

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kenyamanan lingkungan, aksesibilitas lokasi, kualitas fisik dan persepsi harga terhadap nilai pelanggan sehingga dapat mempengaruhi kemantapan keputusan pembelian rumah.

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah penghuni rumah di Perumahan Cluster Perumahan Graha Wahid, The Hills Tamansari, PuriAyodya dan Graha Estetika dengan status rumah milik sendiri. Masing-masing perumahan diambil responden sebanyak 30 orang, jadi total responden di penelitian ini sejumlah 120 orang dengan menggunakan teknik *Non Probability Sampling*. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis kuantitatif, dengan menggunakan reliabilitas dan validitas, uji asumsi klasik, uji hipotesis, koefisien determinasi serta analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kenyamanan lingkungan, aksesibilitas lokasi, kualitas fisik dan persepsi harga berpengaruh positif terhadap nilai pelanggan. Lalu nilai pelanggan berpengaruh positif terhadap kemantapan keputusan pembelian. Pada model 1, kenyamanan lingkungan memberikan pengaruh yang paling besar kepada nilai pelanggan yaitu sebesar 0,406, lalu persepsi harga 0,254, aksesibilitas lokasi 0,242 dan kualitas fisik 0,236. Lalu pada model 2 nilai pelanggan memberikan pengaruh sebesar 0,578 terhadap kemantapan keputusan pembelian.

Kata kunci: Kenyamanan Lingkungan, Aksesibilitas Lokasi, Kualitas Fisik, Persepsi Harga, Nilai Pelanggan dan Kemantapan Keputusan Pembelian.