

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KONSUMEN DALAM MEMBELI RUMAH
(Studi Kasus di Perumahan Bukit Semarang Baru, Semarang)**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Sarjana (SI)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi
Universitas Diponegoro

Disusun oleh :

**AGUSTINUS PRIMANANDA
NIM. C2A006011**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2010**

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Agustinus Primananda

Nomor Induk Mahasiswa : C2A006011

Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Manajemen

Judul Skripsi : **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KONSUMEN DALAM MEMBELI RUMAH
(Studi Kasus di Perumahan Bukit Semarang
Baru, Semarang)**

Dosen Pembimbing : Dr. Y. Sugiarto. PH, SU

Semarang, September 2010

Dosen Pembimbing,

(Dr. Y. Sugiarto. PH, SU)

NIP. 130675276

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Penyusun : Agustinus Primananda. P

Nomor Induk Mahasiswa : C2A006011

Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Manajemen

Judul Skripsi : **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KONSUMEN DALAM MEMBELI RUMAH
(Studi Kasus di Perumahan Bukit Semarang
Baru, Semarang)**

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal September 2010

Tim Penguji

1. Dr. Y. Sugiarto. PH, SU (.....)
2. Dr. Hj. Indi Djastuti, MS (.....)
3. Drs. Harry Soesanto, MMR (.....)

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini saya, Agustinus Primananda, menyatakan bahwa skripsi dengan judul: *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Membeli Rumah (Studi Kasus di Perumahan Bukit Semarang Baru, Semarang)*, adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau symbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah – olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah – olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijasah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, September 2010

Yang membuat pernyataan,

(Agustinus Primananda)

NIM : C2A006011

ABSTRACT

Time this time development at economics sector is experiencing remarkable enhanced. thereby increase also society welfare, so from that is human need more various, and one of them need residence that is house. one of house developers PT. Karyadeka everlasting nature that offered one of proper housing occupiers that is hill housing Semarang new. but, troubleshoot that faced that is how does house sale then can increase every year it, while this time many is springing up housing developers that dare to show new penetrations. therefore, in noodle watchfulness will analyze factor that felted important to canvassed, like price factor, location, building, and environment towards decision buys.

This watchfulness uses doubled linear regression analysis with program SPSS version 16.0. population that used society Semarang that occupy house at hill housing Semarang new. while sample that used as much as 100 person with methods proportional sampling.

Based on analysis that used, can be pulled several conclusions at the (time) of be done doubled regression processing. this watchfulness is validity up to standard, Reliabilitas, with free from heteroskedastisitas, multikolinearitas and escape from normality test. Hypothesis testing by using test t show that price variable, location, building, and environment that canvassed, to significant influence purchasing decision. while in test f show significant $< 0,05$. Matter this means variable price, location, building, and environment according to together influential manifestly to wards purchasing decision. While determination coefficient is got value adjusted R^2 73,9%. mean, purchasing decision variable explainable by price variable existence, location, building, and environment.

Keyword: Price, Location, Building, Environment, Purchasing Decision

ABSTRAK

Pada masa sekarang ini pembangunan di sektor perekonomian mengalami peningkatan yang luar biasa. Dengan demikian meningkat juga kesejahteraan masyarakat, maka dari itu kebutuhan manusia akan semakin beragam, dan salah satunya kebutuhan akan tempat tinggal yaitu rumah. Salah satu pengembang rumah PT. Karyadeka Alam Lestari yang menawarkan salah satu perumahan yang layak huni yaitu Perumahan Bukit Semarang Baru. Akan tetapi, permasalahan yang dihadapi yaitu bagaimana penjualan rumah dapat terus meningkat setiap tahunnya, padahal sekarang ini banyak bermunculan pengembang-pengembang perumahan yang berani memunculkan terobosan-terobosan baru. Oleh karena itu, dalam penelitian ini akan menganalisis faktor yang dirasa penting untuk diteliti, seperti faktor harga, lokasi, bangunan, dan lingkungan terhadap keputusan beli.

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan program SPSS Versi 16.0. Populasi yang digunakan adalah masyarakat Semarang yang menghuni rumah di Perumahan Bukit Semarang Baru. Sedangkan sampel yang digunakan sebanyak 100 orang dengan metode *proportional sampling*.

Berdasarkan analisis yang telah digunakan, dapat ditarik beberapa kesimpulan pada saat dilakukan pengolahan regresi berganda. Penelitian ini memenuhi syarat validitas, reliabilitas, serta bebas dari heteroskedastisitas, multikolinearitas dan telah lolos uji normalitas. Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t menunjukkan bahwa variabel harga, lokasi, bangunan, dan lingkungan yang diteliti, secara signifikan mempengaruhi keputusan pembelian. Sedangkan pada uji f menunjukkan signifikan $< 0,05$. Hal ini berarti variabel harga, lokasi, bangunan, dan lingkungan secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Sedangkan koefisien determinasi diperoleh nilai Adjusted R^2 73,9%. Artinya, variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh adanya variabel harga, lokasi, bangunan, dan lingkungan.

Kata Kunci : Harga, Lokasi, Bangunan ,Lingkungan, Keputusan Pembelian

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan Tuhan Yang Maha Kuasa, yang telah melimpahkan rahmat dan petunjuk-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Membeli Rumah (Studi Kasus di Perumahan Bukit Semarang Baru, Semarang)”**.

Penulis menyadari penyusunan skripsi ini dapat selesai tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, petunjuk, saran serta motivasi dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis dengan segala kerendahan hati ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini khususnya kepada :

1. Bapak Dr. H. M. Chabachib, MSi, Akt. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
2. Bapak H. Susilo Toto Raharjo, SE., MT, selaku Kepala Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
3. Bapak Drs. Y. Sugiarto. PH, SU, selaku Dosen pembimbing atas waktu yang telah diluangkan untuk bimbingan, petunjuk, dan nasehat dalam proses pembuatan skripsi sampai selesai.
4. Bapak Drs. Prasetiono, MSi selaku Dosen wali atas bimbingan, nasihat dan ilmu yang sangat bermanfaat selama menempuh kuliah.
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang bermanfaat.

6. Bapak dan Ibuku tercinta atas doa, kasih sayang, pengorbanan, motivasi, bimbingan, nasihat, bekal ilmu hidup, dan segalanya yang telah diberikan.
7. Semua keluarga besar, mbah putri , pakde, budhe yang ikut membantu dalam penyebaran kuesioner.
8. Adikku tersayang, Monika yang bersedia berkorban meminjamkan flashdisknya untuk penyusunan skripsi ini.
9. Sahabat dari Semester 1 sampai sekarang, Krisna dan Fuad.
10. Teman seperjuanganku dalam penyusunan skripsi ini, Eny dan Siska.
11. Teman-teman Manajemen Reguler 06, Hilmi, Deny, Fajar, Ervan, Hendro, Abror, Arya, Algha, Unggul, Ismail, Adit, Hanung, Aji, Eric, dan teman-teman lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terima kasih atas doa, dukungan, bantuan, serta pengalaman hidup yang tak akan terlupakan.
12. Semua responden yang telah bersedia meluangkan waktu dan membantu atas terselesaikannya penelitian ini.
13. Semua pihak yang telah berkenan memberikan bantuan kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang membangun akan sangat berguna agar pada penulisan selanjutnya dapat menghasilkan karya yang lebih baik. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Semarang, September 2010

Agustinus Primananda

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Perumusan Masalah	8
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	9
1.3.1. Tujuan Penelitian.....	9
1.3.2. Kegunaan Penelitian	9
1.4. Sistematika Penulisan	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1. Landasan Teori	11
2.1.1. Pengertian Pemasaran dan Konsep Pemasaran.....	11
2.1.2. Pengertian Perilaku Konsumen.....	13
2.1.3. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian oleh Konsumen..	14
2.1.4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen	17
2.1.5. Pengertian Perumahan	19

2.1.6. Pengertian Harga, Lokasi, Bangunan dan Lingkungan	24
2.2. Penelitian Terdahulu	36
2.3. Kerangka Pemikiran	39
2.4. Hipotesis	40
BAB III METODE PENELITIAN.....	41
3.1. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	41
3.2. Penentuan Populasi dan Sampel	44
3.3. Jenis dan Sumber Data.....	45
3.4. Metode Pengumpulan Data.....	45
3.5. Metode Analisis Data.....	46
3.5.1. Uji Validitas	46
3.5.2. Uji Reliabilitas	47
3.5.3. Uji Asumsi Klasik.....	48
3.5.3.1. Uji Multikolinieritas.....	48
3.5.3.2. Uji Normalitas.....	48
3.5.4. Pengujian Hipotesis.....	49
3.5.4.1. Uji F	49
3.5.4.2. Uji t	50
3.5.5. Analisis Regresi Linier Berganda	51
3.5.6. Koefisien Determinasi (R^2).....	52
BAB IV HASIL DAN ANALISIS.....	53
4.1. Deskripsi Obyek Penelitian	53
4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan	53

