

Studi Empirik Pengambilan Keputusan Pembelian Apartemen Di Semarang

Heru Eko Prasetyo¹, A.Amsar², Jaluanto Sunu Punjul Tyoso³

^{1,2}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis,
Universitas 17 Agustus 1945 Semarang

³Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomika dan Bisnis,
Universitas 17 Agustus 1945 Semarang

E-mail: heru-eko-prasetyo@untagsmg.ac.id¹, amsar@untagsmg.ac.id², jaluanto@untagsmg.ac.id³

Abstract. *The purpose of this study is to examine the influence of lifestyle, location and service quality on the process of making a decision to buy an apartment at Amarta View Semarang. An empirical approach is used in this study, collecting data from customers who live in Amarta View Semarang. The questionnaire serves as a tool that contains structured questions about lifestyle, location, service quality and purchasing decision process. The analytical method used is multiple linear regression with a sample size of 90. Decisions show lifestyle, location and quality of service give a significant positive effect on purchasing decisions. Future studies should be able to add more variables such as price, advertising innovation, demographics, taste and comparison with other household contents and increase the sample size used.*

Keywords: *lifestyle, location, quality of service, decision-making, purchasing.*

Abstrak. Penelitian bertujuan untuk menguji dampak gaya hidup, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap proses pengambilan keputusan pembelian apartemen Amarta View Semarang. Pendekatan empiris digunakan dalam penelitian ini, mengumpulkan data dari pelanggan yang tinggal di Amarta View Semarang. Kuesioner digunakan sebagai alat yang berisi pertanyaan terstruktur tentang gaya hidup, lokasi, kualitas layanan dan proses keputusan pembelian. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan jumlah sampel 90. Temuan penelitian menunjukkan bahwa variabel gaya hidup, lokasi kualitas pelayanan secara signifikan berdampak positif terhadap keputusan pembelian. Penelitian selanjutnya diharapkan mampu menambah variabel lain seperti harga, inovasi promosi, demografi, selera dan perbandingan dengan apartemen lain, serta meningkatkan jumlah sampel yang digunakan.

Kata Kunci: gaya hidup, lokasi, kualitas pelayanan, pengambilan keputusan, pembelian.

PENDAHULUAN

Modernisasi telah membawa perubahan pola perilaku manusia sejalan dengan membaiknya kondisi ekonomi di Indonesia. Tren pasar real estat menunjukkan tanda-tanda pertumbuhan positif di sektor real estat komersial dan residensial. Prospek positif ini bertahan hingga awal tahun 2020 sebelum wabah Covid-19 di Indonesia pada awal Maret 2020. Selama wabah COVID-19, perkembangan pasar real estat komersial dan residensial tetap kuat, dengan berbagai strategi yang diterapkan di sektor real estat. Mempertahankan kinerja pasar.

Apartemen merupakan salah satu jenis real estate yang paling banyak dicari oleh kalangan muda. Hingga 25% dari 40 orang memilih sarana investasi real estat yang menurut mereka paling menguntungkan. Salah satu apartemen yang populer adalah Amartha View Semarang di Jl. Bringin, Kec. Ngaliyan, Kota Semarang. Amartha View adalah apartemen disewakan untuk segera huni dengan menerapkan ide "AVARTMENT" yang merupakan gabungan antara apartemen, hotel dan resort dengan lokasi yang strategis di dekat kawasan industri.

Dalam penelitian ini ditemukan keluhan dari penghuni Amartha View Semarang berdasarkan hasil wawancara. Masalah utama yang menjadi keluhan penghuni Amartha View Semarang meliputi lokasi, pelayanan dan gaya hidup. Penghuni menyebutkan bahwa akses menuju bandara dan terminal cenderung macet. Selain itu, Amartha View Semarang juga memberlakukan peraturan yang membatasi gaya hidup penghuninya. Penghuni juga mengeluhkan kurangnya keramahan dan komunikasi yang baik dari karyawan Amartha View Semarang, serta merasa bahwa pengembang tidak dapat membuktikan janji mereka untuk menyediakan hunian yang nyaman dan aman.

