

ANALISIS FAKTOR FASILITAS, LOKASI DAN SELERA KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI INHOUSE PT.ZAM-ZAM DEAL PROPERTY LAMONGAN

(ANALYSIS FACILITIES, LOCATION AND CONSUMER TASTES BUYING INHOUSE PT. ZAM-ZAM DEAL PROPERTY LAMONGAN)

Elvina Damayanti Abidin

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Lamongan, elvinadamayantindapur@gmail.com

Website:

Abstrak

Pemasaran adalah suatu system keseluruhan dari kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menemukan, mempromosikan dan mendistribusikan barang atau jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial. Tujuan dari riset ini yaitu untuk mengetahui pengaruh fasilitas, lokasi dan selera konsumen terhadap minat beli Inhouse pada PT. Zam-Zam Deal Property Lamongan.

Kata Kunci:

faktor fasilitas, lokasi, selera konsumen dan minat beli inhouse

Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan menggunakan metode pengambilan sampel dengan *sampling jenuh*. Populasi dalam riset ini adalah pengalaman menarik konsumen yang membeli rumah di PT. Zam-zam deal properti dua tahun terakhir yaitu 2019-2020, sehingga sampel yang diperoleh dari populasi tersebut merupakan sebanyak 70 responden yang dihitung dengan menggunakan metode sampel jenuh.

Berdasarkan hasil uji F (simultan) diperoleh F_{hitung} sebesar 235,125 dan nilai signifikansinya 0,000, sedangkan F_{tabel} sebesar 3,136 dengan $\alpha = 0,05$. Bersumber dari hasil tersebut maka dapat ditarik kesimpulan tentang fasilitas, lokasi dan selera konsumen terhadap minat beli Inhouse pada PT. Zam-Zam Deal Property Lamongan secara bersamaan (simultan), karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($235,125 > 3,136$) serta nilai signifikansi penelitian lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$).

Dari hasil uji t (parsial) fasilitas, lokasi dan selera konsumen terhadap minat beli Inhouse pada PT. Zam-Zam Deal Property Lamongan,

bisa disimpulkan kalau ketiga variabel tersebut berpengaruh positif serta signifikan.

Keywords :

facility factors, location, consumer tastes and in-house buying Interest

Alamat Kantor:

Abstract

Marketing is an overall system of business activities aimed at planning, finding, promoting and distributing goods or services that satisfy needs to both existing and potential buyers. The purpose of this research is to determine the effect of facilities, location and consumer tastes on buying interest in Inhouse at PT. Zam-Zam Deal Property Lamongan.

This type of research uses quantitative methods and uses a sampling method with saturated sampling. The population in this research is the experience of attracting consumers who buy houses at PT. Zam-zam property deals for the last two years, namely 2019-2020, so the sample obtained from the population is 70 respondents which is calculated using the saturated sample method.

Based on the results of the F (simultaneous) test, Fcount is 235.125 and the significance value is 0.000, while Ftable is 3.136 with $\alpha = 0.05$. Based on these results, conclusions can be drawn about the facilities, location and consumer tastes on interest in buying Inhouse at PT. Zam-Zam Deal Property Lamongan simultaneously (simultaneously), because $F_{count} > F_{table}$ ($235.125 > 3.136$) and the research significance value is less than 0.05 ($0.000 < 0.05$).

From the results of the t-test (partial) facilities, location and consumer tastes on interest in buying Inhouse at PT. Zam-Zam Deal Property Lamongan, it can be concluded that the three variables have a positive and significant effect.

DAFTAR PUSTAKA

Ani Rakhmanita , Irwin Ananta Vidada. 2017. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Properti di Kota Tangerang. Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu*. Volume 1. p-ISSN : 2598 – 4969 e-ISSN : 2598 – 5191.

Buchari Alma, 2018 *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Bandung. Alfabeta.

Mahfud sidik. 2018. *Karakteristik perumahan*, Edisi 15 jilid 3. Bandung.

Elvina Damayanti Abidin

Alfabeta.

Monica Elina.2018. *analisis faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen dalam membeli rumah di kota Batam*. Jurnal Pemasaran.

Kotler, Keller. 2016.*Marketing Management.15e*. Boston, Pearson Education.

Kotler, Amstrong, Gary. 2018. *Principles Of Marketing, 12 Th Edition*. Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran. Jakarta : Erlangga.

Kotler, Philip And Gary Amstrong. 2016. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta : Erlangga.

Kotler, Philip Dan Keller, Kevin Lane. 2016. *Marketing Management, Edisi 15*. Pearson Education Inc.

Prof. Dr H. Buchari Alma. 2018. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa Alfabeta, Bandung*.

Prof. Dr. Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta, Bandung.

Putri Nora. 2018. *Analisis faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen dalam membeli rumah di kota Batam*. Jurnal ilmiah manajemen dan bisnis.

