



PENGARUH POTONGAN HARGA DAN KUALITAS BANGUNAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PERUMAHAN REHAN PRIVATE RESIDENCE GAPERTA UJUNG

Pristia Ariska Amriaty^{1*}, Amiruddin², & Mella Yunita³

^{*1-3}Manajemen, Fakultas Bisnis dan Humaniora, Universitas Tjut Nyak Dhien Medan

^{*}e-Mail: pristiaamrty@gmail.com

Submit Tgl: 28-Agustus-2026

Diterima Tgl: 28-September-2026

Diterbitkan Tgl: 12-September-2026

Abstract: *This study analyzes the influence of price discounts and building quality on consumer purchase intention at Rehan Private Residence Gaperta Ujung. The research used a quantitative associative approach. The population comprised 200 consumers who had shown purchase interest, and 67 respondents were selected using purposive sampling. Data were collected through questionnaires, interviews, documentation, and observation and analyzed using SPSS 25 through validity and reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression, t-test, F-test, and coefficient of determination. The results show that price discounts positively and significantly affect purchase intention ($\beta = 0.397$; $t = 4.276$; $p < 0.001$). Building quality also has a positive and significant effect ($\beta = 0.480$; $t = 5.169$; $p < 0.001$). Simultaneously, both variables significantly affect purchase intention ($F = 30.199$; $p < 0.001$), with an R^2 of 0.486. These findings indicate that attractive discount programs and consistent building quality can be combined as an effective strategy to strengthen consumer purchase intention in the housing sector.*

Keywords: *Price Discounts; Building Quality; Purchase Intention; Housing*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh potongan harga dan kualitas bangunan terhadap minat beli konsumen pada Perumahan Rehan Private Residence Gaperta Ujung. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif. Populasi berjumlah 200 konsumen yang menunjukkan minat beli, sedangkan sampel sebanyak 67 responden ditentukan dengan *purposive sampling*. Data dikumpulkan melalui kuesioner, wawancara, dokumentasi, dan observasi, kemudian dianalisis menggunakan SPSS 25 melalui uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, regresi linear berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa potongan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ($\beta = 0,397$; $t = 4,276$; $p < 0,001$). Kualitas bangunan juga berpengaruh positif dan signifikan ($\beta = 0,480$; $t = 5,169$; $p < 0,001$). Secara simultan, kedua variabel berpengaruh signifikan terhadap minat beli ($F = 30,199$; $p < 0,001$) dengan R^2 sebesar 0,486. Temuan ini menunjukkan bahwa program potongan harga yang menarik dan kualitas bangunan yang konsisten dapat dipadukan sebagai strategi untuk meningkatkan minat beli konsumen perumahan.

Kata kunci: Potongan Harga; Kualitas Bangunan; Minat Beli; Perumahan

Cara mengutip Amriaty, P. A., Amiruddin, & Yunita, M. (2026). Pengaruh Potongan Harga dan Kualitas Bangunan terhadap Minat Beli Konsumen pada Perumahan Rehan Private Residence Gaperta Ujung. *Surplus: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 5(1), 1863–1868. <https://doi.org/10.71456/sur.v5i1.2642>

PENDAHULUAN

Persaingan dalam industri perumahan mendorong pengembang untuk memahami faktor-faktor yang membentuk minat beli konsumen. Rumah tidak hanya dipandang sebagai tempat tinggal, tetapi juga sebagai aset dan investasi jangka panjang. Karena itu, konsumen cenderung mempertimbangkan aspek ekonomi sekaligus mutu fisik rumah sebelum mengambil keputusan pembelian (Budiman et al., 2023).

Potongan harga merupakan salah satu strategi promosi penjualan yang dapat meningkatkan ketertarikan konsumen karena memberikan persepsi keuntungan dan keringanan biaya. Dalam pemasaran perumahan, program diskon dapat menjadi stimulus awal yang mendorong calon pembeli untuk mencari informasi, melakukan survei, dan mempertimbangkan transaksi. Namun, daya tarik harga tidak selalu cukup apabila konsumen meragukan mutu produk yang ditawarkan (Iqbal Nur et al., 2024).