4.1.2. Gambaran Umum Responden.....	61
4.1.2.1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	62
4.1.2.2. Deskripsi Responden Berdasarkan Umur / Usia.....	62
4.1.2.3. Deskripsi Responden Berdasarkan Status Perkawinan	63
4.1.2.4. Deskripsi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	64
4.1.2.5. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	65
4.1.2.6. Deskripsi Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan	66
4.1.2.7. Deskripsi Responden Berdasarkan Tipe Rumah.....	67
4.2. Analisis Indeks Jawaban Responden per Variabel	68
4.2.1. Indeks Jawaban Responden Tentang Harga (X_1)	70
4.2.2. Indeks Jawaban Responden Tentang Lokasi (X_2)	72
4.2.3. Indeks Jawaban Responden Tentang Bangunan (X_3).....	74
4.2.4. Indeks Jawaban Responden Tentang Lingkungan (X_4).....	76
4.2.5. Indeks Jawaban Responden Tentang Keputusan Pembelian (Y)	78
4.3. Uji Validitas dan Reliabilitas	79
4.3.1. Uji Validitas.....	79
4.3.2. Uji Reliabilitas.....	81
4.4. Analisis Regresi Linier Berganda	81
4.5. Uji Asumsi Klasik.....	83
4.5.1. Uji Normalitas.....	83

4.5.2. Uji Multikolinearitas.....	84
4.5.3. Uji Heteroskedastisitas	85
4.6. Uji Goodness of Fit.....	86
4.6.1. Uji Parameter Secara Individual (Uji t)	86
4.6.2. Uji Parameter Secara Bersama-sama (Uji F).....	90
4.6.3. Koefisien Determinasi (R^2)	91
4.7. Pembahasan	92
BAB V PENUTUP.....	96
5.1. Kesimpulan	96
5.2. Keterbatasan Penelitian.....	98
5.3. Saran	99

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Penjualan Rumah di Perumahan BSB Tahun 2005-2008	5
Tabel 1.2	Daftar Keluhan Konsumen Perumahan Secara Umum	7
Tabel 4.1	Jenis Kelamin Responden	62
Tabel 4.2	Umur / Usia Responden	63
Tabel 4.3	Status Perkawinan Responden	64
Tabel 4.4	Tingkat Pendidikan Responden.....	65
Tabel 4.5	Jenis Pekerjaan Responden	66
Tabel 4.6	Tingkat Pendapatan Responden	67
Tabel 4.7	Tipe / Jenis Rumah Responden	68
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Tentang Harga	70
Tabel 4.9	Tanggapan Responden Tentang Lokasi	72
Tabel 4.10	Tanggapan Responden Tentang Bangunan.....	74
Tabel 4.11	Tanggapan Responden Tentang Lingkungan.....	76
Tabel 4.12	Tanggapan Responden Tentang Keputusan Pembelian.....	78
Tabel 4.13	Hasil Pengujian Validitas.....	79
Tabel 4.14	Hasil Pengujian Reliabilitas	81
Tabel 4.15	Ringkasan Hasil Regresi	82
Tabel 4.16	Pengujian Multikolinearitas	85
Tabel 4.17	Hasil Uji t.....	88
Tabel 4.18	Hasil Uji F.....	91
Tabel 4.19	Koefisien Determinasi	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Skema Kerangka Pemikiran	39
Gambar 4.1 Uji Normalitas	84
Gambar 4.2 Uji Heteroskedastisitas	86
Gambar 4.3 Kerangka Pemikiran Teoritis disertai Analisis Regresi dan Koefisien Determinasi	87

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A : Kuesioner

LAMPIRAN B : Data Mentah Kuesioner

LAMPIRAN C : Hasil Uji Validitas

LAMPIRAN D : Hasil Uji Reliabilitas

LAMPIRAN E : Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

LAMPIRAN F : Hasil Uji Normalitas dan Heteroskedastisitas

LAMPIRAN G : Denah Perumahan BSB

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada masa sekarang ini pembangunan negara semakin meningkat menuju era lepas landas. Pembangunan di sektor perekonomian juga mengalami perubahan yang luar biasa. Hal ini terlihat dengan semakin meningkatnya pendapatan perkapita negara, sehingga secara tidak langsung sangat mendorong tingkat kesejahteraan masyarakat. Dengan meningkatnya kesejahteraan masyarakat maka kebutuhan masyarakat akan semakin beraneka ragam sehingga membuka peluang bisnis bagi para produsen. Peningkatan ini tidak hanya dari segi produk saja akan tetapi dari segi kuantitas produknya juga mengalami peningkatan. Kondisi semacam ini mendorong produsen berlomba-lomba semaksimal mungkin dalam melayani konsumen. Semakin meningkatnya kebutuhan konsumen menyebabkan timbulnya perusahaan-perusahaan baru yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumen. Dimana masing-masing perusahaan berusaha menawarkan keunggulan-keunggulan yang dimiliki oleh produk yang dihasilkannya. Oleh sebab itu persaingan antar perusahaan yang sejenis maupun yang tidak sejenis semakin ketat karena tingginya permintaan konsumen. Untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan, produsen harus lebih cermat dalam mengamati kebutuhan atau keinginan konsumen dan semakin siap dalam menghadapi pasar.

Salah satu kebutuhan manusia yang mendasar adalah masalah perumahan. Rumah sebagai tempat tinggal adalah salah satu kebutuhan pokok manusia selain pakaian dan makanan. Tiap manusia membutuhkan rumah untuk tempat berlindung dan sebagai tempat berkumpul dan berlangsungnya aktivitas keluarga. Sekaligus sebagai sarana investasi. Fungsi rumah juga telah berubah, dari yang semula hanya sekedar sebagai tempat berlindung. Kini sebuah rumah tak cukup hanya untuk berteduh namun juga dituntut untuk mengakomodir kebutuhan dan keinginan pemiliknya. Seperti lokasi yang strategis, bangunan yang bagus & kokoh, dan lingkungannya yang nyaman. Dengan kata lain tak cukup hanya asal untuk berteduh namun juga harus bisa menjadi tempat tinggal yang layak.

Namun untuk beberapa negara yang tingkat kepadatan penduduknya tinggi dan persebarannya tidak merata seperti Indonesia, masalah tempat tinggal masih menjadi polemik. Masih banyak penduduk Indonesia, baik di desa maupun di kota, yang hidup di tempat yang kurang sehat bahkan bisa dikatakan kurang layak untuk ditinggali. Permasalahan tempat tinggal yang dihadapi oleh penduduk yang tinggal di daerah pedesaan pada umumnya adalah lemahnya kemampuan ekonomi serta kurangnya pendidikan dan pengetahuan tentang bagaimana membangun rumah yang sehat dan layak. Sedangkan permasalahan yang dihadapi oleh penduduk di perkotaan adalah kurangnya lahan perumahan di kota yang mengakibatkan harga rumah atau tanah sangat tinggi dan sulit didapatkan, ditambah lagi dengan permasalahan seperti lemahnya tingkat ekonomi penduduk kota yang berpengaruh pada kemampuan untuk memiliki rumah.

Saat ini pun dalam membeli rumah masyarakat tidak hanya melihat faktor harga saja namun mereka mulai mempertimbangkan faktor-faktor lain seperti faktor lokasi, faktor bangunan, dan faktor lingkungan. Alasan masyarakat mempertimbangkan faktor harga karena hal tersebut berkaitan dengan pendapatan mereka. Bagi mereka yang memiliki pendapatan besar mungkin harga tidak akan menjadi masalah, tapi mereka lebih mempertimbangkan faktor lokasi dan kualitas produk dalam hal ini faktor bangunan. Dan untuk faktor lingkungan merupakan faktor tambahan yang tidak bisa diabaikan karena faktor ini merupakan salah satu faktor yang menentukan apakah perumahan tersebut layak untuk dihuni seperti keamanannya, kebersihannya, kelengkapannya fasilitas umum dan sebagainya.

Dengan melihat kondisi semacam ini mendorong produsen untuk melebarkan sayapnya di bidang perumahan. Maka tidak mengherankan jika akhir-akhir ini bisnis di bidang perumahan semakin marak, banyak perusahaan muncul dengan memberikan berbagai macam fasilitas dalam menawarkan produknya. Perkembangan bisnis perumahan semakin marak dewasa ini, tidak hanya terpusat di kota-kota besar akan tetapi sudah meluas di kota-kota kecil.

Sejalan dengan hal tersebut upaya pembangunan perumahan terus ditingkatkan dengan tetap memperhatikan syarat perumahan yang layak dan memenuhi standar kesehatan. Untuk menunjang keberhasilan usaha perusahaan maka perlu memperhatikan arti pemasaran.

Arti pemasaran itu sendiri adalah

“Marketing is social and managerial process by which individual and group obtain what they need and want through creating and exchanging”

products and value with others.” Artinya pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dengan mana seseorang atau kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk serta nilai dengan seseorang atau kelompok lainnya. (Philip Kotler 6:14)

PT Karyadeka Alam Lestari atau yang biasa disingkat menjadi PT KAL merupakan salah satu pengembang perumahan yang menyediakan rumah dengan berbagai tipe. Pemasaran perumahan pada umumnya memiliki atribut penawaran yang hampir sama. PT Karyadeka Alam Lestari mencoba memberikan penawaran perumahan yang salah satunya diberi nama Perumahan Bukit Semarang Baru dimana perumahan ini memiliki keunggulan yaitu harga yang terjangkau, desain bangunan yang menarik, lokasi yang strategis, dan fasilitas-fasilitas yang lengkap.

