

# Analisis Fasilitas, Keamanan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan di PT Arumi Graha Cipta Palembang

Mela Adelia<sup>1</sup>, Erfan Robyardi<sup>2</sup>, Joni Iswan<sup>3</sup>, Muhammad Kurniawan<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Palembang, [melaadelia91@gmail.com](mailto:melaadelia91@gmail.com)

<sup>2</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Palembang, [epan.roby@gmail.com](mailto:epan.roby@gmail.com)

<sup>3</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Palembang, [joniiswan@univpgri-palembang.ac.id](mailto:joniiswan@univpgri-palembang.ac.id)

<sup>4</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Palembang, [iwanusman220516@gmail.com](mailto:iwanusman220516@gmail.com)

## ABSTRACT

*This study aims to analyze facilities, safety and service quality of housing purchase decisions in pt arumi graha cipta palembang. The subjects of the study included 102 respondents. Quantitative approach used in this study through data source techniques, questionnaires and documentation. The analysis of the facility getting a value of 0.226 is positive which means that the better the facility provided by a housing company, the stronger the buying decision is proven to be correct. The security analysis got a value of 0.422 is positive which means that the hypothesis that reads The better the security provided by a housing company, the stronger the buying decision is proven to be correct. Furthermore, the analysis of service quality getting a value of 0.312 is positive, which means that the better the quality of service of a housing company, the stronger the buying decision is proven to be correct. Based on the results of the feeding study, it can be concluded that there is a positive and significant influence of buying decisions on indicators of facilities, safety, quality of service and buyer decisions.*

**Keywords:** Facility, Security, Quality of Service, Buying Decision

## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis kualitas fasilitas, keamanan dan pelayanan dalam keputusan pembelian rumah di PT Arumi Graha Cipta Palembang. Topik survei mencakup 102 responden. Pendekatan kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini didasarkan pada metodologi sumber data, kuesioner, dan dokumentasi. Analisis instrumental memberikan nilai positif sebesar 0,226. H. Semakin baik peralatan perusahaan perumahan, semakin kuat keputusan pembeliannya. Analisis keamanan menghasilkan nilai positif 0,22. Hal ini membuktikan hipotesis bahwa semakin baik keamanan perusahaan perumahan maka semakin kuat keputusan pembeliannya. Analisis kualitas layanan juga positif dengan nilai 0,312. H. Semakin tinggi kualitas pelayanan perusahaan perumahan, semakin kuat keputusan pembeliannya. Berdasarkan temuan penelitian dapat disimpulkan bahwa indikator equipment, security, service quality dan purchase decision berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci:** Fasilitas, Keamanan, Kualitas pelayanan, Keputusan Pembelian

## A. PENDAHULUAN

Selain sandang dan pangan, perumahan juga merupakan kebutuhan mendasar. Oleh karena itu, situasi tersebut perlu ditangani dengan perencanaan yang matang dan partisipasi dana dan sumber daya masyarakat untuk memenuhi permintaan perumahan dan pertumbuhan penduduk yang terus meningkat. Pangan (food), sandang (sandang), dan papan (rumah) adalah tiga kebutuhan pokok setiap manusia. Baik di perkotaan maupun pedesaan, kebutuhan akan rumah sebagai tempat tinggal dan tempat tinggal terus meningkat seiring dengan pertumbuhan penduduk.

Keputusan mengenai pembelian dan penjualan terkait erat. Gagasan di balik penjualan adalah pelanggan membeli produk berdasarkan berbagai faktor yang spesifik dengan keadaan dan karakteristik mereka, seperti fasilitas, keamanan, dan

kualitas layanan. Saat melakukan pembelian, konsumen harus membayar harga yang telah ditentukan untuk produk tertentu. Jenis rumah sendiri berpengaruh terhadap harga. Biaya rumah naik dengan ukurannya. Pelanggan hampir pasti akan memilih produk dengan kualitas lebih tinggi saat melakukan pembelian untuk memenuhi persyaratan tempat tinggal mereka untuk waktu yang lama.

Pelanggan akan lebih cenderung melakukan pembelian jika lokasi menguntungkan. Hal ini karena pelanggan akan dapat menjangkau bisnis Anda dengan sedikit tenaga dan biaya dalam hal tenaga dan material jika Anda memilih lokasi strategis yang dekat dengan sekolah, pasar, tempat rekreasi, dan transportasi umum. Pelanggan akan lebih termotivasi untuk melakukan pembelian jika bisnis menawarkan diskon, memberikan hadiah, atau mendistribusikan iklan sebagai bagian dari promosi.

.Menurut Tjiptono, fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus dipersiapkan jauh-jauh hari melayani konsumen. Saya tidak bisa melihat hasilnya, dicium atau diraba maka aspek fisik sebagai kuantitas jasa menjadi penting, sehingga lokasi dapat menjadi apapun yang mendorong kepuasan konsumen.

