

**PENGARUH GOOGLE ADWORDS DAN DESAIN PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN RUMAH PADA KRIAN SEJAHTERA INDAH REGENCY**

Anandita Shafa Maghfiroh

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya,
Ananditashafa02@gmail.com

Agung Pujiyanto

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya,
agung@untag-sby.ac.id

Ni Made Ida Pratiwi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya,
idapратиwi@untag-sby.ac.id

Abstract

Property is one of the important investments in life. Housing development is increasingly rising due to the high population growth rate, especially in Sidoarjo district. Not only that, competition for property business players is increasing, especially in big cities. This research aims to determine and analyze the influence of Google Adwords and product design on the decision to purchase a house in Krian Sejahtera Indah Regency Sidoarjo, both partially and simultaneously. The type of research uses quantitative research and the nature of this research is associative research. The instrument used is a questionnaire distributed to 96 consumers who had purchased a house, then the data that had been collected was analyzed through classical assumption testing and hypothesis testing using IBM SPSS 25. The research results showed that Google Adwords had a positive and significant influence on purchasing decisions, and product design also had a positive and significant influence on purchasing decisions. Simultaneously, Google Adwords and Product Design have a positive and significant effect on the decision to purchase a house at Krian Sejahtera Indah Regency.

Keywords: Google Adwords, Product Design, Purchasing Decisions

Abstrak

Properti merupakan salah satu investasi penting dalam kehidupan. Perkembangan perumahan semakin menjulang tinggi karena tingginya angka pertumbuhan penduduk terutama di kabupaten Sidoarjo tidak hanya itu persaingan pelaku bisnis properti semakin banyak terutama di kota-kota besar. Ini menanyakan poin-poin untuk memutuskan dan menganalisis dampak Google Adwords dan item plan terhadap pilihan membeli rumah di Krian Sejahtera Indah Rgncy Sidoarjo, baik secara sementara maupun sekaligus. Jenis pertanyaan tentang pertanyaan kuantitatif dan sifat dari pertanyaan ini adalah pertanyaan terafiliasi. Instrumen yang digunakan dapat berupa survei yang dibagikan kepada 96 pelanggan yang telah memperoleh rumah, kemudian informasi yang telah dikumpulkan dianalisis melalui uji kecurigaan klasik dan pengujian spekulasi menggunakan IBM SPSS 25. Investigasi yang dilakukan menunjukkan bahwa Google Adwords memiliki dampak positif dan kritis dalam memperoleh pilihan, dan item plan juga memiliki dampak positif dan kritis dalam memperoleh pilihan. Sementara itu, Google Adwords dan Design product memberikan dampak positif dan patut diperhatikan dalam pilihan membeli rumah di Krian Sejahtera Indah Rule.

Kata Kunci: Google adwords, Desain produk, Keputusan Pembelian

Pendahuluan

Perkembangan populasi di Indonesia telah sangat pesat dalam kurun waktu yang lama. Indonesia terus mencatat perkembangan jumlah penduduk setiap tahunnya. Sesuai data terbaru Badan Pengawasan Pusat (BPS), total keseluruhan masyarakat yang ada di Negara Indonesia saat ini berjumlah sekitar 278,69 juta jiwa yang diperkirakan ada pada tahun 2023. Dibandingkan tujuh tahun lalu, jumlah penduduk Indonesia pada pertengahan tahun 2023 meningkat sekitar 9,04%. Properti merupakan salah satu investasi penting dalam kehidupan. Perkembangan perumahan semakin menjulang tinggi karena tingginya angka pertumbuhan penduduk dan juga persaingan pelaku bisnis properti semakin banyak terutama di kota-kota besar. Perumahan Krian Sejahtera Indah Regency merupakan sebuah proyek perumahan yang berada di Daerah Krian, Sidoarjo, Jawa Timur, Indonesia. Perusahaan properti ini beroperasi dibawah manajemen PT. Panca Sempurna Jaya. Pencetus kompleks penginapan Krian Sejahtera Indah Regency adalah Bapak Budi Sanjaya. Didirikan pada tahun 2012, Krian Sejahtera Indah Regency menyediakan rumah aman, nyaman, siap huni. PT Panca adalah perusahaan yang berkantor di Jl. Raya Tenggulunan No.8, Larangan, Tenggulunan, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur 61271, Indonesia.