Awalnya perkembangan Kota Semarang untuk menjadi Kota Metropolitan dimulai pada tahun 1976. Pada tahun ini wilayah Kota Semarang dimekarkan dari 9.940 Ha menjadi 37.360,984 Ha. Sistem Tata Kota yang diberlakukan di Semarang serta perkembangan jumlah penduduk dan tingkat perekonomian yang ada semakin mendorong para pengembang untuk beramai-ramai melakukan pembangunan properti, terutama perumahan yang dilakukan di berbagai daerah.

Pembangunan ini memang semakin memudahkan masyarakat untuk memperoleh tempat tinggal. Namun masyarakat sebagai calon konsumen atau bahkan yang sudah menjadi konsumen harus jeli dalam memilih pengembang. Kredibilitas pengembang sangat penting untuk diperhatikan karena hal ini akan berpengaruh terhadap produk yang mereka tawarkan. Semakin baik

kredibilitasnya maka akan semakin baik pula kualitas produk yang ditawarkan. Begitu juga dengan fasilitas yang diberikan maupun layanan purna jual (*after sales*). Dalam hal ini PT Karyadeka Alam Lestari sebagai pengembang Perumahan Bukit Semarang Baru tidak hanya sebatas memproduksi saja, akan tetapi berusaha menarik konsumen dan mempengaruhi tingkah laku konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan. Pemahaman terhadap perilaku dan sikap konsumen sangat mempengaruhi penjualan produk baik untuk saat ini maupun untuk memperkirakan penjualan dimasa yang akan datang. Dari data REI (*Real Estate Indonesia*) menyebutkan bahwa PT. Karyadeka Alam Lestari bukanlah satu-satunya pengembang di Kota Semarang. Setidaknya ada 25 pengembang lain yang membangun perumahan di Semarang sehingga persaingan bisnis *real estate* ini sangat ketat. Untuk itu PT. Karyadeka Alam Lestari harus memperhatikan kebutuhan serta keinginan konsumennya dan kemudian merealisasikannya. Data mengenai pembangunan di perumahan Bukit Semarang Baru beserta realisasinya dapat dilihat pada tabel 1.1 di bawah ini :

Tabel 1.1

Penjualan Rumah di Perumahan Bukit Semarang Baru Tahun 2005-2008

TAHUN	TARGET PENJUALAN (unit)	REALISASI (unit)	PENCAPAIAN (%)
2005	576	491	85,24
2006	386	277	71,76
2007	390	280	71,79
2008	426	363	80,52
JUMLAH	1778	1391	78,23

Sumber : Database DPD REI Jawa Tengah Tahun 2008

Data pada tabel 1.1 di atas menunjukkan bahwa pencapaian realisasi penjualan tiap tahun selama empat tahun terakhir belum mencapai target yang diinginkan. Rata-rata pencapaian target selama kurun waktu empat tahun tersebut adalah 78,23% atau baru terealisasi sebanyak 1391 unit dari 1778 unit yang ditargetkan dengan pencapaian tertinggi sebesar 85,24% pada tahun 2005 dan pencapaian terendah sebesar 71,76% pada tahun 2006.

Antara tahun 2005 sampai 2007 target dan realisasi penjualan rumah mengalami penurunan karena pada kurun waktu tersebut pihak pengembang sedang menyelesaikan pembangunan di kawasan Graha Taman Bunga dan Graha Taman Pelangi, sehingga penjualan lebih difokuskan pada kawasan rumah kecil di Bukit Jatisari (tipe 21-37) dimana puncak penjualannya terjadi pada tahun 2005 dan pada dua tahun berikutnya pengembang tinggal menghabiskan stok sisanya. Pada tahun 2007 pengembang mulai melanjutkan pembangunan di kawasan Graha Taman Bunga serta Graha Taman Pelangi tahap kedua dan ketiga dimana dua kawasan ini adalah kawasan tipe rumah sedang dan besar. (tipe 40-250). Sehingga pada tahun 2008 target dan realisasi penjualannya mulai naik lagi.

Suatu perusahaan harus selalu *survive* agar dapat terus bersaing dengan perusahaan-perusahaan sejenis yang sama-sama bergerak dalam bisnis perumahan. Penawaran PT Karyadeka Alam Lestari disertai dengan berbagai faktor (atribut) yang diterapkan, hal itu digunakan oleh konsumen sebagai alat untuk pengambilan keputusan pembelian produk. Karena banyaknya perusahaan yang bergerak di bidang perumahan, maka perusahaan harus berhati-hati dalam memahami sikap konsumen, jangan sampai terdengar berbagai macam keluhan

yang dapat merugikan perusahaan. Untuk mengetahui apakah produk perusahaan telah memenuhi harapan konsumen, maka pengembang perlu mengetahui bagaimana sikap konsumen terhadap atribut perumahan tersebut :

Tabel 1.2

Daftar Keluhan Konsumen Perumahan Secara Umum

Keluhan-Keluhan Konsumen Perumahan	Konsumen (orang)	Persentase (%)
Lokasi yang jauh dari pusat kota	30	30
Kurang tersedianya fasilitas umum seperti pasar, sekolah, tempat ibadah	25	25
Lingkungan yang tidak aman dan tidak adanya petugas keamanan (satpam)	20	20
Lokasi yang jauh dari transportasi umum	15	15
Harga perumahan secara kredit relatif mahal	10	10
Jumlah	100	100

Sumber : Data Primer, 2009

Dari data diatas yang diambil acak dari beberapa konsumen yang tujuannya untuk sampel, dapat diketahui bagaimana tanggapan konsumen yang diharapkan dapat diperoleh gambaran tentang sejauh mana kepuasan konsumen terhadap atribut atau faktor-faktor perumahan. Setiap orang mempunyai sikap yang berbeda-beda terhadap suatu objek yang sama. Perusahaan berusaha untuk memuaskan selera konsumen dengan cara memenuhi kenyataan sesuai dengan yang diharapkan. Hal ini harus benar-benar diperhatikan oleh perusahaan, sebab

semua itu menyangkut hubungan berkesinambungan dengan konsumen secara tidak langsung karena menyangkut kelangsungan hidup perusahaan itu sendiri. Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian dan ingin mengetahui sejauh mana kepuasan konsumen terhadap atribut-atribut perumahan.

Sehingga berdasarkan penjelasan-penjelasan diatas, maka dirasakan perlu untuk membahas lebih lanjut mengenai **“Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Membeli Rumah”**. (Studi Kasus di Perumahan Bukit Semarang Baru, Semarang).

1.2 Rumusan Masalah

Bertitik tolak pada paparan yang telah dijelaskan sebelumnya, menunjukkan bahwa pencapaian realisasi penjualan tiap tahun selama 4 tahun terakhir belum mencapai target yang diinginkan. Antara tahun 2005 sampai 2007 target dan realisasi penjualan rumah mengalami penurunan. Hal ini dikarenakan keluhan-keluhan konsumen, khususnya pada faktor harga, lokasi, bangunan, dan lingkungan.

Maksud dari rumusan masalah ini adalah memperjelas masalah yang akan diteliti. Maka, dari masalah yang ada penulis membuat pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh harga, lokasi, bangunan, dan lingkungan terhadap preferensi atau pilihan pada Perumahan Bukit Semarang Baru

2. Faktor apa yang dominan mempengaruhi pertimbangan konsumen dalam memilih rumah, dalam hal ini Perumahan Bukit Semarang Baru

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis seberapa besar pengaruh harga terhadap keputusan pembelian rumah di Perumahan Bukit Semarang Baru
2. Untuk menganalisis seberapa besar pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian rumah di Perumahan Bukit Semarang Baru
3. Untuk menganalisis seberapa besar pengaruh bangunan terhadap keputusan pembelian rumah di Perumahan Bukit Semarang Baru
4. Untuk menganalisis seberapa besar pengaruh lingkungan terhadap keputusan pembelian rumah di Perumahan Bukit Semarang Baru
5. Untuk mengetahui faktor apa yang dominan terhadap keputusan pembelian rumah di Perumahan Bukit Semarang Baru

1.3.2 Kegunaan penelitian ini adalah :

1. Bagi Perusahaan

Membantu mengevaluasi dan sebagai dasar acuan atau pertimbangan di dalam menentukan strategi pemasaran yang dapat memenuhi selera dan keinginan konsumen

2. Bagi Peneliti Lain

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti yang lain.

1.4 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan dari peneliti terdiri dari 5 bab yaitu sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang landasan teori mengenai hal-hal yang ada dalam penelitian terdahulu, kerangka penelitian, dan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini tentang variabel penelitian dan definisi operasional, populasi, dan sampel, metode penentuan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, dan metode analisis data.

