

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Lokasi, Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian unit apartemen di kawasan Grand Dhika City Lifestyle Jatiwarna, Kota Bekasi. Penelitian ini dilakukan pada pembeli yang sudah membeli unit apartemen di kawasan tersebut dengan fokus pada PT. Adhi Persada Properti sebagai pengembang. Konsumen yang sudah membeli sampai dengan Desember 2023 yaitu 413 orang dan sampel yang dipakai berjumlah 80 responden. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan metode *random sampling*. Data yang terkumpul kemudian dianalisis untuk mengetahui hubungan antara faktor-faktor tersebut dengan keputusan pembelian konsumen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Lokasi, Persepsi Harga dan Kualitas Produk tidak berdampak pada Keputusan Pembelian, tetapi untuk variabel Promosi menunjukkan dampak positif pada Keputusan Pembelian. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa variabel Lokasi, Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Promosi secara bersama-sama menunjukkan dampak positif pada Keputusan Pembelian. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan wawasan mengenai seberapa besar pengaruh masing-masing faktor dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di sektor properti, khususnya dalam konteks pengembangan properti perkotaan.

Kata Kunci: Lokasi, Persepsi Harga, Kualitas Produk, Promosi, Keputusan Pembelian, Unit Apartemen, Grand Dhika City Lifestyle, Jatiwarna, Kota Bekasi, PT. Adhi Persada Properti.