Menurut (Putra 2019) *Google AdWords* sendiri ialah sebuah program periklanan yang diselenggarakan oleh Google, ditujukan kepada produsen dan wirausahawan untuk mempromote kan produk atau layanan mereka secara online melalui internet. Kotler dan Armstrong (2012:456-457) menegaskan bahwa desain yang efektif dapat menurunkan biaya produksi, meningkatkan minat konsumen terhadap kinerja suatu produk, dan memberikan perusahaan keunggulan kompetitif yang signifikan di pasar yang dituju. Dalam (Aryatinigrum 2020) states that a acquiring choice could be a process where customers recognize their issue, rummage around for data approximately a specific item or brand and assess how well each elective can fathom the issue, which at that point leads to a acquiring choice. Obtaining choices are a complex handle including a number of differing components, counting person needs, discernments, and natural impacts as well as financial variables.

penjualan perusahaan perumahan krian sejahtera indah regency mengalami siklus penjualan yang naik turun setiap tahunnya, terutama pada tahun 2022 dan 2023 penjualan rumah mengalami penurunan yang cukup drastis. Variabel Iklan dan desain rumah dapat memainkan peran penting dalam memengaruhi keputusan pembelian rumah. *Google Adwords* periklanan digital yang banyak digunakan oleh pengembang properti untuk mempromosikan properti mereka kepada calon pembeli. iklan google yang digunakan oleh perumahan krian sejahtera indah regency tidak ada jangkauan untuk menghubungi pihak perusahaan, serta keterangan hubungi agen juga tidak dapat di klik, hal tersebut dapat memungkinkan calon konsumen dapat kesulitan dalam menghubungi pihak perusahaan. Banyak nya perusahaan properti serupa di wilayah sidoarjo terutama di wilayah krian membuat persaingan antar perusahaan semakin ketat terutama dalam hal Desain, kompetitor banyak yang menciptakan desain lebih menarik dan terkini. Serta Cara Pandang Masyarakat terhadap desain juga berbeda-beda dalam hal selera terhadap desain rumah. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis **Pengaruh *Google Adwords* dan Desain Produk terhadap keputusan pembelian rumah di Krian Sejahtera Indah Regency.**

Metode

Penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif dalam jenis penelitiannya. Sifat penyelidikan ini adalah penyelidikan biasa. Apabila penelitian ini menggunakan pendekatan cross sectional, maka penelitian mengenai populasi adalah seluruh penduduk yang merupakan penduduk wilayah Sidoarjo dan konsumen yang membeli rumah di lingkungan Aturan Krian Sejahtera Indah yang belum diketahui jumlah pastinya. Strategi pengujian dalam penelitian ini menggunakan pengujian nonprobabilitas dengan strategi pengujian purposive. Pertanyaan ini menggunakan skala estimasi Likert yang menggunakan skala sementara.

Hasil Dan Pembahasan

Hasil Penelitian

Mengingat temuan yang terdapat pada analisis yang telah diteliti yang dilaksanakan di wilayah Sidoarjo, yang melibatkan 96 responden dengan karakteristik masyarakat yang berdomisili Sidoarjo, kemudian masyarakat yang pernah melakukan pembelian rumah pada krian sejahtera indah regency, dan masyarakat yang memiliki smartphone dan aplikasi google. Selain itu data responden berdasarkan Identitas menunjukkan karakteristik berdasarkan usia, pekerjaan, pengeluaran perbulan dan status. Uji Instrument yang digunakan adalah Uji validitas dan reliabilitas.

Tabel Uji Validitas

Variabel		R hitung	R Tabel	Kesimpulan
Google Adwords (X1)	X1,1	0,778	0,361	VALID
	X1,2	0,639	0,361	VALID
	X1,3	0,836	0,361	VALID
Desain Produk (X2)	X2,1	0,584	0,361	VALID
	X2,2	0,535	0,361	VALID
	X2,3	0,628	0,361	VALID
	X2,4	0,672	0,361	VALID
	X2,5	0,612	0,361	VALID
	X2,6	0,725	0,361	VALID
	X2,7	0,515	0,361	VALID
Keputusan Pembelian (Y)	Y,1	0,780	0,361	VALID
	Y,2	0,762	0,361	VALID
	Y,3	0,722	0,361	VALID
	Y,4	0,459	0,361	VALID

