

Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Subsidi Permata Puri Harmoni 2 Cileungsi Bogor

Muhammad Fahrul Ramdhani*, Winna Sarikusumaningtyas, Joni Tesmanto

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Panca Sakti Bekasi, Indonesia

Abstrak: Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menentukan seberapa besar harga dan lokasi yang dapat mempengaruhi proses pengambilan keputusan perumahan sosial untuk individu di Perumahan Permata Puri Harmoni 2, Cileungsi, Bogor. Metode yang diterapkan dalam studi ini adalah pendekatan numerik, dengan mengandalkan teknik survei sebagai cara utama untuk mengumpulkan informasi, di mana kuesioner disebarluaskan kepada 91 peserta yang telah terpilih sebelumnya. Informasi yang terkumpul melalui penelitian selanjutnya ditelaah dengan software SPSS untuk memperoleh hasil yang lebih tepat. Hasil dari studi ini menunjukkan bahwa faktor harga (X1) memberikan dampak yang positif dan signifikan terhadap pilihan pembelian konsumen untuk rumah bersubsidi. Begitu pula, faktor lokasi (X2) juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan. Analisis tambahan mengungkapkan bahwa harga lebih berpengaruh dibandingkan lokasi, meskipun keduanya secara signifikan memengaruhi keputusan pembelian rumah. Koefisien determinasi (R^2) yang mencapai 0,602 menunjukkan bahwa harga dan lokasi mampu menjelaskan 60,2% variasi dalam keputusan pembelian, sedangkan 39,8% sisanya disebabkan oleh adanya faktor-faktor lain di luar cakupan penelitian ini. Secara umum, temuan penelitian ini menekankan pentingnya harga yang terjangkau dan lokasi yang baik sebagai dua faktor utama dalam menentukan keputusan pembelian perumahan sosial.

Kata Kunci: Harga, Lokasi, Keputusan Pembelian, Rumah Subsidi

DOI:

<https://doi.org/10.53697/emak.v6i4.2925>

*Correspondence: Muhammad Fahrul Ramdhani

Email: m.fahrulramdhani19.9a@gmail.com

Received: 18-08-2025

Accepted: 02-09-2025

Published: 10-10-2025



Copyright: © 2025 by the authors. Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Abstract: The goal of this study was to ascertain how much price and location affect people's choices about subsidized housing in Permata Puri. The Cileungsi, Bogor, Harmoni 2 Housing Complex. With questionnaires sent to 91 pre-selected individuals, the numerical approach used in this study relied on survey methods as the primary means of data gathering. To get more accurate findings, the data gathered in this research was additionally analyzed using SPSS software. The findings of this study show that the price factor (X1) significantly and favorably impacts consumers' choices when buying subsidized housing. Similarly, The position variable (X2) was discovered to be both positive and statistically significant. Further research revealed that while both location and price had a significant impact on house buying choices, price was the more important consideration. Price and location accounted for 60.2% of the variance in buying decisions, while the remaining 39.8% was accounted for by the coefficient of determination (R^2), which was 0.602. because of other reasons that are not covered in this research. In conclusion, the findings of this research highlight the significance of reasonable pricing and favorable location as two essential elements in making social housing purchasing choices.

Keywords: Price, Location, Purchase Decision, Subsidized Housing

Pendahuluan

Kebutuhan akan perumahan adalah kebutuhan manusia yang mendasar, bersama dengan kebutuhan dasar makanan dan pakaian, yang memiliki peran penting dalam menjamin kesejahteraan serta meningkatkan kualitas hidup. Namun demikian, di Indonesia backlog perumahan masih menjadi tantangan besar. Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2023 melaporkan bahwa masih terdapat sekitar 9,9 juta unit rumah yang kurang, menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang mencolok antara jumlah yang tersedia dan yang dibutuhkan, walaupun selisih itu agak berkurang dibandingkan dengan tahun sebelumnya (Ulfa & Fernando, 2024). Keadaan ini sekali lagi menekankan urgensi dalam mempercepat penyediaan tempat tinggal yang terjangkau, terutama untuk kelompok dengan penghasilan rendah.