Keputusan pembelian tidak berhenti pada saat pembelian, melainkan terus memberikan user experience untuk menggunakan produk yang dibeli. Pengalaman ini dijadikan faktor dalam mempertimbangkan keputusan pembelian di masa yang akan datang sebelum mengambil keputusan untuk membeli. Konsumen biasanya melakukan beberapa langkah, seperti identifikasi permasalahan, menelusuri data dan informasi, evaluasi pilihan, memutuskan untuk melakukan pembelian atau tidak, dan langkah selanjutnya setelah pembelian. Keputusan pembelian sendiri dapat dipengaruhi oleh beberapa hal seperti gaya hidup, lokasi dan kualitas pelayanan.

Gaya hidup berfungsi sebagai variabel segmentasi yang baik, karena mencakup cara hidup seseorang atau kelompok dalam hal hubungan sosial, konsumsi, hiburan, dan pola pakaian. Contohnya, orang dapat melakukan prasarvei terhadap sebuah bangunan atau properti hanya melalui gadgetnya.

Muhyidin menjelaskan bahwa lokasi perusahaan atau properti merupakan tempat strategis untuk melakukan operasi komersial atau residensial yang dapat memaksimalkan kebutuhan pengguna. Lokasi memegang peranan penting dalam bisnis ketika menyangkut aksesibilitas, keamanan dan tersedianya tempat parkir yang memadai yang seringkali menarik perhatian konsumen. Lokasi yang strategis memudahkan akses pengguna ke real estate dan menjamin keamanan.

Kualitas pelayanan yang diterima oleh pelanggan akan dinilai berdasarkan ekspektasi yang mereka miliki. Jika penyedia jasa tidak menanggapi kebutuhan khusus pelanggan dan menginginkan serta menawarkan layanan terbaik, pelanggan dapat beralih ke penyedia layanan lain. Tjiptono menyebutkan kualitas layanan yang memenuhi harapan calon pembeli akan berdampak pada keputusan pembelian. Penelitian Suharto menunjukkan bahwa gaya hidup dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian, sedangkan penelitian oleh Ridha yang mengemukakan lokasi berdampak terhadap keputusan pembelian konsumen, akan tetapi menurut Rahmat dan menyatakan bahwa gaya hidup, lokasi dan kualitas layanan tidak memiliki pengaruh kesesuaian terhadap pengambilan keputusan pembelian pada konsumen. Penelitian juga menyatakan bahwa lokasi dan kualitas layanan tidak memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap pengambilan keputusan pembelian. Sebuah studi oleh Mahendra et al. menemukan, kualitas layanan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap pengambilan keputusan pembelian produk.

Inkonsistensi dalam konteks hasil temuan yang ada, penelitian ini difokuskan pada gaya hidup, lokasi, dan kualitas pelayanan di Amartha View Semarang dan untuk menganalisis pengaruhnya terhadap keputusan pembelian berdasarkan pengalaman para penghuni Amartha View Semarang dalam sebuah studi empiris.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Amartha View Semarang

Mahanani mengemukakan bahwa gaya hidup mencerminkan pola konsumsi seseorang termasuk pilihan terhadap berbagai hal, waktu dan uang yang diinvestasikan. Sebuah studi oleh Febriani et al dan Bintarti dan Patria mengemukakan bahwa riset pasar menggunakan pendekatan gaya hidup untuk mengelompokkan konsumen ke dalam variabel aktifitas, sikap, dan opini. Selain itu, Penelitian Patty dan Sudargo serta Kartika dan Widayanti mengemukakan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan pembelian. Dengan demikian semakin tinggi pola gaya hidup konsumen, semakin tinggi pula kemungkinan mereka melakukan pembelian unit apartemen di Amartha View Semarang.

Mahanani percaya bahwa gaya hidup mencerminkan kebiasaan konsumsi seseorang, termasuk pilihan tentang berbagai hal dan waktu serta uang yang diinvestasikan. Sebuah studi oleh Febriani et al. serta Bintarti dan Patria berpendapat bahwa riset pasar menggunakan pendekatan gaya hidup untuk memeringkat konsumen berdasarkan variabel aktivitas, sikap, dan opini. Selain itu, penelitian Patty dan Sudargo serta Kartika dan Widayanti menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Jadi, semakin tinggi gaya hidup konsumen maka semakin besar kemungkinannya untuk membeli apartemen di Amartha View Semarang.

Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Amartha View Semarang

Selain gaya hidup, lokasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pengambilan keputusan pembelian di Amartha View Semarang. Pemilihan lokasi yang baik memiliki dampak jangka panjang dan dapat mempengaruhi pertumbuhan usaha di masa mendatang. Dalam penelitian Hermawan [23] dan Mu'arif [24] mengemukakan, lokasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan pembelian, hal ini berarti Amartha View Semarang dapat meningkatkan kemungkinan konsumen untuk melakukan pembelian unit apartemen.

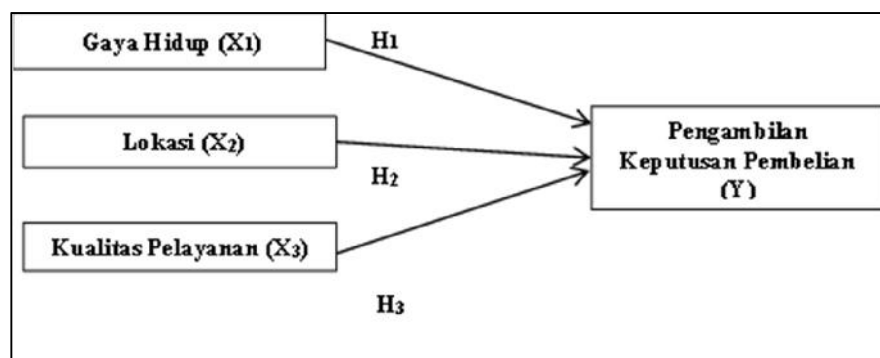
Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Amartha View Semarang

Tidak kalah pentingnya juga peran kualitas pelayanan terhadap pengambilan keputusan pembelian di Amartha View Semarang. Jika konsumen diberikan pelayanan terbaik, mereka akan merasa nyaman dan cenderung melakukan pembelian unit apartemen serta berpotensi membawa dampak positif untuk masa depan. Hasil Penelitian Yoga [25] dan Mahendra dkk [18] menunjukkan, kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan pembelian konsumen. Artinya, semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen, semakin tinggi kemungkinan mereka berkeinginan melakukan pembelian.

Dalam keseluruhan analisis, gaya hidup, lokasi, dan kualitas pelayanan berpengaruh kuat terhadap pengambilan keputusan pembelian di Amartha View Semarang, sehingga untuk menjadi perhatian Amartha View Semarang mempertimbangkan aspek-aspek ini dalam strategi pemasaran mereka guna meningkatkan daya tarik dan kepercayaan konsumen dalam melakukan pembelian unit apartemen.

Kerangka Pemikiran

Pengambilan keputusan pembelian apartemen oleh konsumen didasarkan pada gaya hidup, lokasi, dan kualitas pelayanan. Kaitan variabel-variabel seperti penjelasan di atas digambarkan berikut:



Sumber: Dikembangkan untuk penelitian ini (2023)

Hipotesis:

H₁: Terdapat pengaruh positif signifikan antara Gaya Hidup terhadap pengambilan keputusan pembelian

H₂: Terdapat pengaruh positif signifikan antara Lokasi terhadap pengambilan keputusan pembelian.

H₃: Terdapat pengaruh positif signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap pengambilan keputusan pembelian.

METODOLOGI PENELITIAN

Variabel Penelitian

- 1) Variabel bebas X₁: Gaya Hidup, yang mencerminkan pola aktivitas, minat, dan pendapat individu.
- 2) Variabel bebas X₂ : Lokasi, yang mengacu pada tempat di mana usaha atau kegiatan individu dilakukan, atau tempat tinggal individu.
- 3) Variabel bebas X₃ : Kualitas Pelayanan yang mencakup pada keadaan dinamis yang dapat memengaruhi produk, jasa, orang, proses, dan lingkungan.
- 4) Variabel terikat Y : Pengambilan Keputusan Pembelian yang mengacu pada tahapan proses pengambilan keputusan pembelian sampai kepada calon pembeli melakukan pembelian.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner berisikan pertanyaan-pertanyaan terstruktur mengenai gaya hidup, lokasi, kualitas pelayanan, dan pengambilan keputusan pembelian. Kisi-kisi dalam kuesioner terdiri dari pertanyaan yang bersifat tertutup dan bersifat terbuka dan dijawab secara tertulis oleh responden yang merupakan sampel penelitian.

