

## PENGARUH LOKASI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI KPR DI PT SAM PROPERTY INDONESIA

*The Influence Of Location And Price On Home Purchase Decisions Through The Mortgage Kpr Scheme At PT Sam Property Indonesia*

Bahrudin<sup>1</sup>, Fitriani<sup>2</sup>, Rudi Arafah<sup>3</sup>, Akhsan<sup>4</sup>, Marwah Riizkia Syafadillah<sup>5</sup>

Email: [bahrudin.777@gmail.com](mailto:bahrudin.777@gmail.com)<sup>1</sup>, [fitri.Fa29@gmail.com](mailto:fitri.Fa29@gmail.com)<sup>2</sup>, [Rudiarafah@gmail.com](mailto:Rudiarafah@gmail.com)<sup>3</sup>, [akhsan1870@gamil.com](mailto:akhsan1870@gamil.com)<sup>4</sup>, [syafaanums@gmail.com](mailto:syafaanums@gmail.com)<sup>5</sup>

<sup>12345</sup>Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Parepare  
Jl. Jend. Ahmad Yani No.Km.6, Bukit Harapan, Kec. Soreang, Kota Parepare, Sulawesi Selatan Kode Pos 91131

### Abstract

*The association of housing location and price with home purchase decisions through a mortgage (KPR) at PT Sam Property Indonesia was examined using an explanatory quantitative design. Eighty consumers were selected through simple random sampling. Data were collected using a five-point Likert-scale questionnaire and analyzed by multiple linear regression with SPSS. Pearson correlations for the questionnaire items ranged from 0.759 to 0.837, exceeding the critical  $r$  value of 0.220, with  $p$  values below 0.05. However, these were item-to-total-score correlations and should be supplemented with corrected item-total correlations. The regression model was significant,  $F(2, 77) = 25.419$ ,  $p < 0.001$ , with  $R^2 = 0.398$  and adjusted  $R^2 = 0.382$ . Together, location and price explained approximately 39.8% of the variation in purchase decision scores within the sample. Location had a positive coefficient but did not reach the 5% significance threshold ( $B = 0.207$ ;  $\beta = 0.189$ ;  $t = 1.933$ ;  $p = 0.057$ ). Price had a positive and significant coefficient ( $B = 0.605$ ;  $\beta = 0.526$ ;  $t = 5.366$ ;  $p < 0.001$ ). The standardized coefficient for price was larger than that for location in this model, although this does not establish that location is unimportant to all homebuyers. For the subsidized housing consumers studied, developers may consider presenting clear information about prices and mortgage payments while maintaining accessibility, safety, and residential comfort. Because the data came from one developer, generalization to other housing markets requires caution. The observed relationships are associative and cannot establish causation. Further assessment requires verification of the sampling frame, instrument reliability, and regression assumptions using the original data.*

