Hilal  
Pekerjaan : Wiraswasta  
Agama : Islam  
Alamat : Jl. Pendidikan No.21 RT. 09 RW. 05 Kauman  
Kecamatan Wiradesa, Kabupaten Pekalongan.

#### 2. Ibu kandung

Nama Lengkap : Nafiysh  
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga  
Agama : Islam  
Alamat : Jl. Pendidikan No.21 RT. 09 RW. 05 Kauman  
Kecamatan Wiradesa, Kabupaten Pekalongan.