Tabel Uji Reliabilitas

VARIABEL	Conbrach's Alpha	Angka Pemanding	KESIMPULAN
Google Adwords (X1)	0,618	0,600	RELIABEL
Desain Produk (X2)	0,713	0,600	RELIABEL
Keputusan Pembelian (Y)	0,631	0,600	RELIABEL

Hasil uji validitas berdasarkan jawaban responden menunjukkan bahwa masing-masing pernyataan pada variabel Google Adwords (X1), Design Product (X2) and decision Purchase (Y) dinyatakan valid, yang disebabkan dari setiap variabel mempunyai signifikansi lebih kecil dari 0,05 dan lebih besar dari r tabel yaitu 0,361. agar semua variabel dapat ditangani lebih lanjut.

Nilai Conbrach's Alpha lebih besar dari 0,60, berdasarkan tabel hasil uji reliabilitas, menunjukkan bahwa reliabilitas dianggap dapat diandalkan jika menghasilkan data yang konsisten ketika sering diuji.

Classic assumption test

Uji asumsi klasik adalah salah satu tahap awal dilakukannya penelitian, Berikut tahapan uji asumsi klasik yang dihasilkan dari analisis yang dilakukan oleh peneliti:

1. Uji Linieritas

Hasil uji linearitas Google Adwords (X1). Berdasarkan tabel diatas, nilai deviasi signifikansi linearitas variabel Google Adwords dengan Keputusan Pembelian sebesar 0,142. Hasil tersebut menunjukkan signifikansi > 0,05 sehingga hubungan antar variabel disebut linier yang artinya hubungan antara variabel Google Adwords (X1) dengan variabel Keputusan Pembelian (Y) adalah linier. Hasil uji linearitas Desain Produk (X2). Berdasarkan tabel diatas, nilai deviasi signifikansi linearitas variabel Desain Product dengan Keputusan Pembelian sebesar 0,205. Hasil tersebut

menunjukkan signifikansi $> 0,05$ sehingga hubungan antar variabel disebut linier yang artinya hubungan pada variabel *Design Product* (X_2) dapat diambil kesimpulan yang ada pada variabel *Keputusan Pembelian* (Y) adalah linier.

2. Uji Normalitas

bahwa gambar histogram pada pemikiran ini berbentuk seperti lonceng atau gunung dan posisi grafiknya tepat berada di tengah-tengah sehingga dapat disimpulkan bahwa pengujian ini dikatakan tipikal. Uji tipikalitas P-Plot menunjukkan fokus mengambil setelah dan mendekati garis miriing sehingga dapat dikatakan relaps memenuhi tipikal. Hasil uji kebiasaan pada table One-Sample Kolmogorov-Smirnov mendapatkan hasil perhitungan dengan Monte Carlo Sig. (2-tailed) yaitu sekitar 0,076 maka dapat dibandingkan dengan tingkat signifikansi $> 0,05$ yang berarti value sisa tersebar secara teratur.

3. Uji Multikolinieritas

Mengingat nilai toleransi pada variabel *Google Adwords* (X_1) dan variabel *Desain Produk* (X_2) diketahui secara bersama-sama mendapatkan hasil perhitungan sebesar 0,707, sehingga hal ini dapat diambil kesimpulan bahwa tidak terjadi gejala multicollinierity karena seluruh nilai toleransi pada variabel independen lebih besar dari 0,10. Demikian pula nilai VIF pada variabel *Google Adwords* (X_1) dan variabel *Desain Produk* (X_2) diketahui sama-sama sebesar 1,415, dan hasil seluruh nilai VIF pada penelitian ini kurang dari 10,00.

4. Uji Heterokedastisitas

Titik-titik tersebut tersebar dan tidak mempunyai pola yang jelas, sesuai dengan hasil uji heteroskedastisitas. Kesimpulannya, model regresi tidak menunjukkan gejala heteroskedastisitas.

5. Uji Regresi Linier Berganda

Untuk variabel *Google Adwords* (X_1) dan *Desain Produk* (X_2) nilai konstanta (a) bernilai positif sebesar 3,770. Artinya *Keputusan Pembelian* (Y) akan tumbuh this big 3,770, dan mengikuti b_1 . Untuk variabel *Google Adwords* (X_1) nilai koefisien regresinya sebesar 0,551. Angka tersebut menunjukkan adanya pengaruh yang baik terhadap variabel yang berhubungan dengan keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *Keputusan Pembelian* (Y) akan tumbuh this big 0,551 jika variabel *Google AdWords* meningkat this big 1 (satuan). Selanjutnya b_2 nilai koefisien regresi *Desain Produk* (X_2) sebesar 0,221. Skor ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian berpengaruh positif. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *decision purchase* (Y) akan meningkat sebesar 0,221 jika variabel *Desain Produk* meningkat sebesar satu satuan.