**Keywords:** Housing Location, Housing Price, Purchase Decision, Mortgage, Subsidized Housing

### Abstrak

Pengaruh lokasi dan harga perumahan terhadap keputusan pembelian melalui Kredit Pemilikan Rumah (KPR) pada PT Sam Property Indonesia dianalisis menggunakan desain kuantitatif eksplanatori. Sebanyak 80 konsumen dipilih melalui simple random sampling. Data dikumpulkan dengan kuesioner berskala Likert lima tingkat dan dianalisis menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan SPSS. Korelasi Pearson untuk butir kuesioner berkisar antara 0,759 dan 0,837, melebihi nilai  $r$  tabel 0,220, dengan signifikansi di bawah 0,05. Namun, hasil tersebut merupakan korelasi butir dengan skor total dan perlu dilengkapi pemeriksaan korelasi butir total terkoreksi. Model regresi signifikan,  $F(2,77) = 25,419$ ;  $p < 0,001$ , dengan  $R^2 = 0,398$  dan adjusted  $R^2 = 0,382$ . Artinya, lokasi dan harga secara bersama menjelaskan sekitar 39,8% variasi skor keputusan pembelian dalam sampel. Secara parsial, lokasi memiliki koefisien positif, tetapi belum signifikan pada taraf 5% ( $B = 0,207$ ;  $\beta = 0,189$ ;  $t = 1,933$ ;  $p = 0,057$ ). Harga memiliki koefisien positif dan signifikan ( $B = 0,605$ ;  $\beta = 0,526$ ;  $t = 5,366$ ;  $p < 0,001$ ). Koefisien terstandar harga lebih besar daripada lokasi dalam model ini, tetapi perbedaan tersebut tidak membuktikan bahwa lokasi tidak penting bagi seluruh pembeli rumah. Temuan pada konsumen perumahan bersubsidi ini dapat menjadi pertimbangan pengembang untuk menyajikan informasi harga dan angsuran KPR secara jelas, seraya mempertahankan aksesibilitas, keamanan, dan kenyamanan hunian. Karena data berasal dari satu pengembang, generalisasi ke pasar perumahan lain memerlukan kehati-hatian. Hubungan yang ditemukan juga bersifat asosiatif sehingga tidak dapat ditafsirkan sebagai bukti sebab akibat. Penilaian lanjut memerlukan verifikasi kerangka sampel, reliabilitas instrumen, dan asumsi regresi pada data asli.

**Kata Kunci:** Lokasi Perumahan, Harga Perumahan, Keputusan Pembelian, KPR, Rumah Bersubsidi

## PENDAHULUAN

Rumah merupakan kebutuhan dasar yang berfungsi sebagai tempat berlindung sekaligus ruang yang memberikan keamanan, kenyamanan, dan stabilitas bagi keluarga (Awwalia, 2023; Heriski et al., 2024). Pertumbuhan penduduk dan urbanisasi meningkatkan kebutuhan perumahan, tetapi keterbatasan daya beli menyebabkan sebagian masyarakat, khususnya Masyarakat Berpenghasilan Rendah (MBR), belum mampu memperoleh hunian yang layak. Program KPR bersubsidi kemudian menjadi instrumen kebijakan untuk memperluas akses kepemilikan rumah melalui pembiayaan yang lebih terjangkau.

Keputusan membeli rumah melalui KPR melibatkan pertimbangan ekonomi dan atribut hunian. Dua faktor yang sering dikaji adalah lokasi dan harga. Lokasi mencakup aksesibilitas, keamanan, kesehatan lingkungan, kenyamanan, serta kedekatan dengan fasilitas umum (Dhiraj, 2025). Harga dalam konteks KPR tidak hanya bermakna harga jual, tetapi juga uang muka, cicilan, tenor, dan kesesuaian manfaat rumah dengan beban pembayaran (Rakhmat, 2024). Dalam teori perilaku konsumen, keputusan pembelian muncul setelah konsumen mengevaluasi manfaat, biaya, risiko, dan kesesuaian produk dengan kebutuhannya (Anna, 2024; Harahap, 2023).

PT Sam Property Indonesia telah memasarkan 223 unit rumah sejak 2018. Observasi awal menunjukkan bahwa calon konsumen paling sering menanyakan besaran harga atau cicilan dan lokasi perumahan. Namun, karakter lokasi yang dianggap menarik tidak semata-mata kedekatan dengan pusat kota, melainkan juga ketenangan lingkungan dan kelancaran fasilitas dasar. Kondisi tersebut menyediakan konteks yang berbeda dari penelitian yang umumnya mendefinisikan lokasi terutama melalui kedekatan geografis.

