



The Effect Of Price And Location On Consumer Buying Interest In Griya Agung Permai Lestari Housing Residence Lahat Regency

Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perumahan Griya Agung Permai Lestari Kabupaten Lahat

M. Nur Syukron¹⁾; Nidyawati²⁾; Heri Fitriadi³⁾

^{1,2,3)}Study Program of Management, Faculty of Economic, Universitas Serelo Lahat

Email : ¹ mnursyukron13@gmail.com; ² nidyawatiqumay99@gmail.com; ³ herifitriadi55@gmail.com

ARTICLE HISTORY

Received [22 Oktober 2025]

Revised [12 Januari 2026]

Accepted [17 Januari 2026]

KEYWORDS

Price, Location, and Purchasing Interest.

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perumahan Griya Agung Permai Lestari Kabupaten Lahat. Hasil penelitian yang didapatkan bahwa (1) Harga berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Minat Beli, hal ini dapat dilihat dari nilai t hitung > t tabel ($8,020 > 1,992$). (2) Lokasi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Minat Beli, hal ini dapat dilihat dari nilai t hitung > t tabel ($3,328 > 1,992$). (3) Harga Dan Lokasi berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perumahan Griya Agung Permai Lestari Kabupaten Lahat, hal ini dapat dilihat dari nilai f hitung > f tabel ($70,833 > 3,968$) dan nilai signifikasinya lebih kecil daripada taraf signifikansi (α) 0,05 ($0,000 < 0,05$).

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of price and location on consumer purchasing interest in the Griya Agung Permai Lestari housing complex in Lahat Regency. The results showed that (1) price has a significant partial effect on purchasing interest, as evidenced by the calculated t-value > t-table ($8.020 > 1.992$). (2) location has a significant partial effect on purchasing interest, as evidenced by the calculated t-value > t-table ($3.328 > 1.992$). (3) price and location have a significant simultaneous effect on consumer purchasing interest in the Griya Agung Permai Lestari housing complex in Lahat Regency, as evidenced by the calculated f-value > f-table ($70.833 > 3.968$), with a significance value lower than the significance level (α) of 0.05 ($0.000 < 0.05$).

PENDAHULUAN

Seiring perkembangan zaman, rumah tidak hanya diartikan sebagai tempat tinggal semata, akan tetapi kepemilikan rumah atau tanah dianggap sebagai barang investasi dalam jangka panjang khususnya bagi kalangan masyarakat menengah keatas yang sering dijadikan sebagai tolak ukur kesejahteraan manusia. Kebutuhan rumah di Indonesia setiap tahunnya terus bertambah. Berdasarkan data dari Real Estate Indonesia (REI), total kebutuhan rumah pertahun di Indonesia mencapai 2,6 juta yang didorong oleh pertumbuhan penduduk. Berdasarkan jumlah penduduk tahun 2024 kurang lebih 271 juta jiwa dengan angka pertumbuhan penduduk 1,3% pertahun dapat dipastikan kebutuhan terhadap perumahan akan meningkat. Pembelian rumah biasa dilakukan dengan cara tunai ataupun cicilan. Perkembangan sektor properti di Indonesia terus menunjukkan pertumbuhan yang signifikan, seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat akan hunian yang layak dan strategis. Salah satu faktor utama yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli rumah adalah harga dan lokasi.