BAB IV : HASIL DAN ANALISIS

Bab ini berisi tentang deskripsi obyek penelitian, identitas dan karakteristik responden, deskripsi variabel penelitian, analisis data dan pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran dari analisis dan pembahasan yang telah dilakukan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Pengertian Pemasaran dan Konsep Pemasaran

Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dimana seseorang atau kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk dan nilai. (Philip Kotler, 1993 : 4)

William J. Stanton menyatakan bahwa :

Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.

Definisi pemasaran tersebut didasarkan pada konsep-konsep inti sebagai berikut (Philip Kotler, 1993 : 4) :

1. **Kebutuhan, Keinginan, dan Permintaan**

Titik tolak bagi disiplin pemasaran terletak pada kebutuhan dan keinginan manusia, disamping itu manusia juga mempunyai permintaan yang kuat akan sesuatu hal.

Kebutuhan adalah suatu keadaan dirasakanya ketiadaan kepuasan dasar tertentu. Kebutuhan tidak diciptakan oleh masyarakat atau produsen, tapi sudah ada dan melekat dalam tubuh manusia.

Keinginan adalah kehendak yang kuat akan pemuas yang spesifik terhadap kebutuhan-kebutuhan yang lebih mendalam.

Permintaan adalah keinginan akan produk yang spesifik yang didukung dengan kemampuan dan kesediaan untuk membelinya. Keinginan berubah menjadi permintaan bilamana didukung dengan daya beli.

2. Produk

Produk diartikan sebagai sesuatu yang dapat ditawarkan kepada seseorang untuk memuaskan suatu kebutuhan atau keinginan.

3. Utilitas

Utilitas (nilai kegunaan) adalah taksiran konsumen mengenai kapasitas keseluruhan suatu produk untuk memuaskan kebutuhan.

4. Pertukaran dan Transaksi

Pertukaran adalah tindakan untuk memperoleh produk yang dikehendaki dari seseorang dengan menawarkan suatu yang lain sebagai balasannya. Pertukaran merupakan sebagai proses menciptakan nilai, artinya pertukaran biasanya membuat kedua belah pihak menjadi lebih baik daripada sebelum terjadi pertukaran. Sedangkan transaksi adalah unit dasar dari pertukaran, transaksi merupakan perdagangan nilai-nilai diantara kedua belah pihak.

5. Pasar

Pada mulanya istilah pasar diartikan sebagai tempat dimana pembeli dan penjual bertemu untuk mempertukarkan barang-barang mereka, namun kemudian para ahli ekonomi menggunakan istilah pasar untuk menyatakan

sekumpulan pembeli dan penjual yang melakukan transaksi atas suatu produk atau kelas produk tertentu. Pasar terdiri dari semua pelanggan potensial yang mempunyai kebutuhan atau keinginan tertentu yang mungkin bersedia dan mampu melibatkan diri dalam suatu pertukaran guna memuaskan kebutuhan dan keinginan tersebut.

6. Pemasaran dan Pemasar

Pemasaran adalah semua kegiatan manusia yang dilakukan dalam hubungannya dengan pasar. Sedangkan pemasar adalah seseorang yang mencari sumber daya dari orang lain dan bersedia menawarkan sesuatu yang bernilai sebagai imbalannya.

Definisi konsep pemasaran adalah kunci untuk mencapai tujuan organisasi yang terdiri dari penentuan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diharapkan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan para pesaing. (Philip Kotler 1993 : 21)

Sedangkan menurut Basu Swastha dan Irawan 1990 : 10, menyatakan bahwa konsep pemasaran adalah pemuas kebutuhan konsumen yang merupakan syarat ekonomi dan sosial bagi kelangsungan hidup perusahaan.

2.1.2 Pengertian Perilaku Konsumen

Perilaku Konsumen adalah tingkah laku dari konsumen, dimana mereka dapat mengilustrasikan pencarian untuk membeli, menggunakan, mengevaluasi dan memperbaiki suatu produk dan jasa mereka. Focus dari perilaku konsumen adalah bagaimana individu membuat keputusan untuk menggunakan sumber daya

mereka yang telah tersedia untuk mengkonsumsi suatu barang. (Cahyo Prabowo 2009)

Dua wujud perilaku konsumen :

1. Personal Consumer : konsumen ini membeli atau menggunakan barang atau jasa untuk penggunaannya sendiri.
2. Organizational Consumer : konsumen ini membeli atau menggunakan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dan menjalankan organisasi tersebut.

Para konsumen sangat beraneka ragam menurut usia, pendapatan, tingkat pendidikan, pola perpindahan tempat, selera. Sangat bermanfaat bagi para pemasar untuk membeda-bedakan kelompok konsumen yang memang berbeda-beda, dan mengembangkan produk dan jasa yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen itu.

2.1.3 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian oleh Konsumen

Produsen mendalami berbagai hal yang mempengaruhi pembeli dan mengembangkan suatu pengertian tentang bagaimana konsumen dalam kenyataannya membuat keputusan pada waktu membeli sesuatu. Produsen diharuskan mengetahui siapakah yang membuat keputusan itu, bagaimana tipe keputusan pembelian, dan bagaimana langkah-langkah dalam proses membeli tersebut.

Beberapa peranan seseorang dalam mempengaruhi sebuah keputusan pembelian (Philip Kotler 1993 : 252) :

1. Pengambil Inisiatif (*initiator*) :

adalah orang yang pertama-tama menyarankan atau memikirkan gagasan membeli produk atau jasa tertentu.

2. Orang yang mempengaruhi (*influences*) :

adalah orang yang pandangan atau nasihatnya diperhitungkan dalam membuat keputusan akhir.

3. Pembuat Keputusan (*decides*) :

adalah seseorang yang pada akhirnya menentukan sebagian besar atau keseluruhan keputusan membeli: apakah jadi membeli, apa yang dibeli, bagaimana membeli, atau dimana membeli.

4. Pembeli (*buyer*) :

adalah seseorang yang melakukan pembelian yang sebenarnya.

5. Pemakai (*user*) :

adalah seseorang atau beberapa orang yang menikmati atau memakai produk dan jasa.

Tipe-tipe Perilaku Membeli :

1. Perilaku Membeli yang Kompleks

yaitu perilaku membeli yang kompleks bila mereka semakin terlibat dalam kegiatan membeli dan menyadari perbedaan pentingdiantara beberapa merek produk yang ada. Biasanya konsumen tidak banyak mengetahui tentang penggolongan produk dan tidak banyak belajar tentang produk.

2. Perilaku Membeli yang Mengurangi Ketidakcocokan

yaitu perilaku membeli yang hanya melihat sedikit perbedaan dalam merek. Keterlibatan yang mendalam disebabkan oleh kenyataan bahwa barang yang di beli itu mahal harganya, jarang dilakukan dan berisiko.

3. Perilaku Membeli Berdasarkan Kebiasaan

yaitu perilaku membeli konsumen yang acuh, tanpa memandang perbedaan nyata antara merek satu dengan yang lain. Konsumen tidak melakukan pencarian informasi yang luas tentang berbagai merek, menilai ciri-cirinya dan menimbang-nimbang keputusan namun konsumen malah menerima informasi pasif yang biasanya dari sebuah iklan di televisi atau koran.

4. Perilaku yang Mencari Keragaman

yaitu perilaku membeli yang tingkat keterlibatan konsumennya rendah, tetapi ditandai oleh perbedaan merek yang nyata. Konsumen memiliki beberapa kepercayaan memilih satu merek tanpa banyak penilaian dalam membeli.

Tahap-tahap dalam Proses Keputusan Pembelian (Basu Swastha dan Irawan 1990 : 120) :

1. Menganalisa Keinginan dan Kebutuhan

Penganalisaan keinginan dan kebutuhan ini ditujukan terutama untuk mengetahui adanya keinginan dan kebutuhan yang belum terpenuhi atau terpuaskan

2. Menilai Sumber-sumber

Tahap kedua dalam proses pembelian ini sangat berkaitan dengan lamanya waktu dan jumlah uang yang tersedia untuk membeli.

3. Menetapkan Tujuan Pembelian

Tahap ketika konsumen memutuskan untuk tujuan apa pembelian dilakukan, yang bergantung pada jenis produk dan kebutuhannya

4. Mengidentifikasi Alternatif Pembelian

Tahap ketika konsumen mulai mengidentifikasi berbagai alternatif pembelian

5. Keputusan Membeli

Tahap ketika konsumen mengambil keputusan apakah membeli atau tidak. Jika dianggap bahwa keputusan yang diambil adalah membeli, maka pembeli akan menjumpai serangkaian keputusan menyangkut jenis produk, bentuk produk, merk, penjual, kuantitas, waktu pembelian dan cara pembayarannya

6. Perilaku Sesudah Pembelian

Tahap terakhir yaitu ketika konsumen sudah melakukan pembelian terhadap produk tertentu.

2.1.4 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen

Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan membeli (Slamet Mulyana 2009) :

1. Kebudayaan

Kebudayaan ini sifatnya sangat luas, dan menyangkut segala aspek kehidupan manusia. Kebudayaan adalah simbul dan fakta yang kompleks,

yang diciptakan oleh manusia, diturunkan dari generasi ke generasi sebagai penentu dan pengatur tingkah laku manusia dalam masyarakat yang ada.