Penelitian terdahulu umumnya menemukan bahwa harga dan lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian rumah (Anton & Firmansyah, 2024; Heriski et al., 2024; Widana & Ariasih, 2024). Akan tetapi, hasilnya tidak selalu konsisten, khususnya ketika konsumen menghadapi keterbatasan daya beli dan pilihan dalam segmen rumah bersubsidi. Kebaruan penelitian ini terletak pada pengujian relatif antara persepsi lokasi dan keterjangkauan harga pada konsumen KPR PT Sam Property Indonesia, dengan karakter lokasi yang tidak berpusat pada kedekatan kawasan komersial. Penelitian ini menjawab pertanyaan: (1) apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian; (2) apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian; dan (3) apakah lokasi dan harga secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian? Tujuannya adalah menganalisis pengaruh parsial dan simultan kedua variabel tersebut terhadap keputusan pembelian KPR.

## METODE PENELITIAN

Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain eksplanatori untuk menguji pengaruh lokasi (X1) dan harga perumahan (X2) terhadap keputusan pembelian KPR (Y). Populasi penelitian adalah konsumen/penghuni pengguna KPR pada PT Sam Property Indonesia. Sampel penelitian berjumlah 80 responden dan dipilih menggunakan simple random sampling sehingga setiap anggota populasi sasaran memiliki peluang untuk dipilih. Penyebutan 55 pegawai pada versi sebelumnya merupakan kesalahan penulisan dan telah diperbaiki.

Data dikumpulkan melalui kuesioner dengan skala Likert lima tingkat, yaitu 1 = sangat tidak setuju sampai 5 = sangat setuju. Setiap variabel diukur menggunakan lima indikator. Analisis dilakukan menggunakan SPSS melalui uji validitas, pemeriksaan reliabilitas, uji normalitas residual, regresi linear berganda, uji t, dan uji F pada taraf signifikansi 5%. Model regresi dirumuskan sebagai  $Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \epsilon$ . Koefisien determinasi digunakan untuk menilai proporsi variasi keputusan pembelian yang dijelaskan oleh lokasi dan harga.

**Tab 1 Uji Validitas**

| Indikator | Pearson Correlation | r tabel | Sig.   | Keputusan |
|-----------|---------------------|---------|--------|-----------|
| X1.1      | .804                | 0,220   | <0,001 | Valid     |
| X1.2      | .778                | 0,220   | <0,001 | Valid     |
| X1.3      | .759                | 0,220   | <0,001 | Valid     |
| X1.4      | .779                | 0,220   | <0,001 | Valid     |
| X1.5      | .803                | 0,220   | <0,001 | Valid     |
| X2.1      | .826                | 0,220   | <0,001 | Valid     |
| X2.2      | .774                | 0,220   | <0,001 | Valid     |
| X2.3      | .818                | 0,220   | <0,001 | Valid     |

| Indikator | Pearson Correlation | r tabel | Sig.   | Keputusan |
|-----------|---------------------|---------|--------|-----------|
| X2.4      | .777                | 0,220   | <0,001 | Valid     |
| X2.5      | .833                | 0,220   | <0,001 | Valid     |
| Y1        | .823                | 0,220   | <0,001 | Valid     |
| Y2        | .789                | 0,220   | <0,001 | Valid     |
| Y3        | .795                | 0,220   | <0,001 | Valid     |
| Y4        | .789                | 0,220   | <0,001 | Valid     |
| Y5        | .837                | 0,220   | <0,001 | Valid     |

Sumber data olah SPSS

**Tab 2 Pemeriksaan Reliabilitas yang Tersedia**

| Variabel            | Corrected Item-Total Correlation | Squared Multiple Correlation | Alpha if Item Deleted |
|---------------------|----------------------------------|------------------------------|-----------------------|
| Lokasi              | .470                             | .222                         | .751                  |
| Harga               | .621                             | .407                         | .585                  |
| Keputusan Pembelian | .602                             | .398                         | .601                  |

Sumber data olah SPSS

**Tab 3 Uji Normalitas Residual**

| N  | Test Statistic | Asymp. Sig. | Keputusan                     |
|----|----------------|-------------|-------------------------------|
| 80 | .096           | .066        | Residual berdistribusi normal |