Kabupaten Lahat, yang terletak di Provinsi Sumatera Selatan, merupakan salah satu daerah yang sedang berkembang, baik dari segi ekonomi, infrastruktur, maupun pertumbuhan penduduk. Sebagai pusat kegiatan pemerintahan, pendidikan, dan perdagangan di wilayah sekitarnya, Kabupaten Lahat mengalami peningkatan kebutuhan akan tempat tinggal yang layak dan terjangkau. Dalam beberapa tahun terakhir, pembangunan sektor perumahan di Kabupaten Lahat mengalami peningkatan yang cukup pesat. Hal ini ditandai dengan munculnya berbagai proyek perumahan baru, baik yang berskala kecil, menengah, hingga besar, yang tersebar di berbagai kecamatan. Dalam konteks perumahan, minat beli konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti harga rumah, lokasi, kualitas bangunan, lingkungan sekitar, kemudahan pembiayaan, hingga citra dari pengembang itu sendiri. Jika perumahan mampu memenuhi harapan konsumen pada aspek-aspek tersebut, maka kemungkinan besar minat beli konsumen akan meningkat. Dalam penelitian ini penulis memfokuskan faktor harga dan lokasi. Faktor **harga** sering kali menjadi pertimbangan utama bagi calon konsumen dalam membeli rumah. Jika harga terlalu tinggi dibandingkan dengan nilai dan fasilitas yang ditawarkan, maka kemungkinan besar konsumen akan mengurungkan niatnya untuk membeli. Sebaliknya, harga yang terlalu rendah juga dapat menimbulkan persepsi negatif mengenai kualitas bangunan atau lingkungan sekitarnya. Jika harga produk yang ditawarkan terjangkau oleh lapisan masyarakat maka dapat dikatakan masyarakat akan

menggunakan produk tersebut dan tentunya disesuaikan dengan harga yang ada sesuai dengan kemampuan dan kebutuhan. Berikut tabel harga Perumahan Griya Agung Permai Lestari Kabupaten Lahat.

Tabel 1 Harga Perumahan Griya Agung Permai Lestari Kabupaten Lahat Tahun 2021 s/d 2024

No	Tahun	Tipe	Harga (Rp)	Unit Terjual
1	2021	36	150.000.000	85
2	2022	36	155.000.000	81
3	2023	36	165.000.000	70
4	2024	36	170.000.000	78

Sumber : Perumahan Griya Agung Permai Lestari Kabupaten Lahat, Tahun 2025

Berdasarkan data diatas dapat diketahui bahwa jumlah pembelian Perumahan Griya Agung Permai Lestari Kabupaten Lahat dalam rentan waktu 4 tahun terakhir sangat fluktuatif, tetapi pada tahun 2023 s/d tahun 2024 Perumahan Griya Agung Permai Lestari mengalami kenaikan jumlah unit perumahan yang terjual. Sementara itu, lokasi juga memainkan peran penting dalam menarik minat konsumen. Lokasi yang dekat dengan pusat kota, akses jalan yang baik, dekat dengan fasilitas umum seperti sekolah, rumah sakit, dan pusat perbelanjaan biasanya lebih diminati. Sebaliknya, lokasi yang jauh, sulit dijangkau, atau kurang strategis bisa menghambat keputusan pembelian meskipun harga rumah tergolong murah. Lokasi merupakan salah satu aspek paling krusial dalam dunia pemasaran properti, khususnya dalam pembelian rumah. Lokasi tidak hanya berkaitan dengan letak geografis suatu perumahan, tetapi juga menyangkut kenyamanan, kemudahan akses, lingkungan sekitar, serta potensi perkembangan nilai properti di masa mendatang. Perumahan Griya Agung Permai Lestari merupakan salah satu proyek perumahan yang hadir untuk menjawab kebutuhan masyarakat akan tempat tinggal. Namun, dalam beberapa waktu terakhir, terdapat fenomena bahwa tidak semua unit rumah yang tersedia terjual sesuai target yang diharapkan oleh pengembang. Hal ini menimbulkan pertanyaan mengenai sejauh mana faktor harga dan lokasi memengaruhi minat beli konsumen terhadap perumahan tersebut.

LANDASAN TEORI

Harga

Penggunaan istilah "harga" umumnya dipakai dalam kegiatan jual-beli suatu produk, baik itu barang maupun jasa. Harga jual ditentukan oleh penjual dan mengambil keuntungan dari harga tersebut, sedangkan konsumen mendapatkan kebutuhannya dengan membayar produk tersebut dengan harga yang ditentukan.