2. Kelas sosial

Pembagian masyarakat ke dalam golongan/ kelompok berdasarkan pertimbangan tertentu, misal tingkat pendapatan, macam perumahan, dan lokasi tempat tinggal

3. Kelompok referensi kecil

Kelompok 'kecil' di sekitar individu yang menjadi rujukan bagaimana seseorang harus bersikap dan bertingkah laku, termasuk dalam tingkah laku pembelian, misal kelompok keagamaan, kelompok kerja, kelompok pertemanan, dll

4. Keluarga

Lingkungan inti dimana seseorang hidup dan berkembang, terdiri dari ayah, ibu dan anak. Dalam keluarga perlu dicermati pola perilaku pembelian yang menyangkut:

- a. Siapa yang mempengaruhi keputusan untuk membeli.
- b. Siapa yang membuat keputusan untuk membeli.
- c. Siapa yang melakukan pembelian.
- d. Siapa pemakai produknya.

5. Pengalaman

Berbagai informasi sebelumnya yang diperoleh seseorang yang akan mempengaruhi perilaku selanjutnya

6. Kepribadian

Kepribadian dapat didefinisikan sebagai pola sifat individu yang dapat menentukan tanggapan untuk beringkah laku

7. Sikap dan kepercayaan

Sikap adalah suatu kecenderungan yang dipelajari untuk bereaksi terhadap penawaran produk dalam masalah yang baik ataupun kurang baik secara konsisten. Kepercayaan adalah keyakinan seseorang terhadap nilai-nilai tertentu yang akan mempengaruhi perilakunya

8. Konsep diri

Konsep diri merupakan cara bagi seseorang untuk melihat dirinya sendiri, dan pada saat yang sama ia mempunyai gambaran tentang diri orang lain.

2.1.5 Pengertian Perumahan

(Keputusan Menteri Permukiman dan Prasarana Wilayah Republik Indonesia No 403/KPTS/M/2002 tentang Pedoman Teknis Pembangunan Rumah Sehat) adalah :

a. Rumah

Bangunan yang berfungsi sebagai tempat tinggal atau hunian dan sarana pembinaan keluarga. Rumah sebagai tempat membina keluarga, tempat berlindung dari iklim dan tempat menjaga kesehatan keluarga.

b. Rumah Sehat

Rumah sebagai tempat tinggal yang memenuhi ketentuan atau ketentuan teknis kesehatan yang wajib dipenuhi dalam rangka melindungi penghuni

rumah dari bahaya atau gangguan kesehatan, sehingga memungkinkan penghuni memperoleh derajat kesehatan yang optimal.

c. Perumahan

Kelompok rumah yang berfungsi sebagai lingkungan tempat tinggal atau lingkungan hunian yang dilengkapi dengan prasarana dan sarana lingkungan.

d. Permukiman

Bagian dari lingkungan hidup di luar kawasan lindung, baik yang berupa kawasan perkotaan maupun pedesaan yang berfungsi sebagai lingkungan tempat tinggal atau lingkungan hunian dan tempat kegiatan yang mendukung perikehidupan dan penghidupan.

Beberapa pengertian perumahan yang lain :

- a. Menurut UU RI No.4 Tahun 1992 Pasal 1 Ayat (2), rumah mempunyai arti bangunan dan lingkungan tempat tinggal dilengkapi dengan sarana dan prasarana fasilitas yang memenuhi syarat-syarat guna mendukung kehidupan manusia.
- b. Menurut Arthur C.S. (Housing : Symbol, Structure, Site, 1990), filosofi rumah sama dengan tubuh manusia yang membutuhkan penutup berupa rumah atau *shelter*.
- c. Menurut Sam Davis (The Form of Housing), rumah kemudian akan disebut menjadi perumahan apabila menjadi sekumpulan kesatuan di atas petak-petak lahan individu atau sebagai kelompok rumah gandeng atau sebagai bangunan apartemen.

d. Menurut Y.B. Mangunwijaya (1995), rumah memang bisa dianggap mesin, alat pergandaan produksi. Tetapi lebih dari itu, rumah adalah citra, cahaya pantulan jiwa dan cita-cita kita. Ia adalah lambang yang membahasakan segala yang manusiawi, indah dan agung dari dia yang membangunnya; kesederhanaan dan kewajarannya yang memperteguh hati setiap manusia. Rumah memang kita gunakan, namun lebih dari itu, rumah adalah cerminan jiwa yang bermartabat.

Standar dan Ketentuan Perumahan :

Sebagai wadah kehidupan manusia, rumah dituntut untuk dapat memberikan sebuah lingkungan binaan yang aman, sehat dan nyaman. Untuk itulah Pemerintah dengan wewenang yang dimilikinya memberikan arahan, standar peraturan dan ketentuan yang harus diwujudkan oleh pihak pengembang.

Pembangunan perumahan dapat dilaksanakan oleh pemerintah ataupun pihak swasta. Sesuai dengan UU No 4 Tahun 1992, selain membangun unit rumah, pengembang juga diwajibkan untuk :

- a. Membangun jaringan prasarana lingkungan rumah mendahului pembangunan rumah, memelihara dan mengelolanya sampai pengesahan dan penyerahan kepada Pemerintah Daerah.
- b. Mengkoordinasikan penyelenggaraan penyediaan utilitas umum.
- c. Melakukan penghijauan lingkungan.
- d. Menyediakan tanah untuk sarana lingkungan.
- e. Membangun rumah.

Lokasi kawasan perumahan harus memenuhi beberapa persyaratan antara lain :

- a. Tidak terganggu oleh polusi (air, udara, suara)
- b. Dapat disediakan air bersih (air minum)
- c. Memberikan kemungkinan untuk perkembangan pembangunannya.
- d. Mempunyai aksesibilitas yang baik.
- e. Mudah dan aman mencapai tempat kerja.
- f. Tidak berada di bawah permukaan air setempat
- g. Mempunyai kemiringan yang rata.

Dalam menentukan lokasi kawasan perumahan harus pula diperhatikan segi-segi seperti adanya tempat-tempat keramat / bersejarah dan penghidupan penduduknya.

Selain itu, pembangunan diselenggarakan berdasarkan rencana tata ruang wilayah perkotaan dan rencana tata ruang wilayah bukan perkotaan yang telah ditetapkan oleh pemerintah daerah.

Unsur-unsur permukiman :

Menurut C.A. Doxiadis (*Time-Saving Standards for Urban Design*, McGraw-Hill, 1966), terdapat lima unsur permukiman, yang menurutnya cukup tepat untuk sebuah pendekatan yang menyeluruh terhadap permukiman, unsur-unsur itu disebut *Ekistic Element*, yaitu :

- a. Individu (*man*)

Yang dimaksud disini adalah manusia sebagai individu, meliputi perempuan dan laki-laki.

b. Masyarakat (*society*)

Kegiatan berhadapan dengan orang-orang dan saling berinteraksi dengan kecenderungan populasi, menggolongkan perilaku, kebiasaan sosial, jabatan, pendudukan, pendapatan, dan pemerintahan. Meningkatkan arti pentingnya bermasyarakat adalah hal berharga yang tidak bisa dipisahkan dalam komunitas masyarakat kecil setelah menjadi komunitas yang lebih besar (permukiman).

c. Alam (*nature*)

Menghadirkan ekosistem untuk orang (individu) dan masyarakat beroperasi dan menempatkan kota dan permukiman. Interelasi antara manusia, mesin, permukiman dan alam adalah arti penting seperti halnya daya dukung daerah, benua dan terakhir keseluruhan planet.

d. Pelindung (*shells*)

Pelindung digunakan sebagai istilah yang umum untuk semua bangunan dan struktur.

e. Jaringan (*network*)

Jaringan untuk transportasi, komunikasi dan kegunaan mendukung permukiman, mengikatnya bersama dengan organisasi dan struktur. Perubahan sangat mempengaruhi pola kota dan sering juga pengembangan di (dalam) jaringan dapat mengakibatkan pengembangan baru terhadap kota besar dan masyarakatnya.

Doxiadis menemukan kesimpulan untuk permukiman manusia dari perkataan Aristoteles, “bahwa sasaran permukiman untuk sebuah kota besar

adalah untuk membuat individu yang bahagia dan aman. Keselamatan tidaklah hanya terbatas pada keselamatan dari peperangan, tetapi keselamatan dari kejahatan, polusi dan bencana alam”. Doxiadis percaya bahwa untuk selamat, untuk tinggal atau hidup dan untuk mencapai kebahagiaan, manusia membangun permukiman yang selalu mengikuti prinsip pokok, yaitu prinsip dasar seorang individu mencari kebahagiaan :

- a. Kontak/interaksi maksimal (*maximal contacts*)
- b. Usaha minimum (*minimum effort*)
- c. Ruang optimal (*optimum space*)
- d. Lingkungan yang berkualitas (*quality of environment*)
- e. Optimal dalam mengkaji prinsip-prinsip (*optimum in the synthesis of all principles*).

2.1.6 Pengertian Harga, Lokasi, Bangunan, dan Lingkungan

1. Harga

Dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia* disebutkan bahwa harga adalah jumlah uang atau alat tukar lain yang senilai, yang harus dibayarkan untuk produk atau jasa pada waktu tertentu dan di pasar tertentu.

