

ABSTRAKSI

Sebuah rumah merupakan kebutuhan pokok bagi seseorang yang telah berumah tangga karena fungsi rumah sendiri selain tempat untuk berlindung dari panas dan hujan, juga merupakan tempat bertemunya setiap anggota dalam sebuah keluarga. Disamping itu rumah merupakan salah satu bentuk investasi yang dimiliki oleh seseorang, dan pada umumnya status sosial seseorang dipengaruhi oleh bentuk, ukuran, model bahkan banyaknya rumah yang dimiliki.. Tujuan dalam penelitian ini adalah : untuk menganalisis pengaruh harga, lokasi, kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Untuk menganalisis pengaruh harga, lokasi, kualitas produk dan keputusan pembelian terhadap kepuasan konsumen.

Populasi dalam penelitian ini adalah pembeli perumahan Jatisari Semarang, adapun sampel yang di peroleh dengan teknik pengambilan sampel stratified random sampling adalah sebanyak 95 responden. Jenis data yang dipergunakan adalah data primer, dengan menggunakan metode pengumpulan data kuesioner. Alat analisis yang dipergunakan adalah path analysis.

Hasil pengujian di peroleh hasil : harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dan kepuasan konsumen. Lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dan kepuasan konsumen. Kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dan kepuasan konsumen. Keputusan pembelian berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Keputusan pembelian merupakan variabel intervening di antara pengaruh harga, lokasi dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.

Kata kunci : Harga, Lokasi, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian dan Kepuasan

ABSTRACT

A home is a basic requirement for someone who has been married for function own home than a place to shelter from the heat and rain, is also a meeting place for every member of a family. Besides, the house is one form of investment that is owned by someone, and in general, a person's social status is influenced by the shape, size, models and even the number of houses owned .. The purpose of this research is to analyze the effect of price, location, quality of product to decision purchase. To analyze the effect of price, location, quality of product and purchasing decisions on consumer satisfaction.

The population in this study is the buyer housing Jatisari Semarang, as for samples obtained by the sampling technique is stratified random sampling as much as 95 respondents. The type of data used is primary data, using the method of data collection questionnaire. The analysis tool used is path analysis.

The test results obtained results: the price positive influence on purchasing decisions and consumer satisfaction. The location is a positive influence on purchasing decisions and consumer satisfaction. The product quality has positive influence on purchasing decisions and consumer satisfaction. Buying decision positively affects customer satisfaction. Purchasing decisions an intervening variable between the effect of price, location and product quality to customer satisfaction.

Keywords: Price, Location, Quality Products, purchase decision and satisfaction