Menurut Ramli (2023:221) pengertian harga adalah nilai relatif yang dimiliki oleh suatu produk. Nilai tersebut bukanlah indikator pasti yang menunjukkan besarnya sumber daya yang dibutuhkan untuk menghasilkan produk. Menurut Kotler dan Keller (2020:115) mengatakan bahwa harga merupakan sejumlah uang yang dibayarkan atas barang atau jasa, atau jumlah nilai yang konsumen tukarkan dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa. Sedangkan menurut Mardia (2021:49) harga merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan untuk sebuah produk atau jasa, atau sejumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk memperoleh manfaat atau penggunaan atas sebuah produk atau jasa. Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa harga merupakan sebuah karakter berupa sejumlah uang yang dapat ditukarkan dengan suatu barang atau jasa dengan cara membelinya sehingga berguna untuk memenuhi kebutuhan dan juga keinginan konsumen. Menurut Tonce dan Yoseph (2022:54) indikator-indikator harga, yaitu sebagai berikut :

1. Keterjangkauan Harga
2. Kesesuaian Harga dengan Mutu Produk
3. Daya Saing Harga
4. Kesesuaian Harga dengan Manfaatnya

Lokasi

Lokasi merupakan sebuah tempat yang dimana dilakukannya suatu usaha atau kegiatan usaha. Biasanya orang berkunjung ke suatu tempat yang terletak pada lokasi tertentu. Artinya, tempat khusus atau pada lokasi tertentu adalah dimana tanah tersebut digunakan untuk kegiatan jual beli. Lokasi mengacu pada tempat dimana kegiatan usaha dilakukan. Faktor utama dalam menjalankan kegiatan usaha yaitu tata letak letak lokasinya.



Minat Beli

Minat Beli merupakan salah satu aspek psikologis yang mempunyai pengaruh cukup besar terhadap perilaku dan minat juga merupakan sumber motivasi yang akan mengarahkan seseorang dalam melakukan apa yang mereka lakukan.

Menurut Kotler dan Keller (2020:181) minat beli konsumen adalah sebuah perilaku konsumen dimana konsumen mempunyai keinginan dalam membeli atau memilih suatu produk, berdasarkan pengalaman dalam memilih, menggunakan dan mengkonsumsi atau bahkan menginginkan suatu produk. Nugroho (2023:342) menjelaskan definisi minat beli adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternative dan memilih salah satu diantaranya. Sedangkan menurut Indrasari (2020:239) keputusan pembelian merupakan seleksi terhadap dua pilihan alternatif atau lebih, dengan kata lain pilihan/alternatif harus tersedia bagi seseorang ketika mengambil keputusan.

METODE PENELITIAN

Uji Instrumen

Instrument penelitian adalah alat atau fasilitas yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan lebih baik dalam arti yang lebih cermat, lengkap, dan sistematis yang mudah diolah variasi jenis instrument yang harus memenuhi dua persyaratan yaitu valid dan realibel.

Uji Validitas

Uji ini merupakan ukuran tentang analisis fakta yang menunjukkan tingkat ketepatan suatu intrumen dan untuk mengetahui ketepatan dari apa yang ingin diukur. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan. Cara pengujian validitas dilakukan dengan cara membandingkan hasil koefisien korelasi antara item dengan total peubah dibandingkan dengan nilai. Jika koefisien korelasinya lebih besar daripada nilai kritisnya, maka disebut valid. Validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu koesioner.

Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan suatu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya atau digunakan sebagai alat pengumpulan data karena intrumen tersebut sudah baik (Arikunto, 2020:13). Sehingga dapat disimpulkan bahwa reliabilitas adalah istilah yang dipakai untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila alat ukur tersebut digunakan berulang kali.

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat, variabel bebas atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau penyebaran data statistik pada sumbu diagonal dari grafik distribusi normal (Ghozali, 2019:112).

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas jika variabel bebas berkorelasi maka variabel-variabel ini tidak ortogonal.

Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan apakah dalam model regresi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan kepengamatan yang lain. Jika varian dari residual pengamatan yang lain tetap, disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis Statistik Deskriptif

Menurut Sugiyono (2019:20) Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

Analisis Statistik Inferensial

Dalam statistik inferensial diadakan perdugaan parameter, membuat hipotesis, serta melakukan pengujian hipotesis tersebut hingga sampai pada kesimpulan yang berlaku umum. Berikut ini perhitungan statistik inferensial sebagai berikut.