Sumber data olah SPSS

**Tab 4 Model Regresi dan Koefisien Determinasi**

| R    | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of Estimate |
|------|----------|-------------------|------------------------|
| .631 | .398     | .382              | 2.103                  |

Sumber data olah SPSS

**Tab 5 Uji Parsial**

| Variabel  | B     | Std. Error | Beta | t     | Sig.  | Keputusan        |
|-----------|-------|------------|------|-------|-------|------------------|
| Konstanta | 3.375 | 2.390      | -    | 1.412 | .162  | -                |
| Lokasi    | .207  | .107       | .189 | 1.933 | .057  | Tidak signifikan |
| Harga     | .605  | .113       | .526 | 5.366 | <.001 | Signifikan       |

Sumber data olah SPSS

**Tab 6 Uji Simultan**

| Sumber     | Sum of Squares | df | Mean Square | F      | Sig.  |
|------------|----------------|----|-------------|--------|-------|
| Regression | 224.880        | 2  | 112.440     | 25.419 | <.001 |
| Residual   | 340.608        | 77 | 4.423       |        |       |
| Total      | 565.487        | 79 |             |        |       |

Sumber data olah SPSS

### **Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian**

Lokasi berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian ( $\beta = 0,189$ ;  $p = 0,057$ ). Hasil ini berarti bahwa setelah harga dikendalikan, bukti statistik belum cukup untuk menyatakan bahwa variasi persepsi lokasi membedakan keputusan pembelian responden. Temuan tersebut tidak boleh ditafsirkan bahwa konsumen pasti memilih lokasi berdasarkan alasan psikologis karena variabel psikologis tidak diukur. Penjelasan yang lebih terbatas dan sesuai data adalah bahwa pada segmen rumah bersubsidi ini, variasi lokasi yang dirasakan responden mungkin tidak cukup kuat dibandingkan pertimbangan keterjangkauan. Hasil ini berbeda dari Anton dan Firmansyah (2024), Joko Prayogi dan Naipospos (2024), serta Widana dan Ariasih (2024), yang menemukan pengaruh signifikan lokasi. Perbedaan dapat muncul akibat konteks wilayah, karakteristik konsumen, operasionalisasi indikator lokasi, dan pilihan alternatif hunian.

### **Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian**

Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ( $\beta = 0,526$ ;  $p < 0,001$ ). Dalam konteks KPR, persepsi harga mencakup keterjangkauan cicilan, kesesuaian nilai rumah dengan biaya, dan kemampuan mempertahankan pembayaran dalam jangka panjang. Karena responden berada pada segmen pembiayaan perumahan, evaluasi terhadap harga secara langsung berkaitan dengan risiko keuangan rumah tangga. Hasil ini sejalan dengan Heriski et al. (2024), Indah et al. (2023), dan Tri Mulya dan Purwanti (2025), yang menunjukkan peran harga dalam keputusan pembelian perumahan. Namun, temuan ini bersifat asosiatif dan tidak membuktikan bahwa harga merupakan satu-satunya penyebab keputusan pembelian.

### **Pengaruh Simultan Lokasi dan Harga**

Secara bersama-sama, lokasi dan harga menghasilkan model yang signifikan dan menjelaskan 39,8% variasi keputusan pembelian. Hasil ini mendukung kerangka perilaku konsumen bahwa pembelian merupakan evaluasi gabungan antara manfaat atribut hunian dan pengorbanan finansial. Meskipun kontribusi parsial lokasi tidak signifikan, lokasi tetap menjadi bagian dari model simultan; signifikansi model terutama didorong oleh kontribusi harga yang lebih kuat. Sisa variasi sebesar 60,2% menunjukkan kemungkinan peran kualitas bangunan, fasilitas, pendapatan, promosi, akses kredit, reputasi pengembang, dan karakteristik keluarga, sebagaimana variabel yang dibahas oleh Noviana et al. (2025).

