

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari lokasi, fasilitas, dan nilai investasi terhadap keputusan pembelian Apartemen Grand Sungkono Lagoon di Surabaya. Sampel penelitian diperoleh dengan teknik *simple random sampling* sejumlah 50 orang yang merupakan konsumen yang membeli unit Apartemen Grand Sungkono Lagoon di Surabaya pada bulan Mei dan Juni 2019. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis datanya menggunakan regresi linier berganda. Hasil analisis data menunjukkan bahwa fasilitas dan nilai investasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sementara itu lokasi secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Lokasi, fasilitas, dan nilai investasi memiliki koefisien regresi yang positif, hal tersebut menunjukkan bahwa kenaikan nilai pada lokasi, fasilitas, dan nilai investasi akan meningkatkan keputusan pembelian Apartemen Grand Sungkono Lagoon di Surabaya. Secara simultan lokasi, fasilitas, dan nilai investasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Perubahan yang terjadi pada Keputusan Pembelian, dipengaruhi sebesar 36,3% oleh Lokasi, Fasilitas, dan Nilai Investasi. Sedangkan sisanya sebesar 63,7% perubahan yang terjadi pada Keputusan Pembelian, dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam penelitian ini misalnya Harga, Promosi, Pengembang, *Design*, dan lain sebagainya

Kata Kunci: Lokasi, Fasilitas, Nilai Investasi, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of location, facilities, and investment value on the purchase decision of the Grand Sungkono Lagoon Apartment in Surabaya. The research sample was obtained by a simple random sampling technique of 50 people who were consumers who purchased unit of the Grand Sungkono Lagoon Apartment in Surabaya in May and June 2019. The technique of collecting data using a questionnaire. The data analysis technique used multiple linear regression. The results of data analysis show that the facilities and investment value partially have a significant effect on purchasing decisions, while location has no significant effect on purchasing decisions. Location, facilities, and investment value have a positive regression coefficient, it shows that the increase in value at the location, facilities, and investment value will increase the purchase decision of the Grand Sungkono Lagoon Apartment in Surabaya. Simultaneously the location, facilities, and investment value significantly influence on purchasing decisions. Changes that occur in the Purchasing Decision, influenced by 36.3% by Location, Facilities and Investment Value. While the remaining 63.7% changes that occur in Purchasing Decisions, are influenced by other variables that not included in this study such as Price, Promotion, Developer, Design, etc.

Keywords: Location, Facilities, Investment Value, Purchase Decision