

ABSTRAK

Persaingan di sektor perumahan yang semakin kompetitif mendorong PT Neo Pudji Jaya berupaya melakukan inovasi secara konsisten. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen menjadi faktor penentu keberhasilan developer dalam melakukan penjualan rumah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh desain, lokasi, harga, dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian pada PT Neo Pudji Jaya, serta menguji peran mediasi kepercayaan konsumen. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan eksplanatori. Populasi dalam penelitian ini adalah calon konsumen yang datang di pameran perumahan di PT Neo Pudji Jaya, sampel ditentukan sebanyak 110 orang dan diambil dengan teknik accidental sampling. Analisis data menggunakan model persamaan struktural dengan program *warp PLS 5.0*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa desain dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan konsumen, sedangkan lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan konsumen. Desain dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Kepercayaan konsumen berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Desain dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian melalui kepercayaan konsumen, sedangkan lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian melalui kepercayaan konsumen. Penelitian ini memberikan implikasi bagi PT Neo Pudji Jaya untuk memperhatikan keunikan desain properti, pemilihan lokasi yang strategis, pertimbangan harga, dan konsistensi mewujudkan janji-janjinya kepada konsumen.

Kata Kunci: Desain, Lokasi, Harga, Kepercayaan Konsumen, dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The increasingly competitive housing sector has encouraged PT Neo Pudji Jaya to continuously undertake innovation efforts. Factors influencing consumer purchasing decisions have become key determinants of a developer's success in housing sales. This study aims to analyze the effects of design, location, price, and consumer trust on purchasing decisions at PT Neo Pudji Jaya, as well as to examine the mediating role of consumer trust. This research employs a quantitative approach with an explanatory research design. The population of this study consists of prospective consumers who attended housing exhibitions organized by PT Neo Pudji Jaya. The sample size was determined to be 110 respondents, selected using an accidental sampling technique. Data analysis was conducted using Structural Equation Modeling (SEM) with the WarpPLS 5.0 software. The results indicate that design and price have a significant effect on consumer trust, whereas location does not have a significant effect on consumer trust. Design and location significantly influence purchasing decisions, while price does not significantly affect purchasing decisions. Consumer trust has a significant effect on purchasing decisions. Furthermore, design and price significantly influence purchasing decisions through consumer trust as a mediating variable, whereas location does not significantly influence purchasing decisions through consumer trust. This study provides practical implications for PT Neo Pudji Jaya to emphasize property design uniqueness, strategic location selection, appropriate pricing considerations, and consistency in fulfilling commitments made to consumers.

Keywords: Design, Location, Price, Customer Trust, and Purchasing Decision