## **SIMPULAN DAN SARAN**

### **Simpulan**

Lokasi memiliki arah pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian KPR pada PT Sam Property Indonesia. Karena penelitian tidak mengukur motif psikologis, hasil tersebut tidak digunakan untuk menyimpulkan bahwa ketenangan atau kenyamanan psikologis merupakan alasan utama konsumen. Harga berpengaruh positif dan signifikan serta menjadi prediktor yang lebih dominan. Secara simultan, lokasi dan harga berpengaruh signifikan dan menjelaskan 39,8% variasi keputusan pembelian. Kontribusi penelitian ini adalah menunjukkan bahwa dalam konteks perumahan bersubsidi PT Sam Property Indonesia, keterjangkauan harga lebih menentukan dibandingkan variasi persepsi lokasi, meskipun atribut lokasi tetap perlu memenuhi standar dasar hunian.

### **Saran**

PT Sam Property Indonesia disarankan menjaga keterjangkauan dan transparansi komponen harga, termasuk uang muka, cicilan, tenor, dan biaya tambahan. Pengembang tetap perlu memastikan aksesibilitas, keamanan, fasilitas dasar, dan kesesuaian lingkungan dengan SNI 03-1733-2004. Penelitian berikutnya disarankan memasukkan pendapatan, fasilitas, kualitas bangunan, promosi, akses pembiayaan, dan reputasi pengembang serta menggunakan cakupan lokasi yang lebih luas. Sebelum publikasi final, peneliti perlu melampirkan output Cronbach's Alpha keseluruhan serta pemeriksaan heteroskedastisitas dan Durbin-Watson dari data asli.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Achmad Budi Prasetyo, M. Pudjihardjo (2024). Menganalisis Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Kredit Pemilikan Rumah. *Journal Of Development Economic And Social Studies*. Volume 3 NO 4 Tahun 2024
- Akhsan Ahmad Imran (2025). Pengaruh Kemiskinan Dan Pendidikan Terhadap Indeks Pembangunan Manusia Di Kota Parepare *Cateris Paribus Journal* Volume 5 Nomor 1 Maret 2025
- Amir Salipu, Anggia R. Nurmaningtyas, dkk (2023). Pengantar Perumahan Dan Permukiman Tinjauan Tentang Standar dan Aturan Dalam Perencanaan Pemukiman Modern dan Tradisional. *Depublish Digital* (Penerbit Grup Budi Utomo) Yogyakarta
- Andiena Nindya Putri, Bukhari Muslim, Muhamad Syafii, Meyta Longkutoy (2024). Perbankan Dan Lembaga Keuangan Prinsip, Praktek, Dan Perspektif, PT Media Penerbit Indonesia
- Anna Wulandari Heru Mulyanto (2024). Keputusan Pembelian Konsumen. Penerbit PT Kimshafi Alung Cipta.
- Anton Kurniawan, Firmansyah (2024). Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Rumah di Bukit Indah Residence Pangkalan Balai. *Remik: Riset dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer* Volume 8, Nomor 2, April 2024