Hasanuddin (2011) mengatakan bahwa kendala utama masih faktor keamanan. Secara umum, kemampuan bertahan dari potensi ancaman adalah yang dimaksud orang ketika mereka berbicara tentang keamanan. Namun Dalam lingkungan berbasis web, keamanan ditandai sebagai kemampuan situs web bisnis berbasis web untuk melindungi data pelanggan dan informasi transaksi keuangan yang diperoleh pada saat atribusi.

Hermawan (2018) sampai pada kesimpulan bahwa kualitas layanan adalah kumpulan bentuk unik dari produksi atau layanan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan masyarakat.

Menurut Kotler dan Keller (2016), keputusan pelanggan untuk membeli barang tertentu adalah hasilnya. dari serangkaian tindakan sebelumnya. Urutan langkah memperkenalkan persyaratan untuk Pencarian Informasi, Evaluasi Alternatif, dan Keputusan Pembelian.

Berdasarkan permasalahan yang ada penelitian ini bertujuan untuk menganalisis **“Fasilitas, Keamanan dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Perumahan di PT. Arumi Graha Cipta Palembang”**.

## **B. KAJIAN TEORI**

### **1. Fasilitas**

Menurut Tjiptono, fasilitas adalah suatu keharusan dipasang konsumen sebelum dapat menggunakan layanan. Fasilitas mendefinisikan fasilitas menurut Colter dan Keller. Ini mengacu pada fasilitas Layanan fisik yang disediakan oleh penyedia layanan sebagai kenyamanan bagi konsumen. dari sini Anda bisa disimpulkan bahwa fasilitas inilah yang memberikan kemudahan bagi konsumen untuk menggunakan semua fasilitas yang disediakan oleh perusahaan jasa. Kondisi konstruksi, perlengkapan dan interior.

### **2. Keamanan**

Menurut Park and Kim (2006) dalam Sukma (2012) Keamanan didefinisikan sebagai kemampuan toko online untuk mengelola dan menjaga keamanan lalu lintas. Park dan Kim (2006) juga menemukan jaminan keselamatan dalam Sukma, Abdurahman, dan Adi (2012) merupakan bagian penting dari proses membangun kepercayaan dengan mengurangi kekhawatiran konsumen tentang penyalahgunaan data pribadi Kualitas Pelayanan

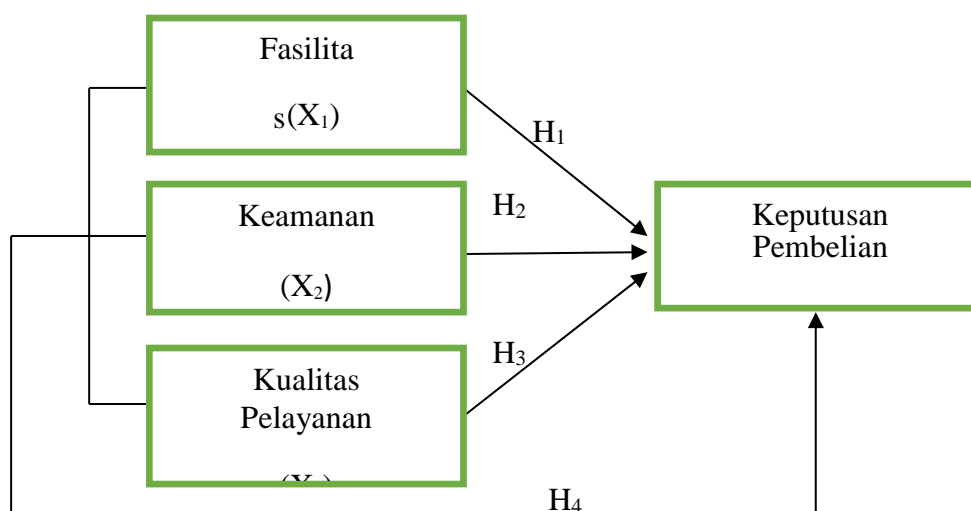
Menurut Tjiptono (2011) Kualitas pelayanan dalam keputusan pembelian online mengacu pada syarat dan ketentuan yang diberikan penjual untuk memuaskan konsumen dengan memberikan respon atau pesan yang memenuhi atau melebihi harapan konsumen.

### 3. Keputusan Membeli

Menurut Kolter (2017) Keputusan pembelian merupakan langkah-langkah dalam proses keputusan pembelian dimana konsumen benar-benar membeli sesuatu. Menurut Nugroho (2003), keputusan pembelian menggabungkan informasi sikap untuk mengevaluasi dua alternatif atau lebih. Ini adalah proses integrasi di mana salah satu alternatif dipilih.

### 4. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah diagram yang menguraikan aliran logis penelitian. Deskripsi kerangka kerja untuk kerangka kerja ini.



Dengan demikian dari gambar diatas dapat dijelaskan bahwa variabel fasilitas (X1) berpengaruh terhadap keputusan pembelian, variabel keamanan (X2) berpengaruh terhadap keputusan pembelian, dan variabel kualitas pelayanan (X3) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y).

