

**Judul Penelitian:** Pengaruh *Price Fairness*, Lokasi, dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan pembelian rumah Subsidi Type 30/60 Pada PT. Anugerah Agung Pratama.

Dosen Pembimbing I : Udik Jatmiko, S.E., M.M

Dosen Pembimbing II : Dr. Nur Hidayati, S.E., M.M., CSRS., CSRA

Nama Mahasiswa : Nurfadillah

NPM : 19130210317

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara *price fairness*, lokasi, dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian konsumen. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif, pengumpulan data pada penelitian ini dengan penyebaran kuesioner kepada konsumen perumahan subsidi di 3 lokasi yang PT. Anugerah Agung Pratama yaitu Griya Ringinrejo Asri, Pesona Merpati Residence, Taman Bunga Residence dan dihitung menggunakan aplikasi SPSS. Teknik analisis data yang digunakan antara lain: Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik, Uji Linier Berganda, Koefisien Determinan, Uji t dan Uji F. Pada Uji Validitas diketahui bahwa seluruh item pertanyaan ( $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$ , dan  $Y$ ) memiliki nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  sehingga masing-masing variabel dinyatakan valid, kemudian pada Uji Reliabilitas diketahui bahwa hasil nilai *Cronbach Alpha*  $> 0,60$  sehingga indikator setiap pertanyaan dinyatakan reliabel. Pada Uji t diketahui bahwa seluruh item memiliki nilai yang positif dan  $< 0,05$  sehingga seluruh item berpengaruh terhadap keputusan pembelian, kemudian pada Uji F diketahui bahwa nilai sig untuk seluruh item secara bersama-sama sebesar  $0,001 < 0,05$  dan nilai  $F_{hitung} 6,145 > 2,44$  maka dapat disimpulkan *price fairness*, lokasi, dan *word of mouth* berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen.

**Kata Kunci :** *Price Fairness*, Lokasi, *Word Of Mouth*, Keputusan Pembelian, Uji validitas, Uji Reliabilitas, Uji t, Uji F