Regresi Linier Berganda

Rumus ini digunakan untuk mengetahui pengaruh Harga dan Lokasi terhadap Minat Beli Konsumen pada Perumahan Griya Agung Permai Lestari Kabupaten Lahat.

Uji Hipotesis

Pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah variabel bebas (X) secara individual mempunyai pengaruh yang signifikan atau tidak terhadap variabel terikat.

Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel Harga (X_1) dan Lokasi (X_2) secara bersama-sama terhadap Minat Beli (Y).

1) Menentukan formulasi H_0 dan H_1

$H_0 : \beta = 0$: berarti tidak ada pengaruh antara Harga (X_1) dan Lokasi (X_2) terhadap Minat Beli (Y).

$H_1 : \beta \neq 0$: berarti ada pengaruh antara Harga (X_1) dan Lokasi (X_2) terhadap Minat Beli (Y).

2) Penentuan Level of Significant 5%, dipilih $\alpha = 0,05$.

3) Kesimpulan

Nilai F hitung diperoleh kemudian dibandingkan dengan F tabel. Apabila H_0 ditolak berarti ada pengaruh variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y).

Koefisien Determinasi

Untuk melihat seberapa besar tingkat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial digunakan koefisien determinasi. Koefisien determinasi merupakan kuadrat dari koefisien korelasi sebagai ukuran untuk mengetahui kemampuan dari masing-masing variabel yang digunakan (Sugiyono, 2019:321). Koefisien determinasi menjelaskan proporsi variasi dalam variabel dependen (Y) yang dijelaskan oleh hanya satu variabel independen (lebih dari satu variabel bebas: $X_i; i = 1, 2, 3, 4, \text{dst}$) secara bersama-sama.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Instrumen

Uji instrumen adalah proses untuk memastikan bahwa alat ukur atau instrumen yang digunakan dalam penelitian valid dan reliabel. Uji instrumen dilakukan untuk mengetahui apakah instrumen tersebut mengukur apa yang seharusnya diukur dan memberikan hasil yang konsisten. Uji instrumen dilakukan untuk mengetahui sejauh mana instrumen yang digunakan memiliki **validitas** dan **reliabilitas** yang baik.

Uji Validitas

Ghozali (2019:90) mengemukakan bahwa “uji validitas sering digunakan untuk mengukur ketepatan suatu item dalam kuesioner atau skala, apakah item-item pada kuesioner tersebut sudah tepat dalam mengukur apa yang ingin diukur”. Pengujian menggunakan uji dua sisi dengan taraf signifikansi 0,05. Kriteria pengujian kriteria pengujianya adalah jika r hitung $\geq r$ tabel maka instrumen atau item-item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid). Jumlah data $df = n-2$, $(78)-2 = 0,226$, jadi r tabel dalam penelitian ini adalah sebesar 0,226. Hasil uji validitas untuk masing-masing variabel penelitian dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 1 Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X_1)

Item / Pernyataan ke	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,767	0,226	Valid
2	0,830	0,226	Valid
3	0,774	0,226	Valid
4	0,689	0,226	Valid
5	0,631	0,226	Valid
6	0,532	0,226	Valid
7	0,607	0,226	Valid
8	0,610	0,226	Valid
9	0,687	0,226	Valid
10	0,718	0,226	Valid

Sumber : Data Primer Diolah, Tahun 2025

Berdasarkan tabel diatas nilai r hitung (*Person Correlation*) dari pertanyaan 1 sampai 10 lebih besar dari r tabel yaitu 0,226, sehingga *instrument* dapat dinyatakan valid.