### 5. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah pernyataan tentang hubungan, sebab, dan akibat yang dapat berubah yang perlu dibuktikan. Dalam hal ini, penulis mengajukan hipotesis sebagai berikut:

- H<sub>1</sub> : Diduga ada pengaruh yang signifikan fasilitas Terhadap keputusan pembelian pada perumahan PT Arumi Graha Cipta Palembang.
- H<sub>2</sub> : Keamanan diyakini memiliki dampak besar pada keputusan pembelian rumah PT Arumi Graha Cipta Palembang.
- H<sub>3</sub>: Dalam hal perumahan, kualitas layanan diyakini memiliki dampak signifikan terhadap keputusan pembelian PT Arumi Graha Cipta Palembang.
- H<sub>4</sub>: Diduga terdapat pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada perumahan PT Arumi Graha Cipta Palembang.

### C. METODE PENELITIAN

Penelitian kuantitatif disebut sebagai penelitian “tradisional” karena telah digunakan sejak lama dan telah memantapkan dirinya sebagai metode penelitian

standar. Karena berpijak pada filsafat positivisme, maka metode ini dikenal dengan metode positivistik. Karena berpegang pada prinsip-prinsip ilmiah yang konkrit/empiris, objektif, dapat dipertukarkan, rasional, dan sistematis, maka metode ini dianggap sebagai metode ilmiah. Karena banyaknya implikasi baru yang dapat ditemukan dan dikembangkan dengan menggunakan metode ini, maka dikenal juga dengan metode penemuan. Karena data penelitian Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel bebas dan terikat.

### Variabel penelitian

Menurut Sugiyono (2021:67) Bahwa variabel pada dasarnya Oleh karena itu, hanya informasi tentang subjek yang ditentukan oleh penelitian yang diteliti. dapat dikumpulkan dan ditarik kesimpulan. Dalam penelitian ini variabel yang digunakan adalah variabel bebas dan terikat sebagai berikut:

- a. Variabel independen (variabel independen) Istilah "stimulus", "variabel sebelumnya", dan "prediktor" adalah nama umum untuk variabel ini. yang sering disebut variabel bebas. Variabel yang mempengaruhi atau menyebabkan perubahan atau peristiwa pada variabel dependen (tergantung) disebut variabel independen.. Variabel terikatnya adalah X. Dalam penelitian ini terdiri dari :
  1. Fasilitas (X1)
  2. Keamanan (X2)
  3. Kualitas Pelayanan (X3)
- b. Variabel dependen (variabel pembatas) sering disebut variabel keluaran, kriteria, dan hasil. Ini sering digunakan sebagai variabel dependen dalam bahasa Indonesia. Variabel dependen adalah variabel bebas. Variabel dependen biasanya dilambangkan dengan huruf (Y). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y).

## D. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

#### Hasil Uji Validitas Variabel Fasilitas, Keamanan, Kualitas Pelayanan dan Keputusan Membeli :

Fasilitas	r hitung	r tabel	Keterangan
X1.1	.691		Valid
X1.2	.564		Valid
X1.3	.516		Valid
X1.4	.552		Valid
X1.5	.505		Valid
X1.6	.725		Valid
X1.7	.495		Valid
<b>Keamanan</b>	<b>r hitung</b>	<b>0,433</b>	<b>Keterangan</b>
X2.1	.555		Valid
X2.2	.722		Valid
X2.3	.517		Valid
X2.4	.555		Valid
X2.5	.732		Valid
X2.6	.440		Valid
<b>Kualitas Pelayanan</b>	<b>r hitung</b>		<b>Keterangan</b>

X3.1	.669	Valid
X3.2	.552	Valid
X3.3	.555	Valid
X3.4	.725	Valid
<b>Keputusan Membeli</b>	<b>r hitung</b>	<b>Keterangan</b>
Y1	.537	Valid
Y2	.684	Valid
Y3	.621	Valid
Y4	.637	Valid
Y5	.473	Valid
Y6	.669	Valid
Y7	.682	Valid

Sumber : Data diolah (2022)

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa semua item pernyataan yang digunakan untuk penelitian ini memiliki nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  sehingga semua instrumen dikatakan valid.

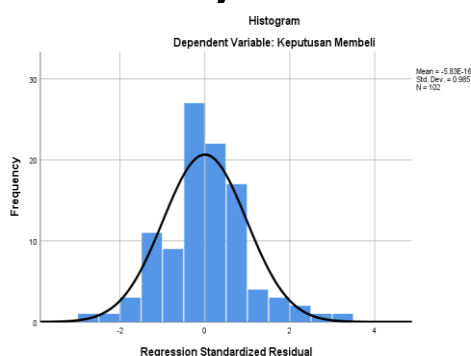
### Uji Reabilitas Reliabilitas Variabel

Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Keterangan
Fasilitas	0,836	Reliabel
Keamanan	0,644	
Kualitas Pelayanan	0,855	
Keputusan Membeli	0,796	

Sumber : Data diolah (2022)

Berdasarkan tabel hasil uji reliabilitas 3.4 , nilai Cronbach's alpha lebih besar dari nilai standar 0,60, sehingga hasil masing-masing variabel dalam penelitian ini memenuhi kriteria uji reliabilitas. Dari sini dapat disimpulkan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsisten.