Harga adalah satu-satunya unsur dalam bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan penjualan. Pada perusahaan-perusahaan besar, penetapan harga biasanya ditangani oleh manajer divisi atau lini produk, akan tetapi pihak manajemen teras tetap menentukan tujuan dan kebijakan umum mengenai harga jual, dan sering juga menyetujui usulan harga yang diajukan oleh para manajernya (Philip Kotler 1998 : 120).

Terdapat enam langkah pokok dalam penetapan harga jual suatu produk yang dapat dilakukan oleh produsen (Philip Kotler 1998 : 162), yaitu dengan :

- a. Penetapan tujuan pemasaran. Seperti misalnya bertahan hidup, maksimalisasi keuntungan jangka pendek, unggul dalam pangsa pasar, atau unggul dalam kualitas produk.
- b. Penentuan kurva permintaan yang akan memperlihatkan jumlah produk yang akan dibeli di pasar dalam waktu tertentu, pada berbagai tingkat harga. Makin inelastis permintaan, makin mampu perusahaan menaik - turunkan harganya.
- c. Perusahaan memperkirakan perilaku biaya pada berbagai tingkat produksi dan perilaku biaya dalam kurva pengalamannya.
- d. Perusahaan menguji dan mengambil harga - harga pesaing sebagai dasar penetapan harga jualnya sendiri.
- e. Perusahaan memilih salah satu dari berbagai metode harga, yaitu : *cost plus*, *analysis break even* dan *target profit*, *perceived value*, *going rate* dan *sealed-bid pricing*.
- f. Menentukan harga akhir yang harus mencerminkan cara-cara psikologis yang paling efektif, harus mempertimbangkan reaksi-reaksi yang mungkin timbul dari distributor, *dealer*, tenaga penjualan perusahaan, pesaing, pedagang dan pemerintah.

Penetapan harga yang dilakukan oleh produsen, dalam hal ini *developer* perumahan, memiliki beberapa tujuan (Peter, J.Paul & Olson, Jerry C, 2000 : 238), antara lain :

- a. Meningkatkan penjualan

- b. Menargetkan pangsa pasar
- c. Keuntungan jangka panjang maksimum
- d. Keuntungan jangka pendek maksimum
- e. Pertumbuhan
- f. Stabilisasi pasar
- g. Menurunkan sensitivitas konsumen terhadap harga
- h. Mempertahankan kepemimpinan harga
- i. Menakut - nakuti pendatang baru
- j. Mempercepat runtuhnya perusahaan - perusahaan marjinal

Ada dua komponen dasar yang dapat dilakukan oleh konsumen dalam menafsirkan harga rumah secara rasional (Surowiyono, Tutu TW, 2007:101), yaitu:

- a. Harga tanah

- 1. Status tanah

Hal ini menyangkut surat tanah, apakah berupa Sertifikat atau Girik. Sertifikat itu sendiri ada yang berupa Sertifikat Hak Milik dan Sertifikat Hak Guna Bangunan. Dengan status yang berbeda-beda maka harga tanah pun juga akan berbeda-beda.

- 2. Lokasi tanah

Dalam hal ini tidak membandingkan lokasi di pinggir kota dan di tengah kota yang harganya sudah pasti berbeda. Tetapi lokasi tanah yang terkait dengan NJOP (Nilai Jual Obyek Pajak). Misalnya pada suatu kawasan banyak terdapat NJOP yang sama tetapi harga jual tanahnya berbeda untuk

seluruh kawasan tersebut. Karena dalam kawasan itu ada tanah yang terdapat dalam gang dan ada yang di tepi jalan besar. Contoh lain, ada tanah yang terdapat pada lokasi yang sama tetapi salah satu tanah yang dimaksud kondisinya ada di bawah permukaan jalan, jadi sebelum dibangun harus diuruk dulu. Sehingga harganya lebih murah padahal menurut NJOP mempunyai nilai yang sama.

b. Harga bangunan

1. Permanensi bangunan

Permanensi bangunan dibagi menjadi empat, yaitu bangunan tidak permanen, semi permanen, permanen, dan monumental..

2. Usia bangunan

Semakin tua usia sebuah bangunan atau rumah maka akan semakin murah harganya. Karena dianggap ada penyusutan (4% per tahun). Nilai penyusutan ini bisa berubah, semakin terawat sebuah rumah, maka nilai penyusutannya akan semakin kecil dan begitu juga sebaliknya.

3. Bentuk dan ukuran bangunan

Dari segi bentuk, sebaiknya konsumen menilai bentuk bukan dalam arti model saja, tetapi juga pengorganisasian ruang. Dalam arti, apakah sudah sesuai dengan kebutuhan atau belum. Dari segi ukuran sudah bisa dipastikan bahwa semakin besar sebuah rumah maka harganya akan semakin tinggi. Tetapi untuk rumah yang luasnya sama harganya bisa berbeda - beda tergantung jumlah pembagian ruang di dalamnya.

Seperti dikutip dari penelitian Muhammad Taufik & Eduardus Tandelilin (2007) bahwa harga merupakan suatu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Hasil tersebut sejalan dengan hasil studi sebelumnya (Rahmawati, 2005) yaitu bahwa transaksi suatu barang terutama dipengaruhi oleh tingkat harganya. Dan juga hukum permintaan yang menyatakan bahwa semakin rendah harga barang maka akan semakin banyak permintaan terhadap barang tersebut., ataupun sebaliknya (Arsyad, 1997 : 22)

H₁ : Harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian

2. Lokasi

Menurut Sudharto P. Hadi (2005 : 104) tahapan dalam pengembangan permukiman secara garis besar dibagi ke dalam tahap perencanaan awal dan pada tahap operasional (ketika permukiman telah mulai dihuni). Dilihat dari sisi lingkungan, setidaknya ada dua persoalan yang muncul ketika letak pembangunan permukiman telah diputuskan.

Pertama, apakah daerah tersebut layak secara ekologis. Karena banyak permukiman yang dibangun di daerah yang seharusnya menjadi daerah konservasi seperti di daerah perbukitan atau daerah resapan air. Sehingga menimbulkan banjir dan berkurangnya cadangan air tanah.

Kedua, permukiman yang dibangun oleh suatu badan usaha (*real estate*) hampir seluruhnya menempati daerah pinggiran kota. Menurut Leaf (1995) kondisi ini dianggap memperburuk dampak lingkungan di perkotaan. Karena menciptakan penghuni kota yang bergantung pada alat transportasi kendaraan bermotor, terutama mobil.

UU No 4 Tahun 1992 dan PP No 29 Tahun 1986 tentang ketentuan pokok pengelolaan lingkungan merupakan salah satu sarana untuk melakukan pencegahan terhadap suatu rencana kegiatan, misalnya proyek yang mungkin dapat menyebabkan kerusakan lingkungan. Dalam undang - undang tersebut pengelolaan lingkungan hidup diwajibkan berpegang pada azas pelestarian lingkungan yang serasi dan seimbang bagi peningkatan kesejahteraan manusia. Hal ini berarti kegiatan pembangunan proyek dan pengoperasian unit hasil proyek harus berpatokan pada wawasan lingkungan. Untuk mencapai maksud tersebut diusahakan dengan cara sebagai berikut (Soeharto, Iman, 1996 : 371) :

- a. Memperhatikan kemampuan daya dukung lingkungan lokasi proyek dan alam di sekitarnya.
- b. Mengelola penggunaan sumber daya secara bijaksana dengan merencanakan, memantau, dan mengendalikan secara bijaksana.
- c. Memperkecil dampak negatif dan memperbesar dampak positif.

Dua hal penting yang perlu diperhatikan sebagai dasar pertimbangan lokasi (Surowiyono, Tutu TW, 2007:13) adalah kondisi lingkungan secara geografis dan kondisi lingkungan menurut kebutuhan strategis.

- a. Secara geografis

Setidaknya ada tiga hal pokok yang dapat digunakan sebagai dasar pertimbangan untuk mencegah risiko besar yang dapat terjadi, yaitu :

1. Kelengkapan administrasi
2. Kondisi geografi
3. Kondisi geologi

b. Kebutuhan strategis

1. Kebutuhan Kepala Keluarga
2. Kebutuhan Ibu rumah tangga
3. Kebutuhan untuk anak

Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan Muhammad Taufik & Eduardus Tandelilin (2007) menyatakan bahwa lokasi merupakan faktor penting yang mempengaruhi permintaan perumahan, apakah lokasi tersebut berada dipusat kota, dekat dengan sarana pendidikan atau tempat bekerja. Semakin strategis lokasi perumahan tersebut maka semakin tinggi permintaan untuk pembelian rumah tersebut.

H₂: Lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian

3. *Bangunan*

Fenomena desain bangunan tema arsitektur perumahan memang menjadi tren yang berkembang pesat pada masa kini, hingga masing-masing perumahan selalu tampil dengan desain bangunan tema tertentu untuk mengembangkan lingkungannya. Perkembangannya desain arsitektur perumahan masa kini muncul sebagai sebuah komoditi konsumsi manusia sehingga terjadi perubahan makna fungsi hunian sebagai rumah tinggal yang dapat dikembangkan ruang-ruangnya bertambah pada kenyamanan, keamanan, kebanggaan dan keindahan yang akan ditempati.

