

ABSTRAK

Judul : Pengaruh Lokasi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Konsumen pada Perumahan Kota Batara Kab.Tangerang Provinsi Banten. (Dibimbing oleh Dihin Septyanto)

Nama : Merry Nurbastian

Program Studi : S1 Manajemen

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Lokasi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli konsumen pada Perumahan Kota Batara Kab.Tangerang Provinsi Banten. Penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji analisis jalur (*path analysis*). *Purposive sampling* dalam Teknik pengambilan sampel dengan perolehan 170 responden sebagai sampel penelitian yang berasal dari penyebaran 34 pernyataan kuesioner. Responden penelitian ini adalah konsumen yang akan mencari atau membeli rumah di daerah Tangerang.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Lokasi dan Harga berpengaruh terhadap Minat Beli. Tetapi untuk variabel Minat Beli sebagai variabel mediasi atau intervening tidak dapat meningkatkan pengaruh variabel Minat Beli terhadap Variabel Lokasi dan Harga, karena pengaruh langsung lebih berpengaruh daripada pengaruh tidak langsung.

Kata Kunci: Lokasi, Harga, Keputusan Pembelian dan Minat Beli.

ABSTRACT

Title : *The Effect of Location and Price on Purchasing Decisions Through Consumer Purchase Interest in Kota Batara Housing, Tangerang districts, Banten Province. (Guided by Dihin Septyanto)*

Name : Merry Nurbastian

Studi Program : *Business Management, Bachelor Degree Program*

The purpose of this study was to determine the effect of Location and Price on Purchasing Decisions through Consumer Purchase Interest in Batara City Housing, Tangerang Regency, Banten Province. This research uses validity test, reliability test, path analysis test. Purposive sampling in the sampling technique with the acquisition of 170 respondents as a research sample derived from the distribution of 34 questionnaire statements. Respondents of this study are consumers who will look for or buy a home in Tangerang.

The results of this study indicate that Location and Price affect Purchase Interest. But for the Buy Interest variable as a mediating or intervening variable cannot increase the influence of the Buy Interest variable on the Location and Price Variables, because the direct effect is more influential than the indirect effect.

Keywords: Location, Price, Purchase Decision and Purchase Interest.