### Uji Asumsi Klasik Uji Normalitas



Sumber : Data Primer diolah SPSS 25.0

Dari histogram diatas dapat disimpulkan bahwa histogram menunjukkan pola distribusi normal, simetris dan tidak terdistorsi..

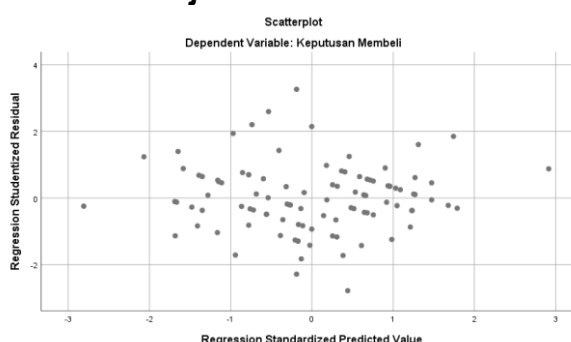
### Uji Multikolonieritas Hasil Nilai VIF dan Angka Tolerance

Variabel	Tolerance	VIF
Fasilitas	0,764	1.309
Keamanan	0,763	1.277
Kualitas Pelayanan	0.808	1.277

Sumber : Data Primer diolah SPSS 25.0

Dari Tabel 4.6 di atas dapat dilihat bahwa tidak ada variabel yang memiliki VIF lebih besar dari 10 dan toleransi kurang dari 10%. Artinya, korelasi antara variabel independen adalah 95% atau kurang. Antara variabel independen dalam model regresi. Dengan kata lain, model regresi dalam penelitian ini tidak memiliki gejala multikolinearitas.

### Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS 25.0

Dari scatterplot di atas terlihat bahwa titik-titik di atas dan di bawah nol pada sumbu y terdistribusi secara acak dan tidak membentuk pola tertentu. Dari sini dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak menunjukkan heteroskedastisitas. Oleh karena itu, model regresi dalam penelitian ini cocok digunakan untuk memprediksi keputusan pembelian berdasarkan input variabel independen seperti fasilitas, keamanan, dan kualitas layanan.

### Analisis Regresi Linier Sederhana Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana Variabel Fasilitas

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	19.422	2.788		6.966	.000
	Fasilitas (X1)	.332	.098	.321	3.384	.001

a. Dependent Variable: Keputusan Membeli

Sumber : Data Primer diolah SPSS 25.0

Diketahui nilai konstanta (a) adalah 19,22, sedangkan nilai koefisien (b/koefisien regresi) adalah 0,332, sehingga persamaan regresi dapat ditulis sebagai:

$$Y' = a + b X$$

$$Y' = 19.422 + 0,332X$$

Dengan menggunakan persamaan regresi, kita dapat menggambarkan hasil uji regresi linier sederhana sebagai:

- a) Konstanta 19.422, berarti nilai konsisten variabel fasilitas sebesar 19.422
- b) Koefisien regresi X sebesar 0,332 yaitu H. Untuk setiap kenaikan 1% jumlah investasi, nilai keputusan pembelian meningkat sebesar 0,322. Koefisien regresi bertanda positif dan arah pengaruh variabel X terhadap variabel Y disebut positif.

### Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana Variabel Keamanan

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.335	2.406		5.542	.000
	Keamanan (X1)	.629	.097	.543	6.461	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Membeli

Berdasarkan data pada tabel diketahui nilai konstanta (a) sebesar 13,335 dan nilai hedonik pembelian (b/koefisien regresi) sebesar 0,629, sehingga dapat ditulis persamaannya. regresinya:

$$Y' = a + b X$$

$$Y' = 13.335 + 0,629X$$

Menggunakan persamaan regresi, kita dapat menggambarkan hasil uji regresi linier sederhana sebagai::

- a) Konstanta sebesar 13.335, berarti bahwa nilai seragam dari variabel keamanan sebesar 13.335
- b) Koefisien regresi X sebesar 0,629, artinya setiap kenaikan 1% skor keamanan, skor keputusan menginap meningkat sebesar 0,629. Arah pengaruh variabel X terhadap variabel Y adalah positif karena koefisien regresinya positif

### Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana Kualitas Pelayanan

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17.613	2.114		8.333	.000
	Kualitas Pelayanan (X3)	.561	.105	.471	5.333	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Membeli (Y)

Sumber : Data Primer diolah SPSS 25.0

Dari data pada tabel diketahui nilai standar (a) sebesar 17,613 dan nilai kualitas pelayanan (b/koefisien regresi) sebesar 0,561, sehingga dapat ditulis persamaannya. Regresinya.

$$Y' = a + b X$$

$$Y' = 17.613 + 0,561X$$

Dengan menggunakan persamaan regresi, kita dapat menggambarkan hasil uji regresi linier sederhana sebagai:

