

ABSTRACT

**THE INFLUENCE OF LOCATION, PRICE AND BRAND IMAGE
ON THE PURCHASE DECISION
NON-SUBSIDIZED HOUSE
(Survey of Non-Subsidized Housing Consumers in Tasikmalaya City)**

**Compiled by:
Roma Ali Salmanie
218334012**

**Guided By:
Guide I : H. Deden Mulyana
Guide II : Yusuf Abdullah**

The objectives of this research were find out and analyse location, price, brand image and purchasing decisions of non-subsidized housing consumers in Tasikmalaya City. As well as the influence of location, price and brand image on purchasing decisions for Non-Subsidized Housing Consumers in Tasikmalaya City.

The research method used in this study is a survey method, while the types of data used in this study are primary data and secondary data. The object of this research is the Consumers of Non-Subsidized Housing in the City of Tasikmalaya, with the sampling technique using purposive sampling method. The data analysis technique used is path analysis.

The results of this test prove that simultaneously and partially location, price and brand image have a significant effect on purchasing decisions for Non-Subsidized Housing Consumers in Tasikmalaya City.

Keywords: brand image, price, location, purchase decision.

ABSTRAK

**PENGARUH LOKASI, HARGA DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
RUMAH NON SUBSIDI
(Survei pada Konsumen Perumahan Non Subsidi di Kota Tasikmalaya)**

Oleh:

**Roma Ali Salmanie
218334012**

Dibawah Bimbingan:

Pembimbing I : H. Deden Mulyana

Pembimbing II: Yusuf Abdullah

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis lokasi, harga, *brand image* dan keputusan pembelian pada Konsumen Perumahan Non Subsidi di Kota Tasikmalaya. Serta pengaruh lokasi, harga dan *brand image* terhadap keputusan pembelian pada Konsumen Perumahan Non Subsidi di Kota Tasikmalaya.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey, sedangkan jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Objek penelitian ini adalah Konsumen Perumahan Non Subsidi di Kota Tasikmalaya, dengan teknik penarikan sampel menggunakan metode sampel *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis jalur (*path analysis*).

Hasil pengujian ini membuktikan bahwa secara simultan dan parsial lokasi, harga dan *brand image* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Konsumen Perumahan Non Subsidi di Kota Tasikmalaya.

Kata Kunci: *brand image*, harga, lokasi, keputusan pembelian.