Kualitas bangunan menjadi faktor penting karena berkaitan dengan kekuatan struktur, kualitas material, desain, kerapian pengerjaan, kenyamanan, dan ketahanan rumah. Kualitas yang baik dapat membangun rasa aman dan kepercayaan konsumen, sedangkan kualitas yang rendah berpotensi mengurangi minat beli meskipun terdapat penawaran harga yang menarik (Shalsabillah & Sugiyanto, 2022).

Penelitian ini berfokus pada Perumahan Rehan Private Residence Gaperta Ujung untuk menguji pengaruh potongan harga dan kualitas bangunan, baik secara parsial maupun simultan, terhadap minat beli konsumen. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi praktis bagi pengembang dalam menyusun strategi pemasaran dan menjaga kualitas produk perumahan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif untuk menguji hubungan dan pengaruh potongan harga (X_1) dan kualitas bangunan (X_2) terhadap minat beli konsumen (Y). Penelitian dilaksanakan pada Perumahan Rehan Private Residence Gaperta Ujung pada Januari–Februari 2026.

Populasi penelitian berjumlah 200 konsumen yang menunjukkan minat beli pada periode pemasaran akhir tahun 2023 hingga awal tahun 2025. Sampel ditentukan menggunakan teknik nonprobability sampling dengan metode purposive sampling dan diperoleh 67 responden. Kriteria responden adalah konsumen yang tercatat menunjukkan minat beli terhadap perumahan tersebut.

Data primer dikumpulkan melalui kuesioner dengan skala Likert lima poin, serta didukung oleh wawancara, observasi, dan dokumentasi. Variabel potongan harga diukur melalui besarnya potongan, kejelasan informasi, daya tarik, dan kemudahan memperoleh potongan. Kualitas bangunan diukur melalui kekuatan struktur, kualitas material, kesesuaian desain dan kenyamanan, serta kerapian finishing. Minat beli diukur melalui ketertarikan terhadap produk, keinginan mencari informasi, keinginan memiliki, dan rencana melakukan pembelian.

Analisis dilakukan menggunakan SPSS 25. Tahapan analisis meliputi uji kualitas instrumen, uji asumsi klasik, regresi linear berganda, uji t untuk pengaruh parsial, uji F untuk pengaruh simultan, dan koefisien determinasi (R^2).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Regresi dan Pengujian Hipotesis

Tabel 1. Hasil regresi linear berganda dan uji t

Variabel	B	Beta	t	Sig.	Keputusan
Konstanta	7,368	-	2,600	0,012	-
Potongan Harga (X_1)	0,356	0,397	4,276	0,000	Signifikan
Kualitas Bangunan (X_2)	0,392	0,480	5,169	0,000	Signifikan

Sumber: Data penelitian diolah menggunakan SPSS 25, 2026

Persamaan regresi yang diperoleh adalah $Y = 7,368 + 0,356X_1 + 0,392X_2$. Koefisien kedua variabel bernilai positif, sehingga peningkatan potongan harga maupun kualitas bangunan diikuti oleh peningkatan minat beli konsumen. Kualitas bangunan memiliki koefisien standar lebih besar ($\beta = 0,480$) dibandingkan potongan harga ($\beta = 0,397$), yang menunjukkan pengaruh relatif kualitas bangunan lebih kuat dalam model penelitian.

Secara parsial, potongan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli dengan nilai t sebesar 4,276 dan signifikansi 0,000. Temuan ini menunjukkan bahwa diskon yang menarik dapat meningkatkan persepsi keuntungan dan mendorong konsumen untuk mempertimbangkan pembelian rumah. Program diskon menjadi instrumen pemasaran yang relevan terutama ketika disampaikan secara jelas dan mudah diperoleh (Juniansah, 2023).

Kualitas bangunan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli dengan nilai t sebesar 5,169 dan signifikansi 0,000. Konsumen menempatkan kualitas fisik rumah sebagai pertimbangan penting karena pembelian rumah berkaitan dengan keamanan, kenyamanan, dan nilai investasi jangka panjang. Struktur yang kokoh, material yang baik, desain yang sesuai, dan pengerjaan yang rapi dapat memperkuat kepercayaan konsumen (Mutia & Megawati, 2023).

Tabel 2. Hasil uji simultan dan koefisien determinasi

Model	F	Sig.	R Square
Potongan Harga + Kualitas Bangunan → Minat Beli	30,199	0,000	0,486

Sumber: Data penelitian diolah menggunakan SPSS 25, 2026.