6. Uji Koefisien Determinasi

Ditemukan nilai R^2 sebesar 0,489. Hal ini menunjukkan bahwa 48,9% keputusan pembelian rumah di *Krian Sejahtera Indah Regency* dipengaruhi oleh *Google Adwords* dan *Desain Produk*, atau dengan kata lain 48,9% keputusan tersebut influenced by variabel X_1 dan X_2 , *Google Adwords* dan *Desain Produk*, terhadap keputusan pembelian (Y). Sisanya sebesar 51,1% dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti.

Uji Hipotesis

1. Hipotesis Pertama

H_0 : Tidak ada pengaruh yang signifikan *Google Adwords* Terhadap Keputusan Pembelian Rumah

H_a : Ada Pengaruh Signifikan *Google Adwords* Terhadap Keputusan Pembelian Rumah

Dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000, maka nilai t hitung uji spasial antara variabel Google Adwords (X1) dengan variabel decision purchase (Y) adalah sebesar 4,942. Dengan demikian, nilai t tabelnya adalah 1,985 sebaliknya. Berdasarkan nilai t hitung ($4,942 > t \text{ tabel } (1,985)$) dan nilai signifikansi Sig ($0,000 < (0,05)$), maka dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak, yang berarti positif dan signifikan. pengaruh variabel Google Adwords terhadap keputusan. membeli rumah Indah Regency di Krian Sejahtera.

2. Hipotesis Kedua

H_0 : Tidak ada yg mempengaruhi yang signifikan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian

H_a : Ada pengaruh yang signifikan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Nilai t hitung dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 didasarkan pada uji spasial antara variabel Desain Produk (X2) dengan variabel keputusan pembelian (Y). Dengan demikian, nilai t tabelnya adalah 1,985 sebaliknya. Berdasarkan nilai t hitung ($4,071 > t \text{ tabel } (1,985)$) dan nilai signifikansi Sig ($0,000 < (0,05)$), maka dapat dikatakan bahwa variabel Desain Produk mempunyai pengaruh yang positif dan besar terhadap pilihan, menolak H_0 dan menerima H_a . membeli rumah Indah Regency di Krian Sejahtera.

3. Hipotesis Ketiga

H_0 : Secara bersama sama tidak ada pengaruh yang signifikan *Google Adwords* and Desain Produk Terhadap decision purchase rumah

H_a : Secara bersama sama ada pengaruh yang signifikan *Google Adwords* and Desain Produk Terhadap decision purchase Rumah.

Setelah menghitung nilai F (49,995) dan menetapkan tingkat signifikansi sebesar 0,000, diketahui bahwa F hitung ($44,413 > F \text{ tabel } (2,703)$) dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan H_a diterima dan H_0 ditolak; dengan kata lain Google Adwords (X1) dan Desain Produk (X2) sama-sama mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian rumah di Krian Sejahtera Indah Regency yang terjadi secara bersamaan.

Pembahasan

Dari hasil analisis dan uji hipotesis terbukti bahwa variabel *Google adwords* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian rumah pada krian sejahtera indah regency. Berdasarkan hasil analisis deskriptif, jawaban yang mempunyai rata-rata paling tertinggi terletak pada indikator "daya ingat pada iklan online". Ini artinya indikator dengan pernyataan tersebut memberikan pengaruh terhadap decision purchase rumah pada krian sejahtera indah regency. Hal ini dibuktikan dari hasil survey lapangan yang menunjukkan bahwa mayoritas responden membeli rumah karena telah melihat iklan google adwords yang telah ditampilkan oleh krian sejahtera indah menjadi salah satu pertimbangan utama konsumen melakukan keputusan Pembelian. Di era modernisasi saat ini banyak kemajuan semakin meningkat pesat terutama pada bidang teknologi informasi, Sementara itu Iklan *google* yang digunakan Krian Sejahtera Indah tidak memiliki fasilitas untuk dapat menelusuri lebih jauh produk yang ditawarkan oleh perusahaan.