- a) Konstanta 17,613 berarti nilai konsisten untuk variabel saluran penjualan adalah 17,613
- b) Koefisien regresi X adalah 0,561. Artinya setiap kenaikan 1% skor kualitas pelayanan maka nilai keputusan pembelian meningkat sebesar 0,561. Arah pengaruh variabel X terhadap variabel Y adalah positif karena koefisien



regresnya positif

### Analisis Regresi Linier Berganda Hasil uji Refresi Berganda

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	8.593	2.842		3.023	.003
Fasilitas (X1)	.127	.294	.226	2.291	.002
Keamanan (X2)	.488	.104	.422	4.706	.000
Kualitas Pelayanan (X3)	.371	.105	.312	3.533	.001

a. Dependent Variable: Keputusan Membeli (Y)

**Sumber : Data Primer diolah SPSS 25.0**

Berdasarkan hasil regresi linear berganda dapat diketahui bahwa variabel X pada penelitian ini dipengaruhi oleh tiga indikator yaitu: Fasilitas, Keamanan dan Kualitas Pelayanan. Tetapi untuk memeriksa signifikansi koefisien regresi, kita perlu menguji hipotesis menggunakan uji-t dan uji-F seperti yang ditunjukkan di bawah ini.

Dari persamaan diatas, dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a) Dengan nilai sebesar 0,226, variabel fasilitas (X1) memiliki koefisien regresi positif. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan menginap akan meningkat sebesar 0,226 jika variabel fasilitas bertambah satu satuan sedangkan faktor lainnya tetap. Akibatnya, hipotesis berbunyi: Hal ini terbukti benar: "Semakin kuat keputusan pembelian, semakin baik pula fasilitas yang diberikan oleh suatu perusahaan perumahan."
- b) Dengan nilai 0,422, variabel keamanan (X2) memiliki koefisien regresi positif. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian akan menjadi 0,422 jika variabel keamanan (X2) naik sebesar satu satuan sedangkan faktor lainnya tidak berubah. Akibatnya, hipotesis berbunyi: Hal ini terbukti benar: "Semakin kuat keputusan pembelian, semakin baik keamanan yang diberikan oleh perusahaan perumahan."
- c) Dengan nilai sebesar 0,312, variabel kualitas pelayanan (X3) memiliki koefisien regresi positif. Hal ini menunjukkan bahwa ketika semua faktor lainnya tetap konstan, peningkatan satu satuan variabel lokasi (X3) akan menghasilkan peningkatan keputusan konsumen sebesar 0,312 persen. Akibatnya, hipotesis berbunyi: Hal ini terbukti: "Semakin kuat keputusan pembelian, semakin baik kualitas layanan perusahaan perumahan."

Variabel X dalam penelitian ini dipengaruhi oleh tiga indikator yang ditunjukkan dari hasil regresi linier berganda yaitu kualitas pelayanan, keamanan, dan fasilitas. Namun demikian, hipotesis tetap harus diuji dengan uji t dan uji F, seperti yang ditunjukkan di bawah ini, untuk mengetahui signifikansi koefisien regresi.

### Koefisien Korelasi Berganda

Nomor indeks yang disebut koefisien korelasi linear berganda digunakan untuk menentukan seberapa dekat dua variabel terkait. dapat dilihat pada tabel berikut :



**Tabel Koefisien Korelasi Berganda**  
**Correlations**

		Fasilitas	Keamanan	Kualitas Pelayanan	Keputusan Membeli
Fasilitas	Pearson Correlation	1	.416**	.382**	.421**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.001
	N	102	102	102	102
Keamanan	Pearson Correlation	.416**	1	.353**	.543**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	102	102	102	102
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	.382**	.353**	1	.471**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	102	102	102	102
Keputusan Membeli	Pearson Correlation	.321**	.543**	.471**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	
	N	102	102	102	102

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**Sumber : Data Primer diolah SPSS 25.0**

Berdasarkan hasil tabel nilai koefisien korelasi fasilitas Pedoman untuk menafsirkan nilai korelasi fasilitas berkisar antara 0,40 hingga 0,599, yang menunjukkan bahwa ada tingkat hubungan yang moderat antara fasilitas dan keputusan pembelian.

Menurut pedoman interpretasi nilai korelasi keamanan, koefisien korelasi keamanan sebesar 0,543 menunjukkan bahwa tingkat hubungan antara keamanan dan keputusan pembelian adalah sedang.

Berdasarkan nilai pedoman interpretasi korelasi kualitas layanan, yaitu antara 0,40 dan 0,599, koefisien korelasi untuk kualitas layanan adalah 0,471. Hal ini menunjukkan hubungan yang moderat antara kualitas layanan dan keputusan pembelian.

### Koefisien Determinasi

**Tabel Koefisien Determinasi**

<b>Model Summary</b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.620 <sup>a</sup>	.384	.365	1.99456

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X3), Keamanan (X2), Fasilitas (X1)

**Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS 25.0**

Berdasarkan tabel koefisien jaminan mengalami perubahan R square sebesar 0,365. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen fasilitas, keamanan, dan kualitas pelayanan dapat memberikan kontribusi sebesar 36,5% terhadap keputusan menginap (Y). Sedangkan sisanya (100% - 35,5% = 63,5%) merupakan variabel lain yang tidak tercakup dalam penelitian ini tetapi berada di luar model.