Tabel 2 Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi (X₂)

Item / Pernyataan ke	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,761	0,226	Valid
2	0,822	0,226	Valid
3	0,740	0,226	Valid
4	0,790	0,226	Valid
5	0,640	0,226	Valid
6	0,560	0,226	Valid
7	0,693	0,226	Valid
8	0,703	0,226	Valid
9	0,748	0,226	Valid
10	0,741	0,226	Valid

Sumber : Data Primer Diolah, Tahun 2025

Berdasarkan tabel diatas nilai r hitung (*Person Correlation*) dari pertanyaan 1 sampai 10 lebih besar dari r tabel yaitu 0,226, sehingga *instrument* dapat dinyatakan valid.

Tabel 3 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli (Y)

Item / Pernyataan ke	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,741	0,226	Valid
2	0,789	0,226	Valid
3	0,725	0,226	Valid
4	0,598	0,226	Valid
5	0,355	0,226	Valid
6	0,620	0,226	Valid
7	0,529	0,226	Valid
8	0,512	0,226	Valid
9	0,818	0,226	Valid
10	0,860	0,226	Valid

Sumber : Data Primer Diolah, Tahun 2025

Berdasarkan tabel diatas nilai r hitung (*Person Correlation*) dari pertanyaan 1 sampai 10 lebih besar dari r tabel yaitu 0,226, sehingga *instrument* dapat dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Adapun pengukuran tingkat alpha dilakukan dengan menggunakan program *spss versi 25.0*. Adapun hasil perhitungannya dapat terlihat pada tabel hasil output *spss* dibawah ini.

Tabel 4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga (X₁)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.874	10

Sumber : Data Primer Diolah, Tahun 2025

Hasil uji reliabilitas variabel Harga (X₁) dalam tabel diatas pada output reliabilitas, dimana hasil yang diperoleh dari *Cronbach's Alpha* sebesar 0,874. Dan karena hasil tersebut lebih besar dari koefisien *Cronbach's Alpha* sebesar 0,60, maka data yang diujikan memiliki tingkat reabilitas yang baik atau reliabel.

Tabel 5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Lokasi (X₂)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.897	10

Sumber : Data Primer Diolah, Tahun 2025

Hasil uji reliabilitas variabel Lokasi (X_2) dalam tabel diatas pada output reliabilitas, dimana hasil yang diperoleh dari *Cronbach's Alpha* sebesar 0,897. Dan karena hasil tersebut lebih besar dari koefisien *Cronbach's Alpha* sebesar 0,60, maka data yang diujikan memiliki tingkat reabilitas yang baik atau reliabel.

Tabel 6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Minat Beli (Y)
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.861	10

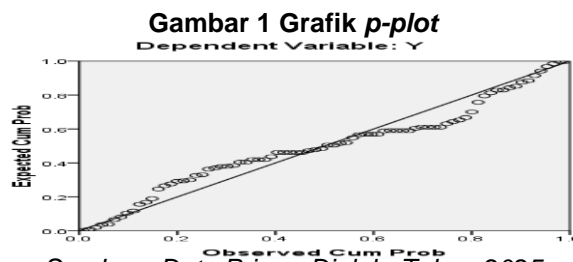
Sumber : Data Primer Diolah, Tahun 2025

Hasil uji reliabilitas variabel Minat Beli (Y) dalam tabel diatas pada output reliabilitas, dimana hasil yang diperoleh dari *Cronbach's Alpha* sebesar 0,861. Dan karena hasil tersebut lebih besar dari koefisien *Cronbach's Alpha* sebesar 0,60, maka data yang diujikan memiliki tingkat reabilitas yang baik atau reliabel.

Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Untuk mendeteksi normalitas data dapat dilihat melalui *output* grafik kurva normal *p-plot*. Suatu variabel dikatakan normal jika gambar distribusi dengan titik-titik data yang menyebar di sekitar garis diagonal dan penyebaran titik-titik data searah mengikuti garis diagonal.

Grafik *p-plot* pada gambar dibawah ini memperlihatkan penyebaran data (titik) di sekitar garis regresi (diagonal) dan penyebaran titik-titik data searah mengikuti garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi layak digunakan karena memenuhi asumsi normalitas.



Sumber : Data Primer Diolah, Tahun 2025

Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali, (2019:105) pengujian ini dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Ini perlu dilakukan karena model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independent. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas didalam model regresi melalui *Variance Inflation factor* (VIF).