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini terdiri dari konsumen pembeli apartemen, sedangkan pengumpulan data primer dilakukan melalui kuesioner selama satu bulan pada bulan Desember 2022. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *Purposive sampling* sebanyak 90 orang responden. Pemilihan sampel berdasarkan kriteria peneliti. Kriteria inklusi untuk calon responden adalah sebagai berikut: a) Penghuni/pemilik unit di Amartha View Semarang, b) sudah tinggal minimal 1 bulan, c) usia diatas 20 tahun.

Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan *kuantitatif*, sedangkan pengolahan dan analisa data dilakukan menggunakan *SPSS dan Microsoft Excel*. Analisis data bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (*independent variable*) terhadap variabel terikat (*dependent variable*), dengan menggunakan model *regresi berganda* dan tingkat signifikan 5 persen ($\alpha = 0.05$).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

1. Responden yang tinggal selama 2 – 3 tahun adalah kelompok terbanyak dengan jumlah responden sebanyak 46 orang atau 51,11%. Terdapat juga 12 orang atau 13,33% yang telah tinggal di apartemen selama lebih dari 3 tahun. Karakteristik responden berdasarkan lama tinggal menunjukkan bahwa mereka memiliki pengalaman yang cukup untuk menjawab kuesioner yang tepat.
2. Mayoritas responden (30%) memiliki pekerjaan sebagai wirausaha, sementara kelompok dengan pekerjaan lainnya hanya terdiri dari 20% responden. Kondisi ini menunjukkan, bahwa responden memiliki pekerjaan tertentu dengan penghasilan yang dapat mendukung kehidupan sehari-hari.
3. 60% responden setuju dan 20% responden sangat setuju. Artinya mereka membeli apartemen Amarta View Semarang karena terdapat pilihan produk *Hotel, Residensial dan Mall Edutainment*. Ini menunjukkan bahwa variasi produk yang ditawarkan menjadi salah satu faktor yang mendorong dalam pengambilan keputusan pembelian.
4. 64,4% responden setuju bahwa mereka memilih membeli apartemen Amarta View Semarang karena kemudahan dalam transaksi pembayaran, seperti *KPR, E-Banking*, dan *Auto debit*. Namun, ada juga sejumlah kecil responden (7,8%) yang tidak setuju dengan pernyataan tersebut.
5. Mayoritas responden (51,1%) setuju dan 23,3% sangat setuju bahwa mereka percaya dengan penyalur/pengembang Apartemen Amarta View Semarang, sehingga mereka merasa yakin ketika membelinya. Meskipun demikian, terdapat sebagian kecil responden (3,3%) yang tidak setuju.
6. Variabel Gaya Hidup:
 - a) Dalam pertanyaan mengenai “pembelian produk bermanfaat”, sebanyak 47,8% responden setuju dan 25,6% sangat setuju bahwa tinggal di Apartemen Amarta View Semarang memudahkan mereka dalam melakukan aktivitas sehari-hari. Namun, masih ada sejumlah kecil responden (4,4%) yang tidak setuju.
 - b) Dalam pertanyaan mengenai “*memanjakan diri*”, sebanyak 47,8% responden setuju dan 25,6% sangat setuju, bahwa mereka senang memanjakan diri dan bersenang-senang di Apartemen Amarta View Semarang, meskipun demikian masih terdapat sebagian kecil responden (1,1%) yang tidak setuju.
 - c) Dalam pertanyaan mengenai “*gaya hidup mewah*”, sebanyak 52,2% responden setuju dan 22,2% sangat setuju bahwa tinggal di Apartemen Amarta View Semarang memberikan kesan mewah dan trendi. Meskipun demikian, masih terdapat sejumlah kecil responden (2,2%) yang tidak setuju.