### Pengujian Hipotesis

Tujuan dari pengujian hipotesis adalah untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan dan mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas peralatan,

keselamatan, dan layanan terhadap keputusan pembelian. Alat SPSS 25.0 digunakan untuk pengujian hipotesis statistik dalam penelitian ini. Dibawah ini adalah temuan pengujian hipotesis penelitian ini:

**Uji t**

Hipotesis yang diuji adalah :

**Tabel Hasil Uji T**

Variabel Bebas	t hitung	Signifikasi
Fasilitas	2,291	0,002
Keamanan	4,706	0,000
Kualitas Pelayanan	3.533	0,001

**Sumber : Data Primer diolah SPSS 25.0**

- a) Nilai t hitung untuk variabel fasilitas adalah 2,291 dengan tingkat signifikansi 0,002 seperti terlihat pada Tabel 4.13. H0 ditolak dan H1 diterima karena nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu  $(2,291) > (1,660)$ , dan nilai signifikansi 0,001 < 0,05. *Kesimpulan:* Variabel fasilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
- b) Nilai t hitung untuk variabel keamanan sebesar 4,706 dengan tingkat signifikansi 0,000 seperti terlihat pada Tabel 4.13. H0 ditolak dan H1 diterima karena nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu  $(4,706) > (1,660)$ , dan nilai signifikansi 0,001 < 0,05. *Kesimpulan:* Variabel keamanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
- c) Nilai t hitung variabel kualitas pelayanan sebesar 3,533 ditunjukkan pada Tabel 4.12 dengan tingkat signifikansi 0,001. Karena nilai t yang ditentukan lebih penting daripada t tabel, yaitu  $(3,533) > (1,660)$  dan nilai kepentingan 0,001 < 0,05; H0 ditolak dan H1 diterima sebesar 0,05.

*Kesimpulan:* Keputusan pembelian dipengaruhi secara signifikan oleh variabel kualitas

**Pengujian Hipotesis**

Melakukan uji hipotesis untuk memvalidasi dan mengkonfirmasi hipotesis yang telah dibuat bagaimana fasilitas, keamanan, dan kualitas pelayanan mempengaruhi keputusan pembelian. Dalam penelitian ini pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan statistik tools SPSS 25.0. Berikut adalah hasil pengujian hipotesis untuk penelitian ini.:

**Uji t**

Hipotesis yang diuji adalah :

Uji-t adalah pengujian yang secara parsial atau terpisah menentukan signifikansi pengaruh variabel independen (fasilitas, keamanan, kualitas layanan) untuk menjelaskan variabel dependen (keputusan pembelian). Pengujian dilakukan dengan membandingkan  $t_{tabel}$  pada penelitian ini dengan  $dr = n-k-1$  ( $102-3-1 = 99$ ) dengan tingkat signifikansi pada  $\alpha = 0,05$  dan nilai  $t_{tabel} = 1.660$ . berikut ini hasil *output* uji parsial:

**Hasil Uji T**

Variabel Bebas	t hitung	Signifikasi
Fasilitas	2,291	0,002
Keamanan	4,706	0,000
Kualitas Pelayanan	3.533	0,001

**Sumber : Data Primer diolah SPSS 25.0**

H0 :  $b_i = 0$ , Tidak ada pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat  
H1 :  $b_i > 0$ , variabel independen mempengaruhi variabel dependen.

Hasil analisis uji t adalah sebagai berikut:

- a) Tabel menunjukkan bahwa nilai t terhitung dari variabel pusat adalah 2,291 dengan tingkat signifikansi 0,002. Nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu (2,291) > (1,660) dengan nilai signifikansi 0,001. ;0,05 menolak H0 dan menerima H1. Kesimpulan: Variabel fasilitas berpengaruh positif besar terhadap keputusan pembelian.
- b) Tabel menunjukkan bahwa nilai t hitung untuk variabel keamanan adalah 0,706 pada tingkat signifikansi 0,000. Nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu (0,706) > (1,660) dengan nilai signifikansi 0,001. 0,05 menolak H0 dan menerima H1. Kesimpulan: Variabel keamanan berpengaruh positif besar terhadap keputusan pembelian.
- c) Dari tabel terlihat bahwa nilai t hitung untuk variabel kualitas pelayanan sebesar 3,533 pada taraf signifikansi 0,001. Nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu (3,533) > (1,660) dengan nilai signifikansi 0,001. ;0,05 menolak H0 dan menerima H1. Kesimpulan: variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Hasil Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	242.951	3	80.984	20.356	.000 <sup>b</sup>
	Residual	389.872	98	3.978		
	Total	632.824	101			

a. Dependent Variable: Keputusan Membeli (Y)

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X3), Keamanan (X2), Fasilitas (X1)