Untuk menangani persoalan minimnya kesempatan memperoleh tempat tinggal yang layak, pemerintah Indonesia telah memperkenalkan program perumahan dengan subsidi yang ditujukan khusus untuk memperbaiki angka kepemilikan rumah di kalangan masyarakat berpenghasilan rendah. Meski demikian, sejumlah kendala masih dihadapi, antara lain kenaikan harga rumah, keterbatasan aksesibilitas, serta hambatan administratif dalam pengajuan KPR, khususnya bagi pekerja informal yang seringkali tidak memiliki dokumen resmi pendapatan (PUPR, 2023). Selain itu, konsumen juga menghadapi dilema antara keterjangkauan harga dengan lokasi strategis, karena rumah dengan harga lebih rendah umumnya berada di wilayah yang kurang mudah diakses serta minim infrastruktur (Indonesia, 2025).

Harga dan lokasi secara konsisten diidentifikasi sebagai faktor utama dalam perilaku pembelian konsumen. Namun, penelitian empiris yang menelaah pengaruh keduanya secara bersamaan dalam konteks perumahan subsidi masih terbatas. Secara khusus, kajian yang mengaitkan kedua faktor tersebut dengan proyek perumahan Permata Puri Harmoni 2 di Cileungsi, Bogor, masih jarang ditemukan, padahal kawasan ini menawarkan akses strategis serta prospek pengembangan di masa depan (Multiguna, 2022).

Dengan latar belakang tersebut, penelitian ini secara mendalam mengkaji dampak harga dan lokasi terhadap pilihan pembelian rumah oleh konsumen di area Permata Puri Harmoni 2. Keistimewaan penelitian ini adalah menyajikan bukti empiris yang menunjukkan betapa pentingnya aksesibilitas dan mutu lokasi bagi preferensi konsumen, khususnya di daerah pinggiran kota yang sedang pesat berkembang. Hasil dari penelitian ini tidak hanya bertujuan untuk memperkaya pustaka akademik terkait perilaku konsumen dalam sektor perumahan, tetapi juga untuk menyediakan informasi berguna bagi pengembang dan para pembuat kebijakan di bidang *real estate*.

Metodologi

Penelitian ini menerapkan metode kuantitatif dengan rancangan kausal guna mengujicoba secara empiris seberapa besar pengaruh variabel harga dan lokasi terhadap pilihan pembelian rumah sosial oleh konsumen. Populasi penelitian terdiri dari 1.027 kepala keluarga yang berdomisili di Permata Puri Harmoni 2, Cileungsi, Bogor. Dengan menggunakan rumus Taro Yamane dengan toleransi kesalahan sebesar 10%, penelitian ini memperoleh jumlah sampel sebanyak 91 partisipan. Sampel diambil menggunakan purposive sampling, yaitu suatu cara pemilihan sampel yang didasarkan pada kriteria

tertentu yang berkaitan dengan tujuan penelitian. Partisipan dalam penelitian ini adalah warga rusun Permata Puri Harmoni 2 yang telah menetap di rumah setidaknya selama enam bulan.

Dalam studi ini, variabel yang diteliti terdiri dari variabel independen dan variabel dependen. Variabel harga diukur melalui indikator keterjangkauan, kewajaran, dan kebijakan subsidi; variabel lokasi diukur berdasarkan aksesibilitas, kedekatan dengan fasilitas umum, lingkungan, serta potensi pengembangan wilayah; sementara variabel keputusan pembelian diukur melalui minat beli, keyakinan, kepuasan, dan rekomendasi. Seluruh indikator yang ada dalam studi ini dinilai dengan menggunakan skala Likert lima poin.

Pada penelitian ini, pengumpulan data dilakukan dengan metode kuesioner terstruktur yang dirancang berdasarkan indikator penelitian dan disebarluaskan secara online melalui platform Google Forms agar lebih efisien dalam menjangkau para responden. Sebelum melanjutkan ke tahap pengujian hipotesis, kualitas data yang dikumpulkan perlu dicek melalui serangkaian prosedur. Prosedur ini mencakup uji validitas yang bertujuan untuk memastikan ketepatan instrumen dalam mengukur variabel yang ditargetkan serta uji reliabilitas yang berfungsi untuk mengevaluasi konsistensi jawaban dari responden. Selain itu, dalam penelitian ini dilakukan beberapa pengujian asumsi klasik, seperti normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Ketiga pengujian tersebut sangat penting untuk memastikan bahwa hasil dari analisis regresi bisa diinterpretasikan dengan cara yang tidak bias dan sah. Setelah semua asumsi tersebut dipenuhi, analisis dilanjutkan dengan menggunakan regresi linier berganda yang diolah melalui perangkat lunak SPSS. Metode ini dipilih karena mampu mengukur seberapa besar pengaruh masing-masing variabel independen, baik secara individual maupun bersamaan, terhadap variabel dependen yang sedang diteliti.