Tetapi masyarakat masih antusias karena iklan yang ditampilkan cukup menarik dan jelas dalam memberikan informasi mengenai detail rumah yang akan ditawarkan kepada calon konsumen, Tetapi informasi untuk menghubungi perusahaan secara lengkapnya tidak bisa ditelusuri oleh konsumen sehingga konsumen merasa kesulitan dan mencari sumber informasi yg lain, Meskipun begitu masyarakat masih bisa melakukan pencarian iklan pada google adwords serta iklan yang ditayangkan juga dapat membantu calon konsumen untuk mengetahui informasi yang dibutuhkan mengenai produk yang ditayangkan. Variabel Desain Produk diketahui mempunyai pengaruh atau relevansi terhadap pilihan membeli rumah di Krian Sejahtera Indah Regency berdasarkan hasil analisis dan pengujian hipotesis. Secara umum, salah satu elemen kunci yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah desain produk, Seorang konsumen akan memutuskan untuk membeli suatu produk dilihat dari estetika maupun kualitas pada desain yang ada di dalam produk tersebut untuk membeli produk yang di lihatnya. Desain atap genteng yang digunakan adalah genteng beton, genteng beton ini cocok dipakai pada atap rumah bergaya minimalis, selain itu warna cat yang digunakan bernuansa elegan dan tidak mencolok. Tidak hanya itu desain pada krian sejahtera indah rengency juga mudah untuk dilakukan pengembangan misal penambahan taman depan rumah ataupun penambahan kanopi. Tetapi banyak nya perusahaan properti serupa di wilayah sidoarjo terutama diwilayah krian membuat persaingan antar perusahaan semakin ketat terutama dalam hal Desain, kompetitor banyak yang menciptakan desain lebih menarik.

Dari hasil analisis deskriptif didapatkan tanggapan form dari konsumen rumah memperoleh kesimpulan dari beberapa pernyataan yang disebar oleh peneliti mendapatkan hasil bahwa indikator “Mudah Diperbaiki” yang memiliki rata-rata skor tertinggi dan menjadi indikator pertama konsumen dalam meningkatkan keputusan pembelian, itu menunjukan Desain rumah yang mudah dilakukan pengembangan memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian rumah pada krian sejahtera indah regency. Faktor Google Adwords menunjukkan pengaruh yang baik dan besar terhadap keputusan membeli rumah jika dilihat secara individu atau kombinasi pada krian sejahtera indah regency . Ini menggambarkan bahwa iklan google Adwords dan desain produk yang diberikan oleh perusahaan mempunyai peran penting untuk calon konsumen dalam melakukan pembelian. Sehingga keputusan pembelian akan mengalami peningkatan terhadap rumah yang ditawarkan. Hal tersebut dibuktikan bahwasanya dari hasil penemuan di lapangan pada saat penelitian, para responden mencari informasi melalui google untuk mengetahui produk yang akan mereka beli selain itu desain rumah yang up to date dan mudah untuk dilakukan pengembangan sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Dari hasil analisis deskriptif diketahui responden melakukan pembelian rumah karena rumah yang ditawarkan sesuai dengan prioritas mereka, hal ini merujuk pada indikator “memprioritaskan pembelian suatu produk”.

Kesimpulan

Berdasarkan temuan penelitian yang telah dibahas oleh peneliti tentang “Pengaruh Google Adwords dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian rumah pada Krian Sejahtera Indah Regency” dengan 96 responden yang pernah melakukan pembelian rumah pada Krian Sejahtera Indah Regency, maka peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut. Dari hasil analisis deskriptif yang didapatkan oleh peneliti tentang pengaruh google adwords dan desain produk terhadap keputusan pembelian rumah pada krian sejahtera indah regency, menunjukkan bahwa karakteristik responden pernah melakukan pembelian rumah dan seluruhnya berdomisili di sidoarjo, kemudian dengan Mayoritas tanggapan adalah antara usia 41 dan 50., selain itu responden berdasarkan pekerjaan mayoritas adalah pegawai swasta dan untuk berdasarkan pendapatan yang paling mendominasi adalah dengan pengeluaran perbulan >6-10 juta tidak hanya itu berdasarkan temuan lainnya responden seluruhnya berstatus sudah menikah. Berdasarkan hasil dari uji statistik dan analisis yang dilakukan oleh peneliti Telah dibuktikan bahwa semua faktor independen mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli, kemudian yang terkuat didalam analisis terbukti bahwa desain produk pada krian sejahtera indah regency memiliki pengaruh terkuat dibandingkan dengan iklan google adwords yang dibuktikan dengan hasil analisis deskripsi dimana seluruh responden memberikan pernyataan sangat setuju terhadap indikator desain produk, hal ini juga didukung dari pernyataan indikator jawaban responden dengan nilai rata-rata tertinggi yaitu sangat setuju pada indikator “Mudah Diperbaiki” yang menyatakan perumahan krian sejahtera indah regency mudah untuk dilakukan renovasi/ pengembangan. Sementara itu Google adwords juga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian yang rata-rata responden sangat setuju kepada pernyataan dari indikator google adwords, dibuktikan dari seluruh indikator jawaban responden dengan nilai rata-rata tertinggi yaitu sangat setuju pada indikator “daya ingat pada iklan online” yang menyatakan bahwa konsumen mengingat iklan google adwords krian sejahtera indah regency yang telah ditampilkan.