7. Variabel Lokasi:

- a) Dalam pertanyaan mengenai “*Akses*”, sebanyak 58,9% responden setuju dan 10% sangat setuju bahwa lokasi Apartemen Amartha View Semarang mudah dijangkau dan memiliki sarana transportasi yang banyak. Meskipun demikian, masih ada sebagian kecil responden (8,9%) yang tidak setuju.
- b) Dalam pertanyaan mengenai “*Visibilitas*”, sebanyak 51,1% responden setuju dan 21,1% sangat setuju bahwa lokasi Apartemen Amartha View Semarang terlihat jelas dan mudah ditemukan. Namun masih terdapat sejumlah kecil responden (4,4%) yang tidak setuju.
- c) Dalam pertanyaan mengenai “*tempat parkir yang luas*”, sebanyak 62,2% responden setuju dan 7,8% sangat setuju bahwa mereka menganggap lokasi parkir di Apartemen Amartha View Semarang luas dan aman untuk kendaraan. Meskipun demikian, masih ada sebagian kecil responden (7,8%) yang tidak setuju.

8. Variabel Kualitas Pelayanan:

- a) Dalam pertanyaan mengenai “*Tersedia sarana dan prasarana yang baik*”, sebanyak 54,4% responden setuju dan 21,1% sangat setuju, bahwa sarana dan prasarana di Apartemen Amartha View Semarang sangat baik dan lengkap. Meskipun demikian, masih terdapat sejumlah kecil responden (5,6%) yang tidak setuju.
- b) Dalam pertanyaan mengenai “*Tersedianya personil (karyawan) yang baik*”, sebanyak 60% responden setuju bahwa karyawan atau petugas di Apartemen Amartha View Semarang ramah, sopan dan senang tersenyum. Namun, masih terdapat sebagian kecil responden (8,9%) yang tidak setuju.
- c) Dalam pertanyaan mengenai “*Mampu berkomunikasi*”, sebanyak 50% responden setuju dan 21,1% sangat setuju bahwa karyawan atau petugas di Apartemen Amartha View Semarang dapat berkomunikasi dengan baik dan mudah dimengerti. Meskipun demikian, masih terdapat sejumlah kecil responden (5,6%) yang tidak setuju.

Analisis lebih lanjut menerapkan regresi linier berganda disajikan dalam Tabel 1 berikut.

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	.396	.773		.513	.609		
1 Gaya Hidup (X1)	.293	.062	.302	4.720	.000	.776	1.288
Lokasi (X2)	.499	.079	.517	6.342	.000	.478	2.093
Kualitas Pelayanan (X3)	.183	.076	.194	2.403	.018	.488	2.051

a. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan Pembelian (Y)

Sumber: Data Primer diolah, 2023

1. Gaya hidup dengan koefisien regresi 0,293 memiliki signifikansi positif. Artinya, ketika gaya hidup meningkat, pengambilan keputusan pembelian apartemen berdasarkan gaya hidup juga meningkat sekitar 29,3%. Hasil analisis ini sesuai dengan hipotesis Penelitian pertama yaitu Terdapat pengaruh positif signifikan antara gaya hidup dan pengambilan keputusan pembelian apartemen.
2. Lokasi dengan koefisien regresi 0,499 memiliki signifikansi positif. Artinya, jika variabel lokasi meningkat, maka pengambilan keputusan pembelian apartemen berdasarkan lokasi juga meningkat sekitar 49,9%. Temuan ini mendukung hipotesis kedua, yaitu adanya pengaruh positif dan signifikan antara lokasi dan pengambilan keputusan pembelian apartemen.
3. Variabel Kualitas Pelayanan memiliki koefisien regresi sebesar 0,183 dengan signifikansi positif yang signifikan. Artinya, jika kualitas pelayanan meningkat, pengambilan keputusan pembelian apartemen berdasarkan kualitas pelayanan juga meningkat sekitar 18,3%. Temuan ini mendukung hipotesis ketiga, yaitu adanya pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dan pengambilan keputusan pembelian apartemen.

Pembahasan

Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Amartha View Semarang

Jawaban responden menunjukkan dengan pertanyaan yang diajukan, responden kebanyakan memilih jawaban setuju dan sangat setuju artinya bahwa indikator Gaya Hidup yang diajukan dapat berpengaruh pada Pengambilan Keputusan Pembelian, maka hasil penelitian ini dapat diartikan semakin tinggi gaya hidup seseorang yang diukur menggunakan pembelian produk bermanfaat, memanjakan diri dan gaya hidup mewah dapat meningkatkan keputusan pembelian Apartemen Amartha View Semarang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju atau sangat setuju dengan pernyataan, bahwa gaya hidup berpengaruh pada pengambilan keputusan pembelian apartemen, sehingga hasil sesuai dengan temuan penelitian sebelumnya sebagaimana yang

telah dilakukan oleh Patty dan Sudargo [22] serta Kartika dan Widayanti [6], yang mengemukakan, gaya hidup memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan pembelian.