Hasil dan Pembahasan

Analisis deskriptif menunjukkan bahwa responden penelitian memiliki komposisi gender yang seimbang (50,6% laki-laki dan 49,4% perempuan), sebagian besar berada pada kelompok usia produktif 25–40 tahun (71,4%), serta didominasi oleh karyawan swasta (42,9%). Mayoritas responden (91,2%) merupakan pemilik rumah dan telah menetap di lingkungan tersebut lebih dari lima tahun (41,8%). Karakteristik ini mengindikasikan bahwa rumah subsidi di Permata Puri Harmoni 2 banyak diminati oleh rumah tangga usia produktif, khususnya dari kelompok berpenghasilan rendah hingga menengah.

Hasil analisis regresi menghasilkan persamaan sebagai berikut:

$$Y = 3,134 + 0,492X_1 + 0,475X_2 + e$$

Dimana X_1 adalah Harga dan X_2 adalah Lokasi. Hasil dari uji menunjukkan bahwa nilai R^2 yang telah disesuaikan adalah sebesar 0,593. Artinya, gabungan dari variabel independen yaitu harga dan lokasi secara bersamaan mampu menjelaskan 59,3% perbedaan dalam keputusan untuk membeli perumahan sosial. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model penelitian yang digunakan dalam penelitian ini cukup baik dalam menggambarkan keterkaitan antara variabel-variabel yang diteliti. Sedangkan sisanya, yang berjumlah 40,7%, dipengaruhi oleh sejumlah faktor lain yang tidak termasuk dalam model penelitian, seperti dukungan dari pemasaran, ketersediaan fasilitas umum, akses

transportasi, serta faktor sosial ekonomi masing-masing individu. Uji F mengonfirmasi bahwa model penelitian signifikan ($p < 0,001$).

Tabel 1. Uji t (Parsial)

Variable	Koefisien (β)	t hitung	Sig,	Catatan
Konstanta	3,314	-	-	-
Harga (X1)	0,492	4,633	0,000	Signifikan
Lokasi (X2)	0,475	4,339	0,000	Signifikan

Hasil uji parsial (t-test) menunjukkan bahwa baik Harga ($\beta = 0,492$; $t = 4,633$; $p < 0,001$) maupun variabel Lokasi ($\beta = 0,475$; $t = 4,339$; $p < 0,001$) terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian properti perumahan bersubsidi. Namun demikian, Harga terbukti sedikit lebih dominan dibandingkan Lokasi, yang mengindikasikan bahwa keterjangkauan harga tetap menjadi faktor utama bagi konsumen rumah subsidi.

Pembahasan

Temuan ini sejalan dengan pandangan Kotler dan Armstrong yang menyatakan bahwa harga sangat memengaruhi persepsi nilai konsumen, sementara lokasi menentukan aksesibilitas dan kenyamanan. Sesuai dengan hasil dari studi ini, penelitian yang telah dilakukan sebelumnya juga telah sampai pada hasil yang sama. Contohnya, karya (Frاندika & Sunargo, 2022) mengungkapkan bahwa harga serta lokasi memiliki dampak yang besar terhadap pilihan dalam membeli rumah subsidi, serta (Rahman, 2022) yang menekankan bahwa harga cenderung menjadi faktor dominan pada kelompok masyarakat berpenghasilan rendah.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menegaskan bahwa penetapan biaya yang wajar dan sejalan dengan kemampuan finansial masyarakat berpenghasilan rendah merupakan faktor krusial dalam mendorong permintaan rumah subsidi. Meskipun demikian, faktor lokasi tetap menjadi aspek pendukung yang penting, terutama terkait aksesibilitas menuju tempat kerja, fasilitas pendidikan, maupun fasilitas umum lainnya.