Tabel 7 Hasil Uji Multikolinieritas

		Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.454	3.016		2.140	.036		
	X1	.598	.075	.638	8.020	.000	.729	1.373
	X2	.247	.074	.265	3.328	.001	.729	1.373

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data Primer Diolah, Tahun 2025

Pada tabel diatas dapat dilihat bahwa hasil pengujian menunjukkan semua variabel independen (Harga dan Lokasi) yang digunakan pada penelitian ini memiliki nilai *Tolerance* lebih dari 0,10 dan

memiliki nilai VIF kurang dari 10. Hal itu berarti bahwa variabel-variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas.

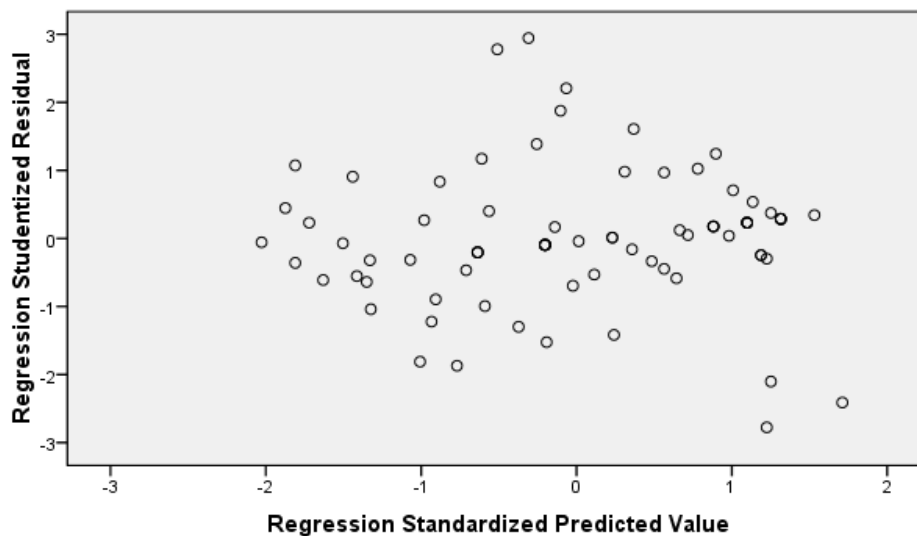
Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variansi dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika variansi dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau yang tidak terjadi heteroskedastisitas.

Deteksi heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan metode *scatter plot* dengan memplotkan nilai ZPRED (nilai prediksi) dengan SRESID (nilai residualnya). Model yang baik didapatkan jika tidak terdapat pola tertentu pada grafik, seperti mengumpul ditengah, menyempit kemudian melebar atau sebaliknya melebar kemudian menyempit.

Gambar 2 Scatter Plot

Dependent Variable: Y



Sumber : Data Primer Diolah, Tahun 2025

Dalam uji heteroskedastisitas yang menggunakan SPSS 25.0 didapatkan titik-titik menyebar sehingga dapat disimpulkan memiliki residual yang sama dan variabel bebas bersifat homokedastisitas. Berdasarkan gambar diatas, hasilnya tidak terdapat yang jelas dan titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka nol di bawah sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Statistik Deskriptif

Varibel yang digunakan dalam penelitian ini meliputi Harga (X_1) dan Lokasi (X_2) sebagai variabel independen, dan Minat Beli (Y) sebagai variabel dependen. Variabel tersebut akan di tampilkan secara statistik deskriptif seperti yang terlihat dalam tabel dibawah ini :

Tabel 8 Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1	78	31	50	40.64	5.147
X2	78	32	49	41.65	5.164
Y	78	32	48	41.06	4.822
Valid N (listwise)	78				

Sumber : Data Primer Diolah, Tahun 2025

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa jumlah responden dari penelitian ini sebanyak 78 orang. Hasil uji data diatas menunjukkan nilai minimum, maksimum, rata-rata, dan standar devisiasi untuk setiap variabel independen dan dependen.