Definisi gaya hidup dalam konteks ini adalah perilaku konsumtif seseorang yang merefleksikan pilihan mereka dalam berbagai hal, termasuk cara mereka memanfaatkan waktu dan uang mereka. Gaya hidup juga mencerminkan identitas dan preferensi seseorang terhadap aktivitas dan lingkungannya. Dengan demikian, semakin tinggi gaya hidup seseorang yang diukur dengan pembelian produk bermanfaat, memanjakan diri, dan gaya hidup mewah, semakin besar kemungkinan mereka akan memilih untuk membeli apartemen Amartha View Semarang.

Pengaruh Lokasi Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Amartha View Semarang

Jawaban responden menunjukkan dengan pertanyaan yang diajukan, responden kebanyakan memilih jawaban setuju dan sangat setuju artinya bahwa indikator lokasi yang diajukan dapat berpengaruh pada Pengambilan Keputusan Pembelian, maka penelitian ini dapat diartikan semakin strategis lokasi yang diukur menggunakan Akses, Visibilitas dan Tempat parkir yang luas dapat meningkatkan keputusan pembelian Apartemen Amartha View Semarang. Temuan ini konsisten dengan hasil penelitian sebelumnya dari Hermawan [23] dan Mu'arif [24] yang mengemukakan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan pembelian. Dengan demikian lokasi merupakan salah satu faktor penting dalam pengembangan usaha properti, baik itu dari segi aksesibilitas pada daerah perkotaan, pencapaian dan waktu tempuh, maupun kemudahan sarana parkir.

Lokasi yang strategis memiliki kelebihan dalam menarik perhatian pembeli. Keputusan pembelian konsumen untuk membeli apartemen Amartha View Semarang sangat dipengaruhi oleh lokasi yang strategis, terutama dalam hal aksesibilitas, visibilitas, dan ketersediaan tempat parkir. Semakin strategis lokasi apartemen, semakin meningkat kemungkinan pengambilan keputusan pembelian oleh konsumen. Namun, perlu diperhatikan bahwa faktor-faktor lain dapat pula memengaruhi dalam pengambilan keputusan pembelian, seperti harga, kualitas, fasilitas, dan preferensi pribadi. Lokasi hanyalah salah satu dari banyak faktor yang dipertimbangkan oleh calon pembeli. Oleh karena itu, hasil penelitian ini perlu dikaji lebih lanjut dengan mempertimbangkan faktor-faktor lain yang relevan dalam analisis pengambilan keputusan pembelian apartemen Amartha view Semarang.

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Amartha View Semarang

Hasil jawaban responden menunjukkan dengan pertanyaan yang diajukan, responden kebanyakan memilih jawaban setuju dan sangat setuju artinya bahwa indikator Kualitas Pelayanan yang diajukan dapat berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian, maka hasil penelitian ini dapat diartikan semakin tinggi Kualitas Pelayanan seseorang yang diukur menggunakan ketersediaan sarana dan prasarana yang memadai, Tersedianya personil/karyawan yang baik dan mampu berkomunikasi dapat meningkatkan keputusan pembelian Apartemen Amartha View Semarang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju dan sangat setuju dengan pernyataan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap pengambilan keputusan pembelian apartemen Amarthu View Semarang. Indikator kualitas pelayanan yang dikaji meliputi tersedianya sarana dan prasarana yang baik, keberadaan personil (karyawan) yang baik, serta kemampuan dalam berkomunikasi. Dari hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan, seperti adanya fasilitas yang baik, keberadaan staf yang profesional, dan kemampuan komunikasi yang baik, maka akan meningkatkan keputusan pembelian apartemen Amarthu View Semarang.