Simpulan

Studi ini menganalisis dampak harga dan lokasi terhadap pilihan pembelian masyarakat untuk tempat tinggal sosial di area Permata Puri Harmoni 2, Cileungsi, Bogor. Hasil analisis data menunjukkan bahwa kedua faktor yang diteliti mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di sektor perumahan sosial. Pengaruh ini tetap terdapat baik dilihat secara terpisah, yaitu dengan mempertimbangkan peran masing-masing faktor, maupun ketika kedua faktor dianalisis secara bersamaan. Secara parsial, variabel Harga lebih dominan dibandingkan Lokasi, ditunjukkan oleh nilai t-hitung Harga (4,633) yang lebih besar daripada Lokasi (4,339). Hal ini mencerminkan bahwa keterjangkauan harga merupakan faktor utama bagi rumah tangga berpenghasilan rendah dalam membeli rumah, sementara Lokasi tetap berperan sebagai faktor pendukung penting yang berkaitan dengan aksesibilitas dan fasilitas di sekitarnya.

Pada saat yang bersamaan, ditemukan bahwa harga dan lokasi dampak yang cukup besar terhadap pilihan untuk membeli tempat tinggal sosial. Analisis regresi mengungkapkan bahwa penelitian ini dapat menjelaskan 60,2% variasi dalam keputusan pembelian ($R^2 = 0,602$). Hasil ini menunjukkan bahwa kedua variabel yang dianalisis secara signifikan memengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian hunian sosial. Namun, 39,8% variasi keputusan masih dipengaruhi oleh faktor-faktor di luar cakupan studi ini. Faktor-faktor tersebut meliputi kualitas struktural bangunan dalam hal daya tahan dan kenyamanan apartemen, strategi pemasaran pengembang untuk menarik calon pembeli, dan ketersediaan fasilitas pendukung seperti pendidikan, layanan kesehatan, dan transportasi. Lebih lanjut, aspek psikologis setiap individu, termasuk persepsi, preferensi, dan motivasi pribadi, juga dapat memengaruhi keputusan pembelian secara signifikan. Oleh karena itu, perilaku konsumen dalam memilih hunian bersifat kompleks dan multifaset, sehingga memerlukan analisis yang lebih komprehensif dalam penelitian mendatang.

Temuan ini menegaskan bahwa pengembang dan pembuat kebijakan perlu memprioritaskan strategi harga yang terjangkau, didukung oleh skema pembiayaan (KPR) yang sesuai dengan daya beli pasar sasaran. Pada saat yang sama, peningkatan kualitas lokasi, termasuk aksesibilitas dan penyediaan fasilitas publik, tetap penting untuk meningkatkan daya tarik perumahan serta kepuasan konsumen dalam jangka panjang.

Referensi

- Albantani, R. (2024). Subsidi Permata Puri Harmoni 2 Cileungsi rumah. Rumaindo.com. <https://rumaindo.com/properti/subsidi-permata-puri-harmoni-2-cileungsi-rumah--ri-042253259>
- Aprileny, I., Imalia, I., & Emarawati, J. A. (2021). Pengaruh harga, fasilitas, dan lokasi terhadap keputusan pembelian rumah di Grand Nusa Indah Cileungsi. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 4(3), 243–252. <http://repository.stei.ac.id/id/eprint/2407>
- Fainmesser, I.P. (2021). Ratings, Reviews, and the Marketing of New Products. *Management Science*, 67(11), 7023-7045, ISSN 0025-1909, <https://doi.org/10.1287/mnsc.2020.3848>
- Frاندika, E., & Sunargo, S. (2022). Pengaruh harga, promosi, dan lokasi terhadap keputusan pembelian rumah KPR subsidi di PT Sinar Jaya Putra Kampar Batam. *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 17(1), 117–126. <https://doi.org/10.22437/jpe.v17i1.16769>
- Grigsby-Duffy, L. (2020). The healthiness of food and beverages on price promotion at promotional displays: A cross-sectional audit of australian supermarkets. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(23), 1-18, ISSN 1661-7827, <https://doi.org/10.3390/ijerph17239026>
- Hanaysha, J.R. (2021). Importance of marketing mix elements in determining consumer purchase decision in the retail market. *International Journal of Service Science Management Engineering and Technology*, 12(6), 56-72, ISSN 1947-959X, <https://doi.org/10.4018/IJSSMET.2021110104>