**Sumber : Data Primer diolah SPSS 25.0**

Berdasarkan ANOVA atau uji F yang ditunjukkan pada tabel itu menerima skor-F 20,356 pada tingkat signifikansi 0,000. Probabilitasnya jauh lebih kecil dari 0,05 (0,000 lebih kecil dari 0,05) dan nilai-F lebih besar dari F-tabel (20,356 lebih besar dari 1,660), fasilitas variabel independen (X1), kepastian (X2), dan It dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan meliputi: (X3) Secara simultan atau bersama-sama berpengaruh besar terhadap variabel keputusan pembelian (Y)

**Koefisien Korelasi Berganda**

Koefisien korelasi linier berganda adalah angka indeks yang digunakan untuk mengukur hubungan erat antara dua variabel. Menurut Sugishirono, pedoman interpretasi koefisien korelasi adalah:

- 0,00 – 0,199 = sangat rendah
- 0,20 – 0,399 = rendah
- 0,40 – 0,599 = sedang
- 0,60 – 0,799 = kuat
- 0,80 – 1,000 = sangat kuat

Adapun hasil pengujian korelasi berganda dapat dilihat pada tabel berikut:

### Koefisien Korelasi Berganda

Correlations					
		Fasilitas	Keamanan	Kualitas Pelayanan	Keputusan Membeli
Fasilitas	Pearson Correlation	1	.416**	.382**	.421**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.001
	N	102	102	102	102
Keamanan	Pearson Correlation	.416**	1	.353**	.543**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	102	102	102	102
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	.382**	.353**	1	.471**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	102	102	102	102
Keputusan Membeli	Pearson Correlation	.321**	.543**	.471**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	
	N	102	102	102	102

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : Data Primer diolah SPSS 25.0

Berdasarkan hasil tabel Nilai Koefisien Korelasi Situs 0, 21, Berdasarkan Pedoman Interpretasi Nilai Korelasi Situs Dalam Kisaran 0, 0 hingga 0,599, yang Melibatkan Derajat Asosiasi Menengah Antara Situs dan Keputusan Pembelian artinya tingkat.

Berdasarkan nilai panduan nilai interpretasi korelasi keselamatan, koefisien korelasi keselamatan sebesar 0,5 3 berada pada kisaran 0, 0 hingga 0,599 yang berarti tingkat relevansi keamanan terhadap keputusan pembelian tergolong sedang..

Koefisien korelasi kualitas layanan sebesar 0, 71 berdasarkan nilai referensi interpretasi korelasi kualitas layanan dalam kisaran 0, 0 - 0,599, menunjukkan bahwa ada hubungan yang moderat antara kualitas layanan dan keputusan pembelian.

### Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.620 <sup>a</sup>	.384	.365	1.99456

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X3), Keamanan (X2), Fasilitas (X1)

Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS 25.0

Adjusted R-squared untuk koefisien determinasi adalah 0,365. Artinya, 36,5% keputusan inginap (Y) Hal ini dapat dijelaskan oleh variabel independen seperti fasilitas, keamanan dan kualitas pelayanan. sisanya (100% - 35,5% = 63,5%) dijelaskan oleh variabel ekstra model lain yang tidak dipertimbangkan dalam penelitian ini.

## PEMBAHASAN

### Variabel Fasilitas

Variabel pertama adalah variabel konfigurasi dan berpengaruh positif dengan koefisien regresi sebesar 0,226. Berdasarkan informasi responden kami pada tujuh indikator pertanyaan, mayoritas responden mengatakan bahwa pamflet tersebut menjelaskan bahwa lebar jalan di kawasan perumahan adalah 55,9%, dan arus lalu lintas ke kawasan perumahan sangat lancar. bahwa mereka memberikan jawaban yang konsisten untuk

indikator pertanyaan. 5,9%, barang-barang rumah tangga yang nyaman dengan drainase yang baik 52,9%, tempat pembuangan sampah, air bersih dan lampu penerangan jalan dengan kondisi yang baik (52%), design dan penataan rumah yang modern dan ramah lingkungan 47,1% dan pemasangan paving block yang sudah merata (46,1%). Hal ini membuktikan bahwa para konsumen yang memutuskan membeli perumahan di PT. Perumahan Arumi Graha Cipta Palembang menganggap bahwa fasilitas yang telah dibangun dengan kondisi yang baik.

Menurut Park dan Kim (2006), Sukmas menurut ATjipton (2006) adalah wawasan yang diperoleh dari interaksi antar pelanggan. dan bisnis mempengaruhi kualitas layanan yang dirasakan pelanggan. Semakin tinggi kualitas layanan yang dirasakan konsumen, semakin mereka akan menggunakan layanan perusahaan.