Temuan ini konsisten dengan penelitian sebelumnya [26] & [17] yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan pembelian. Tersedianya sarana dan prasarana yang baik, kehadiran staf yang berkualitas, serta kemampuan dalam berkomunikasi merupakan faktor penting dalam membentuk persepsi positif konsumen terhadap layanan dan memengaruhi keputusan mereka untuk membeli. Namun, penting untuk diingat bahwa kualitas pelayanan hanyalah salah satu faktor yang memengaruhi keputusan pembelian. Faktor lain seperti harga, lokasi, fasilitas, dan preferensi pribadi juga perlu dipertimbangkan. Hasil penelitian ini perlu dianalisis secara komprehensif dengan mempertimbangkan faktor-faktor lain yang relevan dalam konteks keputusan pembelian apartemen Amarthu view Semarang.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan Analisis dan pembahasan yang telah dijelaskan sebelumnya, ditemukan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap pengambilan keputusan pembelian apartemen Amarthu View Semarang. Selain itu lokasi properti apartemen ini juga memiliki pengaruh langsung yang positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan pembelian. Kualitas pelayanan juga memengaruhi keputusan pembelian apartemen, namun terdapat indikasi bahwa ramahnya pegawai dalam melaksanakan tugasnya masih perlu ditingkatkan agar memberikan kesan yang lebih baik bagi calon pembeli.

Saran berdasar penelitian ini adalah pengelolaan apartemen Amarthu View Semarang perlu meningkatkan gaya hidup, seperti menyediakan fasilitas yang lengkap dan beragam pilihan produk, serta memperhatikan gaya hidup penghuni untuk meningkatkan keputusan pembelian. Pengelola juga perlu memperhatikan keterjangkauan lokasi, termasuk aksesibilitas transportasi dan kemudahan menuju tempat-tempat populer, serta visibilitas dan ketersediaan tempat parkir yang luas.

Selain itu, pengelolaan apartemen Amarthu View Semarang perlu meningkatkan kualitas pelayanan, termasuk menjaga keramahan karyawan terhadap penghuni dan melengkapi sarana dan prasarana yang ada. Penempatan karyawan yang sesuai dan memiliki kemampuan komunikasi yang baik dianggap penting pula oleh responden. Hal ini menunjukkan bahwa responden memilih membeli unit di apartemen Amarthu View Semarang karena kualitas pelayanan yang baik. Oleh karena itu, pengembang apartemen Amarthu View Semarang dapat memperhatikan aspek kualitas pelayanan untuk meningkatkan keputusan pembelian.

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat ditambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian misalkan: harga, inovasi promosi, demografi, preferensi dan membandingkan dengan apartemen lainnya. Selain itu juga disarankan untuk meningkatkan jumlah sampel yang digundakan dalam penelitian tersebut.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kepada Ka. Lemlit Universitas 17 Agustus 1945 Semarang sebagai supporting ideas dan segala masukannya.