- Arief Sabaruddin (2023). Ekosistem Perumahan. Penerbit PT. Kanisius
- Awwalia (2023). Pengaruh harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada Mie Banyumas Yamin Parung Serab Kota Tangerang Banten. Universitas Pamulang.
- Azhari, Muhammad Taufiq, dkk (2024). Metode Penelitian Kuantitatif. PT. Sonpedia Publishing Indonesia, Jambi.
- Azizul Hudha, Dahlan Gunawan (2023). Pengaruh Digital Marketing, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Winner Sweet Home Managerial Zone: Management Study Program (S1) Batam University Volume 13, Issue 3, December 2023, Pages 121-128
- Bahrudin, Hasdiana, Febye Alfia Azzahra (2024). Pengaruh Pendidikan Dan Pengangguran Terhadap Kemiskinan Di Kabupaten Polewali Mandar *Cateris Paribus Journal* Volume 4 Nomor 1 Maret 2024
- Bayu Arie Fianto, Kindy Miftah, Noven Suprayogi (2025). Perbankan Syariah: Teori, Praktik, dan Dinamika Global. Raja Grafindo Persada. Jakarta
- D. Karya, Nazifah Husainah, R. Rudi Alhempri (2024). Manajemen Strategi. PT. Takaza Innovatix Labs. Sumatera Barat
- Dhiraj Kelly Sawlani (2025). Kelayakan Kebijakan Penyediaan Perumahan Bagi Masyarakat Berpendapatan Rendah Di Indonesia : Studi Kasus Program Tapera. *Scopindo Media Pustaka Indonesia*
- Efrita Soviyanti, Zulia Khairani (2025). Manajemen Pemasaran. LPPM Unilak
- Elia Ardyan, dkk (2023). Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif : Pendekatan Metode Kualitatif dan Kuantitatif di Berbagai Bidang. PT. Sonpedia Publishing Indonesia, Jambi.
- Emi Salmah, Iwan Harsono, Baiq Ismiwati, Baiq Saripa Wijimulawiani, Tuti Handayani (2024). Determinan Permintaan Perumahan Di Kota Mataram. *Elastisitas : Jurnal Ekonomi Pembangunan* Vol. 6, No. 1, Maret 2024.
- Erlinda Tehu, Evin Rizal Tamher (2025). Mengenal Tren Pemasaran. PT. Takaza Innovatix Labs. Sumatera Barat
- Erwin, Degdo Suprayitno, dkk (2024). Manajemen Pemasaran: Teori dan Strategi. PT. Green Pustaka Indonesia. Yogyakarta.
- Estu Mahanani, dkk (2024). Perilaku Konsumen Konsep dan Implementasi. Ureka Media Aksara, Maret 2024
- Fitriani, Yasri Tarawiru, Nur Wildayanti.B (2022). Pengaruh Realisasi Anggaran Pendapatan Dan Belanja Daerah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Enrekang. *Journal AK-99 ISSN : 2775-6726* Volume 2 Nomor 2, November 2022
- Harahap, M. Guffar (2023). PERILAKU KONSUMEN Teori dan Praktik. Penerbit PT Sada Kurnia Pustaka
- Heri Prabowo (2024). Perilaku Konsumen, Penerbit: Widina Media Utama

