

**PENGARUH GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
RUMAH (Studi kasus konsumen perumahan Graha Pesona Jatisari
Semarang PT. Pesona Graha Hexa Mandiri)**

BRIAN BAYU SETIAWAN

*Program Studi Manajemen - S1, Fakultas Ekonomi & Bisnis,
Universitas Dian Nuswantoro Semarang
URL : <http://dinus.ac.id/>
Email : 211201001940@mhs.dinus.ac.id*

ABSTRAK

Rumah merupakan kebutuhan dasar bagi seseorang selain kebutuhan sandang pangan dan papan. Kondisi semacam ini memicu para pengembang rumah untuk saling berkompetisi dengan menciptakan tempat hunian yang beda dari pada pengembang lain baik dari segi kualitas bahan baku, lokasi, maupun desain yang ditawarkan pada masing-masing pengembang. Oleh sebab itu agar persaingan ini dapat dimenangkan, banyak faktor yang harus diperhatikan oleh para pengembang yang salah satunya melalui strategi Pendekatan gaya hidup secara yang merupakan kombinasi dari variabel aktivitas, minat, dan opini.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh dari gaya hidup terhadap keputusan pembelian konsumen dalam membeli rumah di perumahan Graha Pesona Jatisari Semarang dengan sampel yang digunakan sebanyak 44 orang responden yang terdapat di Semarang dan alat analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda yang di dalamnya terdapat uji kuesioner (validitas dan reabilitas), Uji Asumsi Klasik (Normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan auto korelasi), Uji Regresi Linear Berganda, Uji Hipotesis (Uji t dan f) dan Uji koefisien Determinasi.

Hasil analisis regresi linear berganda diperoleh hasil bahwa faktor yang paling mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah variabel opini sebesar 0,488; dan berpengaruh signifikan dengan nilai probabilitasnya adalah 0,002. Minat menjadi faktor kedua yang mempengaruhi keputusan pembelian dengan nilai koefisien regresi 0,296 dan berpengaruh signifikan dengan nilai probabilitasnya adalah 0,026. Sedangkan yang tidak mempengaruhi keputusan pembelian adalah aktivitas dengan nilai koefisien regresi 0,086 dan tidak berpengaruh signifikan dengan nilai probabilitasnya adalah 0,371 . Secara simultan Aktivitas, Minat, Opini memilikipengaruh yang signifikan dengan nilai probabilitasnya 0,004 dan dalam pengujian koefisien determinasi ketiga variabel di atas dapat menjelaskan variabel Y sebesar 22,6 %.

Kata Kunci : Aktivitas, Minat, opini, dan keputusan pembelian

**EFFECT OF LIFE STYLE ON PURCHASE DECISION OF HOUSE
(Case study consumer of Graha Pesona Jatisari residential
Semarang PT. Pesona Graha Hexa Mandiri)**

BRIAN BAYU SETIAWAN

*Program Studi Manajemen - S1, Fakultas Ekonomi & Bisnis,
Universitas Dian Nuswantoro Semarang
URL : <http://dinus.ac.id/>
Email : 211201001940@mhs.dinus.ac.id*

ABSTRACT

Beside clothes, food, and living place, house is basic needs to everyone. Everyone needs house to live at once as invest money on some business in the future. The design, competitions, and location would be differently better than the other. In order to win the competition again than other architects, a lot of factor need to be considered. One of them is by using approach lifestyle strategy. Approach lifestyle strategy will work effective since use combination of variable, Activity, interests, opinion.

This research used for analyzing impact of lifestyle towards the decision taken by the buyer of the house in Graha Pesona Jatisari Semarang, with the samples of 44 respondents in Semarang and tools of analysis in this methods are, Double regressions linier which consist of questionnaire (validity and reliability), Tests Assumption Classical (normality, multicollinearity, heterocedasticity, and autocorrelations), Testing Multiple Linear Regressions, Hypothesis Testing (t and f tests) and Coefficient of Determination Test. From the result of multiple linear regression analysis found that factor that affected buyers the opinion by regression coefficient 0,448 and affect significantly to probability value 0,002. Interests become second reasons than affect the decision with regression coefficient 0,296 and affected significantly to probability value 0,026. Activity variable is not affecting the decision taken with regression coefficient 0,086 and not affected significantly to probability value 0,371. Simultantly, Activity, interests, opinion have significant impact to its probability level to 0,004 and in the determination test all these variable can explain Y factor as 22,6%.

Keyword : Activity, Interests, Opinion, and Buying Decision