### **Variabel Keamanan**

Sisi positifnya, variabel berikutnya yaitu variabel keamanan memiliki pengaruh paling besar terhadap keputusan untuk mempertahankan koefisien regresi sebesar 0,22. Hal ini terlihat dari informasi yang diberikan responden dari keenam indikator pertanyaan Anda menjawab ya terhadap indikator pos penjagaan pada awal masuk PT. Perumahan Arumi Graha Cipta Palembang (55,9%), terdapat petugas keamanan yang berjaga (53,9), petugas keamanan melaksanakan tugasnya dengan sigap (53,9%), terdapat one gate system (52%), wajib lapor kepada petugas keamanan jika ada tamu yang datang (51%), memiliki fasilitas keamanan 24 jam (45,1%). Hal ini membuktikan bahwa para konsumen yang memutuskan untuk membeli perumahan di PT. Perumahan Arumi Graha Cipta Palembang menganggap keamanan yang ada di perumahan tersebut sudah aman.

Menurut Park and Kim (2006) dalam Sukma, Abdurahman, Menurut Adi (2012), perlindungan keamanan merupakan bagian dari proses membangun kepercayaan, mengurangi kekhawatiran konsumen tentang penyalahgunaan data pribadi, dan transaksi yang melibatkan data yang mudah rusak merupakan bagian penting.

### **Variabel Kualitas Pelayanan**

Berdasarkan tanggapan responden, variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dengan koefisien regresi sebesar 0,312 dari keempat indikator pertanyaan tersebut, terlihat bahwa jawaban responden juga lebih dominan pada kecocokan terhadap indikator-indikator tersebut pelayanan yang diberikan sangat memuaskan (55,9), informasi produk, syarat-syarat dan sistem pembayaran (54,9%), petugas menunjukkan kesungguhannya dalam menangani masalah konsumen (52,9%), Memberikan solusi terbaik terhadap keluhan konsumen (49%).

Sebagian besar responden menilai kualitas pelayanan PT. Perumahan Arumi Graha Cipta Palembang Senada Zeithaml (1998) berpendapat bahwa kualitas layanan adalah hasil evaluasi pelanggan atas manfaat atau atribut layanan secara umum. Kualitas layanan ini mempengaruhi perbedaan loyalitas jika evaluasi yang dihasilkan positif.

## **E. KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan temuan dan berdasarkan hasil analisis data kami, kami dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

### **1. Pengaruh fasilitas terhadap keputusan membeli**

Variabel fasilitas memiliki pengaruh positif yang besar terhadap variabel keputusan pembelian. Hal ini berdasarkan analisis kuantitatif dimana hasil t hitung (2,291) lebih besar dari tabel-t (1,660). Indikator Pengelolaan Lingkungan

- Permukiman dan pemerataan jalan maupun pemasangan paving blok perumahan dapat mempengaruhi keputusan membeli. Pemerataan pembangunan dan kecepatan pembangunan dapat mempengaruhi seseorang untuk membeli. Kecepatan pembangunan dan kecepatan pembangunan.
2. Pengaruh keamanan terhadap keputusan membeli  
Variabel keamanan berpengaruh positif signifikan terhadap variabel keputusan pembelian. Hal ini berdasarkan analisis kuantitatif bahwa hasil t hitung (0,706) lebih besar dari t tabel (1,660). indikator keamanan apartemen, pos pemeriksaan, serta rute masuk dan keluar penting saat memutuskan apakah akan membeli apartemen. Pada dasarnya, jika lingkungan tempat tinggal sudah ada, Anda akan memutuskan untuk membeli kondominium.
  3. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan membeli.  
Variabel kualitas layanan memiliki dampak positif yang besar Tentang variabel keputusan pembelian. Hal ini berdasarkan analisis kuantitatif bahwa hasil t hitung (3,533) lebih besar dari t tabel (1,660). pemahaman mengenai produk perumahan serta syarat-syarat pembelian perumahan penting dalam mempengaruhi seseorang terhadap keputusan membeli. Kesungguhan dan pemberian solusi alam penyampaian jasa, seseorang merasakan kegembiraan dan kepuasan atas pelayanan yang diberikan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- K. T. Indriana, Chusnah, dan *Dampak Keamanan dan Kenyamanan terhadap Kepuasan Konsumen dengan Fintech Electronic Journal of Business and Economics*
- Lesmana, I. S., A. Bahits, dan J. Adiswans *Kemajuan dan Perkantoran serta Pengaruhnya Terhadap Pilihan Pembelian di Penginapan Persada Banten. Ekonomi Syariah dan jurnal ekonomi elektronik.*
- Mongkaren (2013) *Kepuasan pengguna jasa RS Advent Manado dipengaruhi oleh fasilitas dan kualitas pelayanan. E-Jurnal EMBA.*
- Priyatno (2018) *SPSS Simple Aide by Information for Student and The General People. Yogyakarta: Andi.*
- Santoso (2014) *Kebijakan Perumahan. Jakarta.*
- Sugiyono (2021). *Penelitian dan Pengembangan: Metode Kuantitatif dan Kualitatif. Bandung: Alfabet.*
- Riskijah (2012) *Kajian kepuasan konsumen terhadap fasilitas perumahan di bawah standar. Jurnal Prokons Politeknik Negeri Malang.*
- Riskijah (2012) *Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Fasilitas Perumahan Malam Hari. Jurnal elektronik Politeknik Negeri Prokons Malang*