- Heriski Ramadan Moh., Erni yuningsih, Endang Silaningsih (2024). Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian di Perumahan Griya Alam Nusantara Tipe 36/72. *Journal of Management and Bussines (JOMB)* Volume 6, Nomor 3, Mei–Juni 2024
- Husna Leila Yusran, dkk (2025). *Perilaku Konsumen :: Membangun Strategi Pemasaran*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia,
- Indah Jilan Nizar Masali, Melizubaida Mahmud, Ardiansyah Ardiansyah, Usman Moonti, Irwan Yantu, Sudirman (2023). Pengaruh Harga Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Pada Perumahan Griya Dulomo. *JEBE, JOURNAL of ECONOMIC and BUSINESS EDUCATION* Volume (1), Issue (2) May 2023
- Iwang Adhi Suryawan, Sudharto P Hadi, Ngatno (2024). Pengaruh Harga, Lokasi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Maybelline (Studi Pada Konsumen Maybelline Paragon Mall Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, Vol. 13, No. 1, 2024
- Joko Prayogi, Indra Surya Nova Yessyca Naipospos (2024). Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Rumah di Residence Johor City, *Jurnal Insitusi Politeknik Ganesha MedanJuripol*, Volume 7 Nomor 2 Februari 2024.
- Keputusan Menteri PUPR Nomor 242/KPTS/M/2020 tentang Batasan Harga Jual Rumah Umum Tapak dan Satuan Rumah Susun Umum dalam Pelaksanaan Kredit/Pembiayaan Perumahan, serta Besaran Subsidi Bantuan Uang Muka Perumahan
- Lutviana Antin P (2024). Pengaruh Fasilitas, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Memilih Indekost (Studi Kasus Pengguna Indekost Di Kelurahan TuahMadani Kota Pekanbaru). Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
- Lu'luil Maknuun (2024). *AKUNTANSI PERBANKAN, Literasi Nusantara Abadi*
- Moulvi Dermawan, Annisa A Junia (2024). Pengaruh Harga,Kualitas Produk,Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen di Indomaret Daan Mogot 30. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, Maret 2024, 10 (5), 588-601
- Mustofa Amirul Hadi (2023). *Penilaian Properti Rumah Kediaman (Residential Property Appraisal)*. Depublish Digital (Penerbit Grup Budi Utomo) Yogyakarta
- Noor Hamidah, dan Mahdi Santoso (2023). *Pengantar Perumahan dan Permukiman* Depublish Digital (Penerbit Grup Budi Utomo) Yogyakarta
- Noviana Pramesti Putri, Waluyo Nuswantoro, Almuntofa Purwantoro (2025). Model Pengaruh Variabel Fasilitas, Harga, Kualitas Bangunan, Lokasi, Pendapatan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Subsidi di Kabupaten Katingan. *Serambi Enginering* Volume X, No.3, Juli 2025 Hal 13859 - 13866
- Nurmawati (2025). *Perilaku Konsumen & Keputusan Pembelian*, Penerbit Media Nusa Kreatif
- Peraturan Bank Indonesia Nomor 23/2/PBI/2021 tentang Perubahan Ketiga atas Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/8/PBI/2018 tentang Rasio Loan To Value untuk Kredit Properti, Rasio Financing To Value untuk Pembiayaan Properti, dan Uang Muka untuk Kredit atau Pembiayaan Kendaraan Bermotor
- Peraturan Menteri Negara Perumahan Rakyat Momor 32 Tahun 2006
- Puji Yuniarti, Wiwin Wianti, Ratih Setyo Rini, Zahra (2023). *Metode Penelitian Sosial*. PT. Nasya Expanding Magement (PT. NEM). Bojong Jawa Tengah
- Rakhmat Dwi Pambudi (2024). *EKONOMI INDUSTRI Pendekatan Teori dan Aplikasi*. PT. Cahya Ghani Recovery Jawa Tengah
- Rika Desiyanti (2024). *Manajemen Perbankan* Penerbit LPPM Universitas Bung Hatta
- Riska Maulidya Alfasyah (2024). Pengaruh Harga Rumah, Luas Bangunan, Kematangan Ekonomi, Pertumbuhan Ekonomi Dan Inflasi Terhadap Permintaan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Bersubsidi Program Fasilitas Likuiditas Pembiayaan Perumahan (FLPP) (Studi Kasus FLPP Tahun 2022 di Jawa Barat). Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- SNI 03-1733-2004 Tentang Tata Cara Perencanaan Lingkungan Perumahan Di Perkotaan

Sugiyono (2022). Metode Penelitian Kuantitatif, Cetakan Ke-3. Bandung : Alfabeta, CV

Tri Mulya Hanipah, Purwanti (2025). Pengaruh Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Perumahan Vertihome Cibinong Bogor Greenpark Group Jurnal PERKUSI: Pemasaran, Keuangan dan Sumber Daya Manusia Volume 5, Number 2, April, 2025, pp. 447-458

Undang-Undang Perbankan Nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perbankan

Undang-Undang Nomor 1 tahun (2011). Tentang Perumahan Dan Kawasan Permukiman

Untung Lasiyono, dan Edy Sulistiyawan (2024). Metode Penelitian Kuantitatif. CV. Mega Press Nusantara, Sumedang Jawa Barat.

Widana,I.K.G.W., M.P. Ariasih (2024). Peran Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Di PT Umah Mesari. Bisma: Jurnal Manajemen, Vol. 10 No. 3, Desember 2024