DAFTAR PUSTAKA

- E. V. Pandia, "Hubungan Antara Tingkat Pemberian Informasi Dan Kemampuan Respon Pelanggan Di Frappio Coffeehouse And Ice Cream," thesis, UAJY. Yogyakarta, 2019.
- B. I. Coldwell, "Ringkasan Pasar Properti di Indonesia," *Indonesia_Property_Market_Overview*, 2020.
- B. Adiwena, "Hubungan gaya hidup masyarakat menengah keatas dengan pengambilan keputusan untuk tinggal di Pararanu Rucitra Apartemen Surabaya," *Doctoral dissertation*, Institut Teknologi Sepuluh Nopember, 2018.
- Y. & R. D. R. Stevanus, "Persepsi dan Pengambilan Keputusan Milenial Terhadap Instrumen Investasi Masa Depan.," *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*, vol. 6, no. 3, 2020.
- R. & W. T. Muharam, "Pengaruh Suasana Toko (Store Atmosphere) Dan Pengalaman Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Distro Ungu Kota Timur Kota Gorontalo.," *Jambura: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, vol. 1, no. 2, 2018.
- R. P. A. I. & W. R. Kartika, "Pengaruh Brand Image, Gaya Hidup, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Café Tiga Tjeret Di Surakarta," *Jurnal Ilmiah Edunomika*, vol. 3, no. 1, 2019.
- C. C. Ishano, "Segmentasi Pasar Konsumen Makanan Di Jakarta, Indonesia Dengan Pendekatan Food-Related Lifestyle," *Agribusiness Journal*, vol. 11, no. 2, 2017.
- Detikfinance, "Gaya Hidup Berubah, Sekarang Milenial Cari Hunian via Gadget," *Detikfinance*, 2018.
- M. Muhyidin, "Analisis Penentuan Lokasi Usaha Franchise Makanan Cepat Saji Sonic Chicken.," *Jendela Aswaja*, vol. 3, no. 1, 2022.
- E. V. I. Nur'Aini, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Memutuskan Membeli Produk Sabun Pembersih Wajah "Garnier Men Turbolight Oil Control"," *Doctoral dissertation*, Universitas Bojonegoro, 2018.
- F. Tjiptono, *Service Management; Mewujudkan Layanan Prima (Edisi 3).*, Yogyakarta: Andi, 2017.
- G. P. Suharto, "Pengaruh Gaya Hidup, Suasana Toko dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Giggle Box Café & Resto Semarang.," *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, vol. 6, no. 1, 2017.
- M. Ridho, "Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.," *Journal of Trends Economics & Accounting Research*, vol. 1, no. 1, 2020.
- I. Rahmat, "Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Keripik Cinta Air Hitam Langkat," *Doctoral dissertation*, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2018.
- S. O. T. A. & S. D. Umboh, "Analisis Kualitas Produk, Brand Image Dan Life Style Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Wanita Di Mississippi Manado Town Square.," *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, vol. 3, no. 1, 2018.
- F. C. M. L. & T. R. N. Polla, "Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Indomaret Manado Unit Jalan

- Sea.," Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, vol. 6, no. 4, 2018.
- D. d. Cynthia, "Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian," PUBLIK: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi dan Pelayanan Publik, vol. 9, no. 1, 2022.
- I. K. A. d. Mahendra, "Pengaruh Harga, Word Of Mouth Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Cv. Lagas Jaya Badung," Warmadewa Management and Business Journal (WMBJ), vol. 4, no. 2, 2022.
- E. Mahanani, "Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mataharimall. com.," IKRA-ITH HUMANIORA: Jurnal Sosial dan Humaniora, vol. 2, no. 1, 2018.
- R. C. A. & P. V. Febriani, "Pemanfaatan Kain Serat Alam Pada Busana Wanita dengan Tren Gaya Hidup" Back to Nature," Jurnal Rupa, vol. 4, no. 1, 2019.
- S. & P. E. N. Bintarti, "Impulse Buying: Store, Atmosphere, Kualitas Pelayanan Dan Promosi," Jurnal Manajemen, vol. 4, no. 03, 2019.
- G. S. & S. E. C. Patty, "Analisis Faktor-Faktor Gaya Hidup Yang Mendorong Keputusan Pembelian Apartemen Di Surabaya (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Kristen Petra yang Tinggal di Apartemen High Point dan The Square).," Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa, vol. 4, no. 2, 2017.
- D. Hermawan, "Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Apartemen Bailey's City (pada PT. Gapura prima group)," Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, 2018.
- N. I. Mu'arif, "Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Apartemen Bandar Kemayoran)," Doctoral dissertation, Universitas Mercu Buana Jakarta, 2019.
- M. P. Yoga, "Pengaruh Lokasi, Harga, Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Perumahan Metropolitan Land Menteng Jakarta Timur. Kompleksitas:," Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Organisasi, vol. 6, no. 2, 2017.
- M. Fianora, "Pengaruh Gaya Hidup dan Motivasi Belajar terhadap Prestasi Belajar Mata Pelajaran Pendidikan Kewarganegaraan," Jurnal Inovasi Pendidikan Ekonomi, vol. 9, no. 1, 2019.
- K. Keller, Marketing Management, New Jersey: Pearson Education, Inc., 2016.
- A. d. Muhtarom, "Analisis Persepsi Harga, Lokasi, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Umkm Skck (Stasiun Kuliner Canditanggal Kalitengah) Metode Structural Equation Modelling (SEM) -Partial Least S," EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis, vol. 10, no. 1, 2022.
- R. & A. M. Suminar, "Pelayanan Prima Pada Orang Tua Siswa Di Sempoa Sip Tc Paramount Summarecon.," Jurnal Sekretari Universitas Pamulang, vol. 4, no. 2, 2018.