1. Nilai yang diperoleh secara keseluruhan untuk variabel Harga (X_1) memiliki nilai minimum sebesar 31 dan nilai maksimum 50 dengan nilai rata-rata sebesar 40,64, dan standar deviasi sebesar 5,147.
2. Nilai yang diperoleh secara keseluruhan untuk variabel Lokasi (X_2) memiliki nilai minimum sebesar 32 dan nilai maksimum 49 dengan nilai rata-rata sebesar 41,65, dan standar deviasi sebesar 5,164.
3. Nilai yang diperoleh secara keseluruhan untuk variabel Minat Beli (Y) memiliki nilai minimum sebesar 32 dan nilai maksimum 48 dengan nilai rata-rata sebesar 41,06, dan standar deviasi sebesar 4,822.

Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perumahan Griya Agung Permai Lestari Kabupaten Lahat. Hasil analisis regresi linier berganda selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 9 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.454	3.016		2.140	.036
	X1	.598	.075	.638	8.020	.000
	X2	.247	.074	.265	3.328	.001

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data Primer Diolah, Tahun 2025

Berdasarkan tabel diatas dapat dibuat persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = 6,454 + 0,598X_1 + 0,247X_2 + e$$

Persamaan regresi di atas dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a. Konstanta sebesar 6,454, artinya jika Harga (X_1) dan Lokasi (X_2) adalah 0, maka Minat Beli (Y) nilainya adalah 6,454.
- b. Koefisien regresi variabel Harga (X_1) sebesar 0,598, artinya jika Harga mengalami kenaikan 1%, maka Minat Beli (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,598.
- c. Koefisien regresi variabel Lokasi (X_2) sebesar 0,247, artinya jika Lokasi mengalami kenaikan 1%, maka Minat Beli (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,247.

Uji Parsial (Uji t)

Pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah variabel bebas (Harga dan Lokasi) secara individual mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (Minat Beli). Untuk menguji signifikan hubungan, maka dapat menggunakan sistem SPSS For Windows 25 dengan langkah sebagai berikut :

Tabel 10 Hasil Uji t

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.454	3.016		2.140	.036
	X1	.598	.075	.638	8.020	.000
	X2	.247	.074	.265	3.328	.001

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data Primer Diolah, Tahun 2025

Uji Simultan (Uji F)

Hipotesis ketiga dalam penelitian ini (H_3) menyatakan bahwa Harga dan Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perumahan Griya Agung Permai Lestari Kabupaten Lahat. (M. Nur Syukron, Nidyawati, Heri Fitriadi; *The Effect Of Price And Location On Consumer Buying Interest...*)



Laht. Pengujian hipotesis ketiga dianalisis dengan menggunakan uji simultan (uji F). Hasil uji simultan (uji F) dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 11 Hasil Uji F

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1170.825	2	585.412	70.833	.000 ^a
	Residual	619.855	75	8.265		
	Total	1790.679	77			

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber : Data Primer Diolah, Tahun 2025

Koefisien Determinasi

Analisis determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen (X_1, X_2) secara serentak terhadap variabel dependen (Y). R^2 sama dengan 0, maka tidak ada sedikit pun persentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen, sebaliknya R^2 sama dengan 1, maka persentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen adalah sempurna. Hasil dari uji Koefisien Determinasi dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 12 Korelasi Determinan (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.809 ^a	.654	.645	2.875

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber : Data Primer Diolah, Tahun 2025

Hasil analisis determinasi diperoleh angka R^2 (*R Square*) sebesar 0,654 atau (65,4%). Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel independen (Harga dan Lokasi) terhadap variabel dependen (Minat Beli) sebesar 65,4% atau variasi variabel independen yang digunakan dalam model (Harga dan Lokasi) mampu menjelaskan 65,4% variabel dependen (Minat Beli), sedangkan sisanya sebesar 34,6% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data yang telah penulis lakukan, maka penulis dapat menarik kesimpulan mengenai judul “Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perumahan Griya Agung Permai Lestari Kabupaten Lahat” yaitu sebagai berikut :

1. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perumahan Griya Agung Permai Lestari Kabupaten Lahat.
2. Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perumahan Griya Agung Permai Lestari Kabupaten Lahat.
3. Harga dan Lokasi secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perumahan Griya Agung Permai Lestari Kabupaten Lahat.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pengujian dan pembahasan yang telah penulis sajikan, maka penulis mencoba memberikan saran, yaitu :

1. Pengembang Perumahan Griya Agung Permai Lestari Kabupaten Lahat disarankan untuk melakukan survei pasar secara berkala guna mengetahui kemampuan finansial target konsumen, sehingga harga yang ditawarkan tetap kompetitif namun tetap menguntungkan bagi perusahaan.
2. Lokasi terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli. Oleh karena itu, pengembang disarankan untuk terus meningkatkan aksesibilitas menuju perumahan, seperti memperbaiki jalan, menyediakan transportasi umum yang memadai, serta memastikan lingkungan yang aman dan nyaman. Lokasi yang strategis dan mudah dijangkau akan menjadi nilai tambah yang penting.
3. Disarankan agar peneliti selanjutnya menambahkan variabel lain seperti promosi, kualitas bangunan, atau citra merek (*brand image*) yang mungkin juga berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Selain itu, cakupan wilayah penelitian juga dapat diperluas untuk memperoleh hasil yang lebih general dan komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, N. H. 2023. *Manajemen Strategi Pemasaran*. Edisi Revisi. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Arikunto, Suharsimi. 2020. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi Revisi VI. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Fitriadi, Heri. 2022. *Pengaruh Suasana Resto Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Lan'S Resto Dan Cafe Lahat*. *Jurnal Teknik Ibnu Sina (JT-IBSI)*, 7(01), 34–51. <https://doi.org/10.36352/jt-ibsi.v6i02.288>.
- Ghozali, Imam. 2019. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Bandung, Penerbit Universitas Diponegoro.
- Husna, Asmaul & Suryana, Budi. 2020. *Metodologi Penelitian dan Statistik*. Pusat Pendidikan Sumber Daya Kesehatan (Badan Pengembangan dan Pemberdayaan Sumber Daya Manusia Kesehatan Edisi Tahun 2020).
- Indrasari, Meithiana. 2020. *Manajemen Kualitas Jasa*. Jakarta: Indeks.
- Kotler, P dan Keller, P. 2020. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, P. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. Jakarta: Prenhalindo.
- Manullang, M. 2021. *Dasar-Dasar Manajemen*. Bandung: Cita Pustaka.
- Mardia. 2021. *Strategi Pemasaran*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Novitasari. 2023. *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Insania.
- Nugroho, J. Setiadi. 2023. *Perilaku Konsumen*. Edisi Revisi. Cetakan Pertama,. Penerbit Kencana. Jakarta.
- Pernanda, Yusuf Rizky. 2021. *Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Rumah Pada PT. Asri Pembangunan Catur Karya Cipta Kota Madya Medan (Studi Kasus Perumahan Bumi Asri)*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Universitas Medan Area*.
- Ramli, Ahmad. 2023. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Sari, Nurmala. 2022. *Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perumahan PT. Varindo Lombok Inti*. *Jurnal Lmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Mataram*.
- Siyoto, Sandu & Sodik, M. Ali. 2020. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sudjana. 2020. *Metode Statistika*. Bandung: Sinar Baru Algesindo.
- Sugiyono, 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Suwarman. 2020. *Dasar-Dasar Riset Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Tjiptono, Fandy. 2020. *Strategi Pemasaran : Prinsip dan Penerapan*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tonce, Y. dan Yoseph, D. 2022. *Minat dan Keputusan Pembelian*. Penerbit Media Pustaka, Jakarta.
- Wahjono, Sentot Imam. 2020. *Manajemen Pemasaran Bank*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Winarsunu, Tulus. 2020. *Statistik dalam Penelitian Psikologi dan Pendidikan*. Malang: UMM Press.
- Wulandari, Ayu. 2020. *Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Di Coffee Shop Warpindo*. *Jurnal Lmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Mataram*.