Secara simultan, potongan harga dan kualitas bangunan berpengaruh signifikan terhadap minat beli dengan nilai F sebesar 30,199 dan signifikansi 0,000. Nilai R^2 sebesar 0,486 menunjukkan bahwa 48,6% variasi minat beli dapat dijelaskan oleh kedua variabel tersebut, sedangkan 51,4% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model, seperti lokasi, fasilitas, promosi, pelayanan, dan citra pengembang.

Secara praktis, hasil ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran perumahan sebaiknya tidak hanya berorientasi pada harga. Potongan harga efektif menarik perhatian dari sisi ekonomi, sedangkan kualitas bangunan membentuk keyakinan konsumen terhadap keamanan, kenyamanan, dan nilai rumah. Kombinasi keduanya dapat menjadi strategi yang lebih kuat untuk meningkatkan minat beli.

Pembahasan

1. Pengaruh Potongan Harga terhadap Minat Beli Konsumen

Hasil penelitian menunjukkan bahwa potongan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada Perumahan Rehan Private Residence Gaperta Ujung. Hal ini dibuktikan dengan nilai t-hitung sebesar 4,276 yang lebih besar daripada t-tabel serta nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, semakin menarik potongan harga yang diberikan, semakin tinggi pula kecenderungan konsumen untuk membeli rumah.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa potongan harga menjadi salah satu stimulus pemasaran yang mampu menarik perhatian calon konsumen. Dalam konteks pembelian rumah, pengurangan harga dapat memberikan persepsi adanya keuntungan ekonomi dan keringanan biaya. Kondisi ini penting karena pembelian rumah merupakan keputusan yang membutuhkan pertimbangan finansial yang cukup besar. Oleh sebab itu, adanya potongan harga dapat mendorong konsumen untuk semakin serius mempertimbangkan pembelian (Setyagustina et al., 2022).

Hasil ini memperkuat pembahasan dalam skripsi bahwa potongan harga merupakan strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan minat beli. Namun, penerapan potongan harga perlu disesuaikan dengan kondisi pasar dan kebutuhan konsumen agar manfaat promosi tetap dirasakan tanpa mengurangi persepsi terhadap nilai dan kualitas rumah yang ditawarkan.

2. Pengaruh Kualitas Bangunan terhadap Minat Beli Konsumen

Kualitas bangunan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Hasil uji t menunjukkan nilai t-hitung sebesar 5,169 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Nilai koefisien standar kualitas bangunan ($\beta = 0,480$) juga lebih besar dibandingkan potongan harga ($\beta = 0,397$), sehingga dalam model penelitian ini kualitas bangunan memiliki pengaruh relatif yang lebih kuat terhadap minat beli konsumen.

Temuan ini memperlihatkan bahwa konsumen tidak hanya mempertimbangkan keuntungan dari sisi harga, tetapi juga memperhatikan mutu rumah yang akan dibeli. Kekuatan struktur, kualitas material, desain, kenyamanan, dan kerapian pengerjaan menjadi aspek yang dapat membentuk rasa aman serta kepercayaan calon pembeli. Karena rumah merupakan kebutuhan sekaligus aset jangka panjang, kualitas bangunan menjadi pertimbangan penting sebelum konsumen mengambil keputusan pembelian (Arianto & Difa, 2020).

Implikasinya, pengembang perlu menjaga kualitas bangunan secara konsisten mulai dari pemilihan material, proses pembangunan, pengawasan pekerjaan, hingga tahap finishing. Strategi pemasaran yang menarik akan lebih efektif apabila didukung oleh produk yang benar-benar mampu memenuhi harapan konsumen (Saragih et al., 2022).

3. Pengaruh Potongan Harga dan Kualitas Bangunan terhadap Minat Beli Konsumen

Secara simultan, potongan harga dan kualitas bangunan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Hal ini ditunjukkan oleh nilai F-hitung sebesar 30,199 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Nilai R Square sebesar 0,486 menunjukkan bahwa 48,6% variasi minat beli konsumen dapat dijelaskan oleh kedua variabel tersebut, sedangkan 51,4% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa minat beli konsumen perumahan terbentuk melalui kombinasi pertimbangan ekonomi dan pertimbangan kualitas produk. Potongan harga dapat menarik perhatian konsumen melalui keuntungan finansial, sedangkan kualitas bangunan memberikan keyakinan mengenai keamanan, kenyamanan, dan nilai rumah. Dengan demikian, kedua faktor tersebut saling melengkapi dalam membentuk minat beli konsumen (Muspita et al., 2023).