Fenomena bangunan tematik berawal dari semakin tipisnya batas ruang dan waktu di era teknologi informasi sehingga kita bisa melihat karya-karya arsitektur di tempat yang berbeda hanya dengan berupa visualisasi gambar, hal ini

membuat sumber-sumber ide dapat diambil dari mana saja. Namun sampai sejauh mana makna yang ingin ditampilkan perancang melalui visualisasi bangunan.

Gelombang arsitektur tematik dalam desain urban memang mempengaruhi perilaku masyarakat, dimana berbagai ragam artefak fisik karya arsitektur yang dilepas begitu saja dari konteks ruang geografis dan waktu kemudian direproduksi sebagai komoditas yang saat ini banyak digunakan sebagai tema keseharian dalam kompleks perumahan urban. Di Semarang sendiri fenomena ini pun sudah tumbuh dari beberapa perumahan. Semua desain tersebut merupakan tawaran tempat tinggal sekaligus menawarkan keindahan fisik bangunan yang berbeda. Namun sampai sejauh mana makna yang ingin ditampilkan perancang melalui visualisasi bangunan tersebut sampai kepada penggunaannya, diperlukan wawasan yang lebih luas tentang pentingnya pemahaman bahwa perancangan harus kembali kepada manusia sebagai penggunaannya, bila kita mengingat kembali teori Vitruvius tentang *venustas* yang berarti keindahan, memang pengertian keindahan luas sekali yang didalamnya terdapat ekspresi, proporsi, dan komposisi yang pada prinsipnya masih tergantung dari persepsi pengamatnya seperti yang dikatakan Raskin (1954). Maka dari itu diperlukan wawasan yang cukup bagi konsumen yang akan membeli rumah untuk mengetahui sejauh mana nilai keindahan dari bangunan tersebut.

Faktor untuk mempertimbangkan desain rumah yaitu dengan memperhatikan bentuk denah rumah, luas lahan / luas bangunan, tampak rumah. Yang perlu menjadi perhatian adalah :

- Kemungkinan pengembangan rumah (luasan tanah yang besar memberikan

konsumen berbagai pilihan untuk memperluas rumah).

- Perhatikan luas setiap ruangan (bisa dengan leluasa menata interior ruangan).
- Tampak rumah (membuat rumah bisa tampil unik, menarik dan merepresentasikan jati diri)
- Kapasitas rumah dan jumlah orang yang akan tinggal.
- Perawatan berkala terhadap rumah anda.

Sebagai pembeli atau konsumen tentu akan merasa puas apabila mendapatkan kondisi rumah seperti yang diinginkan apalagi sesuai gambar pada brosur. Bangunan untuk Rumah Sehat pada perumahan biasanya terdapat dua tipe yakni standar dan peningkatan mutu. Maksud tipe standar :

- bangunan 1 lantai memiliki jumlah ruang dan kelengkapan bangunan sesuai type
- memiliki lantai dengan perkerasan semen
- dinding bata/batako belum dilakukan finishing/ cat dinding
- atap genteng dengan warna standar
- memiliki sambungan listrik
- memiliki sumber air bersih
- memiliki saluran pembuangan air kotor dan septic tank.

Sedangkan untuk tipe peningkatan mutu perbedaanya hanya terletak pada

- Lantai sudah ditingkatkan menjadi lantai keramik

- dinding sudah ditingkatkan dengan finishing cat dinding
- Kamar mandi /wc sudah memakai lantai dan dinding keramik
- atap genteng sudah memakai warna tertentu.

Kualitas bahan bangunan dan desain bangunan menjadi pertimbangan konsumen karena kualitas yang baik akan memberikan ketahanan dan kenyamanan dalam rumah, serta desain bangunan yang sesuai dengan kriteria konsumen akan berpengaruh terhadap harga rumah itu dan akhirnya mempengaruhi keputusan pembelian akan rumah tersebut, seperti dikutip dari hasil penelitian terdahulu yang dilakukan Efendi (1996).

H₃ : Bangunan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian

4. Lingkungan

Dalam AMDAL di Negeri Belanda, istilah lingkungan digunakan menurut dua pengertian. Dalam peraturan perundangan lingkungan diberi arti "keseluruhan air, tanah, udara, manusia, hewan, tumbuhan, barang beserta nasabah antar masing-masing" (Anon, 1987).

Di dalam Ketentuan Umum Undang-Undang RI Nomor 4 Tahun 1982 tentang Ketentuan-ketentuan Pokok Pengelolaan Lingkungan Hidup, lingkungan hidup adalah "kesatuan ruang dengan semua benda, daya, keadaan dan makhluk hidup, termasuk di dalamnya manusia dan perilakunya, yang mempengaruhi kelangsungan perikehidupan dan kesejahteraan manusia dan makhluk hidup lainnya". Pengertian ini mirip dengan yang digunakan dalam peraturan perundangan Negeri Belanda dan menyiratkan pengertian ekosistem.

Dengan demikian maka pengelolaan lingkungan bermakna pengaturan keadaan komponen lingkungan masing-masing dan saling nasabahnya untuk memperoleh masalah sebaik-baiknya secara berkelanjutan bagi perikehidupan manusia. Menurut tinjauan produksi, istilah lingkungan dapat dipadankan dengan istilah lahan. Lahan ialah keseluruhan lingkungan alamiah dan budaya yang di dalamnya dilangsungkan kegiatan berproduksi (Shoper & Baird, 1978).

Melihat tren perkembangan perumahan sekarang yang memiliki pengaruh gaya berbagai macam aliran, sering kali melupakan bahwa gaya yang diterapkan kadang tidak sesuai dengan kondisi iklim tropis di Indonesia. Membangun di daerah dengan iklim tropis seperti Indonesia, diperlukan pengolahan terhadap kendala yang disebabkan oleh kondisi iklim tropis. Panas sinar matahari yang berlebih, curah hujan yang tinggi, dan kelembaban udara yang tinggi, semua ini perlu ditangani. Tentunya dengan kombinasi dari potensi alam dan desain arsitektural yang tepat akan menciptakan suatu hunian yang nyaman. Prioritas untuk merespon iklim tropis dalam perancangan arsitektural kawasan perumahan sangatlah penting karena faktor ini akan berpengaruh langsung terhadap kenyamanan lingkungan perumahan yang selanjutnya akan berpengaruh terhadap rumah – rumah yang ada.

Beberapa faktor yang menjadi bagian penting dalam merespon iklim tropis dalam perancangan perumahan adalah :

1. Perbandingan ruang terbuka (areal hijau) dan ruang tertutup yang ideal.

Fungsi dari areal hijau ini untuk mengurangi panas matahari pada

lingkungan dan juga sebagai barier terhadap polusi udara sehingga kualitas udara dalam lingkungan dapat dijaga.

2. Desain penataan rumah pada master plan perumahan juga menjadi bagian yang bisa membantu merespon iklim tropis, misalnya dengan memperhatikan garis edar matahari, maka penataan kapling rumah dibuat dengan orientasi utara-selatan (cara ini mampu mengurangi beban rumah dalam mengatasi panas matahari yang berlebihan)
3. Desain arsitektural rumah tinggal yang merespon tren gaya terkini sesuai dengan permintaan pasar tetapi juga tetap merespon kondisi iklim dengan melakukan beberapa penyesuaian desain.

Beberapa kriteria jenis lingkungan yang baik untuk dihuni :

- Pepohonan atau taman lingkungan (green area). Tentunya akan lebih nyaman bila lingkungan tempat tinggal asri, teduh sehingga tidak panas, ingatlah bahwa pepohonan yang lebat dan tinggi merupakan barier (penghalang) yang baik terhadap polusi debu.
- Lebar jalan masuk perumahan dan lebar jalan lingkungan, jalan yang lebar memberikan kemudahan sirkulasi berkendara, dan setidaknya tidak perlu was-was saat berkendara
- Kepadatan lalu lintas di lingkungan perumahan dan didepan rumah. Berpengaruh terhadap tingkat kebisingan dan keamanan. Bisa jadi tidak bisa tidur dengan tenang karena berisik dan anak tidak leluasa bermain sepeda.

- Sarana dan Prasarana pendukung. Bisa jadi perumahan yang dilirik tidak menyediakan sarana – sarana pendukung seperti ; kompleks pertokoan, pusat kebugaran, tempat rekreasi, dan lainnya. Hal ini dapat menjadikan konsumen toleransi bila didaerah sekitar perumahan ada tempat – tempat pendukung yang memenuhi kebutuhan lebih baik.

Menurut Hall et.al (2000) ukuran yang sering digunakan indikator-indikator lingkungan yang baik yaitu terkait dengan kondisi jalan dan lingkungan ketetanggaan hidup (*liveable*), penataan bangunan, kepadatan lingkungan, integrasi aktivitas berhuni, tempat kerja, belanja, umum, spiritual, dan rekreasi. Indikator-indikator tersebut berpengaruh terhadap rumah yang akan dihuni. Dalam penelitian Adib Abadi (2001) faktor lingkungan merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi keputusan pembelian rumah.