REKOMENDASI

Dalam hal ini, analis dapat mengusulkan pengambilan setelah berdasarkan kesimpulan yang telah ditentukan: khususnya untuk perusahaan krian sejahtera indah regency yang berada di kabupaten sidoarjo:

1. Menurut temuan penelitian terbukti bahwasanya variabel *Google Adwords* memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Krian Sejahtera Indah Regency. Terkait dengan iklan yang ditampilkan masyarakat mudah mengingat iklan google sebaiknya ditambahkan fasilitas untuk dapat secara langsung menghubungi pihak perusahaan, Seiring dengan pesatnya laju perkembangan teknologi disarankan untuk meningkatkan kegiatan promosi iklan melalui media sosial seperti facebook, tiktok, Youtube dan Twitter karena hal tersebut memiliki andil dalam upaya meningkatkan proses pengambilan keputusan saat membeli.
2. Temuan penelitian juga Keputusan pembelian diketahui dipengaruhi secara signifikan oleh variabel desain produk. Perusahaan dapat mempertahankan desain rumah yang mudah untuk dilakukan pengembangan seperti penambahan kanopi rumah dan taman depan rumah, Peneliti dapat menyarankan untuk memperluas dan meningkatkan desain rumah tidak hanya konsep modern minimalis tetapi juga dapat menambah konsep rumah american classic ataupun konsep rumah dengan gaya eropa, yang pastinya sesuai dengan perkembangan zaman karena hal tersebut dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

Daftar Pustaka

- Aini, niki n, awin mulyati, dan ign anom maruto. 2018. "analisis pengaruh advertising dan personal selling terhadap keputusan pembelian (studi kasus pada konsumen kosmetik wardah di transmart rungkut)." *Dinamika administrasi bisnis* 4(1): 10-27.
- Arifin, trenaldy ikkyu, ni made, ida pratiwi, dan awin mulyati. 2022. "pengaruh iklan google adwords dan kualitas website terhadap keputusan menggunakan ekspedisi line 7 express." : 86-90.
- Budiyanto, teguh, christoffel kojo, dan hendra n. 2016. "strategi promosi, kualitas produk, dan desain terhadap keputusan pembelian dan minat mereferensikan rumah pada puri camar liwas pt. Camar sapta ganda." *Jurnal berkala ilmiah efisiensi* 16(4): 488-500.
- Christine, c., & budiawan, w. (2017). Analisis pengaruh marketing mix (7p) terhadap minat beli ulang konsumen (studi pada house of moo, semarang). *Industrial engineering online journal*, 6(1).
- Nofaniapgmailcom, email. 2001. "pengaruh advertising , price , dan product quality terhadap keputusan pembelian skintific pada pengguna tiktokshop di sidoarjo." 9(1): 51-55.
- Philip kotler, kevin lane keller. 2016. *MyLab™: learning full circle for marketing, management, business communication, intro to business, and mis*. [Http://www.pearsonmylabandmastering.com](http://www.pearsonmylabandmastering.com). (Diakses 24 april 2024)
- Saputri, angelina devi, awin mulyati, dan ign anom maruto. 2019. "pengaruh citra merek, desain produk, dan persepsi kualitas terhadap keputusan pembelian sepatu nike." *Fakultas ilmu sosial dan ilmu politik untag surabaya* 1(1): 1-8.