- Indonesia, 99.co. (2025). Tanah dijual di Cileungsi Bogor di bawah 200 juta. 99.co. <https://www.99.co/id/jual/tanah/bogor/cileungsi/harga-dibawah-200-juta>
- Jafari, A. (2019). Driving forces for the US residential housing price: a predictive analysis. *Built Environment Project and Asset Management*, 9(4), 515-529, ISSN 2044-124X, <https://doi.org/10.1108/BEPAM-07-2018-0100>
- Jiang, X. (2021). Bidding Strategy for Grid-side Energy Storage Power Stations to Participate in the Spot Joint Market. *Dianwang Jishu Power System Technology*, 45(9), 3398-3407, ISSN 1000-3673, <https://doi.org/10.13335/j.1000-3673.pst.2020.1574>
- Kallo, E. (2024). Siapa perealisasi FLPP rumah subsidi terbesar nasional?. Koridor.online. <https://www.koridor.online/siapa-perealisasi-flpp-rumah-subsidi-terbesar-nasional-ini-pengembangnya-versi-btn>
- Kholes, M. N., & Samboro, J. (2022). Pengaruh harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian rumah (Survei pada konsumen PT Adinata Marga Wijaya Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1). <https://doi.org/10.33795/jab.v8i1.414>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principles of marketing* (15th ed.). Pearson.
- Marisa. (2022). Pengaruh harga, promosi dan lokasi dalam menentukan keputusan pembelian rumah pada perumahan Batang Kuis (Studi kasus PT Dio Putra Properti Real Estate Indonesia) [Undergraduate thesis, Universitas Medan Area]. UMA Repository. <http://repository.uma.ac.id/handle/123456789/17207>
- Multiguna, P. B. C. (2022). Permata Puri Harmoni 2 – Tempat ternyaman untuk keluarga Anda. [PermataPuriHarmoni2.com](https://permatapuriharmoni2.com/). <https://permatapuriharmoni2.com/>
- Nurfitri, A. (2024). Vista Land Group jadi pengembang terbesar nasional realisasi akad kredit rumah subsidi. *Warta Ekonomi*. <https://wartaekonomi.co.id/read529648/vista-land-group-jadi-pengembang-terbesar-nasional-realisisi-akad-kredit-rumah-subsidi>
- PUPR, Kementerian. (2023). Keputusan Menteri Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat Nomor 689/KPTS/M/2023 tentang batasan luas tanah, luas lantai, dan batasan harga jual rumah umum tapak. *JDIH PUPR*. <https://jdih.pu.go.id/detail-dokumen/KepmenPUPR-nomor-689-tahun-2023>
- Rachmawati, D. (2019). Factors influencing customers' purchase decision of residential property in selangor, malaysia. *Management Science Letters*, 9(9), 1341-1348, ISSN 1923-9335, <https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.5.016>
- Rachmawati, E. (2022). A moderating role of halal brand awareness to purchase decision making. *Journal of Islamic Marketing*, 13(2), 542-563, ISSN 1759-0833, <https://doi.org/10.1108/JIMA-05-2020-0145>

-
- Rahman, A. (2022). Pengaruh harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian rumah subsidi. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 6(2), 329–339. <https://doi.org/10.31294/eco.v6i2.14101>
- Riyanto, B. (2020). Pemasaran jasa: Teori dan praktik. Andi Offset.
- Shorabeh, S.N. (2022). The site selection of wind energy power plant using GIS-multi-criteria evaluation from economic perspectives. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 168, ISSN 1364-0321, <https://doi.org/10.1016/j.rser.2022.112778>
- Tanford, S. (2019). Risk versus Reward: When Will Travelers Go the Distance?. *Journal of Travel Research*, 58(5), 745-759, ISSN 0047-2875, <https://doi.org/10.1177/0047287518773910>
- Tesfamichael, B. (2021). Designing and planning of Ethiopia's biomass-to-biofuel supply chain through integrated strategic-tactical optimization model considering economic dimension. *Computers and Chemical Engineering*, 153, ISSN 0098-1354, <https://doi.org/10.1016/j.compchemeng.2021.107425>
- Tjiptono, F. (2019). Strategi pemasaran (5th ed.). Andi.
- Ulfa, M., & Fernando, A. (2024). Menilik kemampuan program Tapera tangani backlog perumahan. IDX Channel. <https://www.idxchannel.com/economics/menilik-kemampuan-program-tapera-tangani-backlog-perumahan>