Bagi Perumahan Rehan Private Residence Gaperta Ujung, hasil penelitian ini dapat menjadi dasar untuk mengintegrasikan strategi promosi dengan pengendalian kualitas bangunan. Pengembang tidak cukup hanya menawarkan diskon, tetapi juga perlu memastikan bahwa mutu bangunan tetap terjaga. Sebaliknya, kualitas bangunan yang baik dapat semakin meningkatkan daya tarik ketika didukung oleh program potongan harga yang sesuai dengan kondisi pasar (Setyagustina et al., 2022).

Nilai R Square yang belum mencapai 100% juga menunjukkan bahwa masih terdapat faktor lain yang dapat memengaruhi minat beli konsumen. Faktor tersebut dapat mencakup lokasi perumahan, fasilitas, promosi, pelayanan, dan citra pengembang. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya dapat mengembangkan model dengan memasukkan variabel-variabel tersebut agar penjelasan mengenai minat beli konsumen menjadi lebih luas

KESIMPULAN

Potongan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada Perumahan Rehan Private Residence Gaperta Ujung. Kualitas bangunan juga berpengaruh positif dan signifikan, dengan pengaruh relatif lebih besar berdasarkan nilai koefisien standar.

Secara simultan, potongan harga dan kualitas bangunan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen dengan kemampuan penjelasan sebesar 48,6%. Pengembang disarankan mempertahankan program potongan harga yang menarik dan transparan sekaligus menjaga mutu bangunan melalui pemilihan material, pengawasan proses pembangunan, dan kualitas finishing. Penelitian selanjutnya dapat memasukkan variabel lain, seperti lokasi, fasilitas, promosi, kualitas pelayanan, dan citra pengembang.

DAFTAR PUSTAKA

- Arianto, N., & Difa, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada PT.Nirwana Gemilang Property. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 3(2), 108–119.
- Budiman, Casriyanti, & Megawati, I. (2023). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. PT. Literasi Nusantara Abadi Grup.
- Iqbal Nur, M., Hasni, H., & Zarliani Uli, N. (2024). Pengaruh Potongan Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Pelanggan di PT. PLN UP3 Baubau (Studi pada Program “Nyaman Kompor Induksi”). *JIM : Journal Of International Management*, 3(2), 130–142. <https://doi.org/10.62668/jim.v3i2.1315>
- Juniansah, R. D. (2023). *Pengaruh Potongan Harga, Kualitas Layanan dan Distribusi terhadap Minat Beli Konsumen Cat Avian Brands pada PT.Tirta Kencana Tata Warna, Tbk*. Universitas Tridianti Palembang.
- Muspita, E., Heriyanto, M., & Safitri, S. (2023). Pengaruh Citra Merek dan Potongan Harga

- terhadap Minat Beli Pada Azwa Perfume Pekanbaru. *Jurnal Manajemen Dan Profesional*, 4(1), 64–76. <https://doi.org/10.32815/jpro.v4i1.1693>
- Mutiara, F., & Megawati. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Minat Beli Perumahan Kenten Resort Palembang. *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*, 4(2), 268–271. <https://doi.org/10.35957/prmm.v4i2.4626>
- Saragih, L., Banjarnahor, A. R., & Anggraini, N. (2022). *Strategi Manajemen Pemasaran*. Yayasan Kita Menulis.
- Setyagustina, K., Rahmania, Joni, Kholik, A., & Suhtasari, W. D. (2022). Pengaruh Potongan Harga (Diskon), Gratis Ongkir dan Sistem Cod terhadap Minat Berbelanja Online di Aplikasi Shopee dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Economina*, 1(3), 596–607. <https://doi.org/10.55681/economina.v1i3.149>
- Shalsabillah, S., & Sugiyanto. (2022). Pengaruh Promosi, Lokasi, Kualitas Bangunan terhadap Minat Beli pada Perumahan Annieland Cisoka Tangerang. *Sinomika Journal*, 1(3), 381–404. <https://doi.org/https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i3.277>