H₄ : Lingkungan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang penulis ambil sebagai pembanding yaitu :

1. Muhammad Taufiq & Eduardus Tandelilin (2007) dalam penelitian tentang ” Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Transaksi Rumah Sederhana Tipe 36 di Kabupaten Boyolali Provinsi Jawa Tengah.” Tujuan dari penelitian itu yaitu menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian rumah terdiri dari Harga, Jarak rumah, Kepadatan penduduk, Jumlah rumah tangga, PDRB per kapita, dummy. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian tersebut

menggunakan Regresi.

Hasil dari analisa tersebut diketahui bahwa faktor PDRB per kapita yang paling dominan diantara faktor yang lain dikarenakan pertumbuhan tingkat kepadatan penduduk yang signifikan. Sedangkan kenaikan harga berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian rumah.

2. Eri Susanti (2003) dalam penelitian tentang " Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Produk Keramik Milan Di Surabaya." Dalam penelitian ini diukur pengaruh variabel Kualitas produk, Manfaat inti, Produk generik, Produk harapan, Produk tambahan, Produk potensial terhadap Persepsi Konsumen. Alat analisis yang digunakan yaitu Regresi.

Hasil dari analisa tersebut dapat dilihat bahwa semua variabel tersebut berpengaruh positif terhadap persepsi konsumen. Sedangkan variabel yang paling berpengaruh terhadap persepsi konsumen adalah variabel kualitas produk.

3. Adib Abadi (2001) dalam penelitian tentang " Menuju Lingkungan Perumahan Perkotaan yang Berkualitas." Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kualitas lingkungan perumahan yang terdiri dari faktor prasarana dasar dan utilitas lingkungan. Alat analisis yang digunakan yaitu Regresi.

Hasil dari analisa ini diketahui bahwa ketersediaan prasarana dasar berpengaruh negatif terhadap kualitas lingkungan perumahan. Sedangkan utilitas lingkungan juga belum berpengaruh positif terhadap lingkungan

perumahan dikarenakan masih banyaknya rumah tak berpenghuni atau kosong yang menyebabkan lingkungan perkotaan tidak sehat secara ekologis.

4. Efendi (1996) dalam penelitian tentang “Analisa Lima Faktor Terhadap Pembelian Rumah Sederhana dan Sangat Sederhana.” Dalam penelitian ini yang diukur pengaruh variabel produk (x1), harga (x2), tempat (x3), promosi (x4), dan pribadi (x5) terhadap pembelian rumah sederhana dan sangat sederhana. Alat analisis yang digunakan yaitu Regresi. Hasil dari analisa ini diketahui bahwa faktor harga merupakan faktor yang dominan mempengaruhi pembelian rumah sederhana dan sangat sederhana. Sedangkan produk, harga, tempat, promosi memiliki sumbangan terhadap keputusan pembelian.

5. Sri Kurniasih (1987) dalam penelitian tentang ” Usaha Perbaikan Pemukiman Kumuh di Petukangan Utara-Jakarta Selatan.” Dalam penelitian ini, peneliti ingin meneliti sejauh mana tingkat kekumuhan pemukiman yang terdapat di Petukangan Utara-Jakarta Selatan. Alat analisis yang digunakan yaitu Regresi.

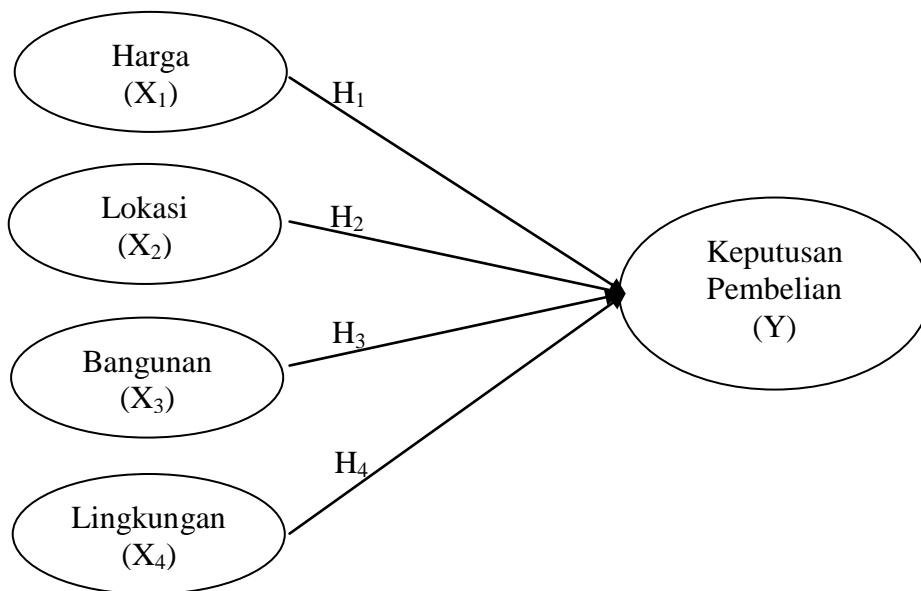
Hasil dari analisa ini diketahui bahwa faktor-faktor yang berpengaruh terhadap tingkat kekumuhan pemukiman adalah faktor ekonomi penduduk, jumlah penduduk, kondisi jalan, kondisi bangunan, kerapatan bangunan, sanitasi, drainase, ruang terbuka, kebersihan lingkungan, dan rehabilitas lingkungan. Faktor-faktor tersebut berpengaruh positif terhadap tingkat kekumuhan pemukiman.

2.3 Kerangka Pemikiran

Dari Landasan Teori diatas peneliti menggunakan 4 faktor yang dirasa penting untuk diteliti lebih lanjut, yaitu faktor harga, lokasi, bangunan, dan lingkungan. Faktor-faktor tersebut secara tidak sadar saling berurutan dan berpengaruh penting sebagai pertimbangan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian rumah. Maka dari itu, peneliti mencoba menganalisa lebih lanjut dan guna memudahkan suatu penelitian maka dibawah ini digambarkan kerangka pemikiran sebagai berikut :

Gambar 2.1

Skema Kerangka Pemikiran



Kerangka Pemikiran Teoritis diatas menjelaskan bahwa Keputusan Pembelian (Y) dipengaruhi oleh Faktor Harga (X₁), Lokasi (X₂), Bangunan (X₃), dan Lingkungan (X₄).

2.4 Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara suatu masalah penelitian, dirumuskan dalam pernyataan yang dapat diuji dan menjelaskan hubungan dua perubah atau lebih. (Hermawan Wasito, 1993). Karena hipotesis masih merupakan jawaban sementara maka perlu dibuktikan kebenarannya.

Adapun hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

H₁ : Harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian

H₂ : Lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian

H₃ : Bangunan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian

H₄ : Lingkungan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Variabel dan konsep yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah variabel-variabel harga, lokasi, bangunan, dan lingkungan. Sedangkan definisi operasional adalah penyebaran konsep dalam kegiatan yang lebih kongkret. Hal ini dilakukan dengan mencari indikator yang tepat dari masing-masing variabel sehingga variabel-variabel tersebut dapat dihitung dengan tepat. Adapun definisi operasional variabel harga, lokasi, bangunan, dan lingkungan tersebut adalah :

1. Harga

Dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia* disebutkan bahwa harga adalah jumlah uang atau alat tukar lain yang senilai, yang harus dibayarkan untuk produk atau jasa pada waktu tertentu dan di pasar tertentu. Harga adalah satu-satunya unsur dalam bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan penjualan (Philip Kotler 1998 : 120).

Adapun indikator dari variabel harga adalah :

- a. Kesesuaian harga dengan daya beli
- b. Kesesuaian harga dengan kualitas bangunan
- c. Kesesuaian harga melalui uang muka yang ringan
- d. Kesesuaian harga melalui jangka waktu kredit yang lama

2. Lokasi

Lokasi merupakan daerah atau tempat dimana sesuatu (dalam hal ini Perumahan Bukit Semarang Baru) berada. Dua hal penting yang perlu diperhatikan sebagai dasar pertimbangan lokasi (Surowiyono, Tutu TW, 2007:13) adalah kondisi lingkungan secara geografis dan kondisi lingkungan menurut kebutuhan strategis. Dari situ disusun indikator-indikator yang terkait dalam penentuan lokasi perumahan.

Adapun indikator dari variabel lokasi adalah :

- a. Kedekatan dengan sarana transportasi umum
- b. Kedekatan dengan tempat rekreasi
- c. Kedekatan dengan tempat bekerja
- d. Kedekatan dengan sekolah atau kampus
- e. Kedekatan dengan tempat hiburan

3. Bangunan

Bangunan atau rumah merupakan produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Perkembangan desain arsitektur perumahan sekarang ini kini muncul sebagai sebuah komoditi konsumsi manusia sehingga terjadi perubahan fungsi makna hunian sebagai rumah tinggal yang dapat dikembangkan ruang-ruangnya bertambah pada kenyamanan, keamanan, kebanggaan dan keindahan yang akan ditempati. Seperti teori *Vitruvius* tentang *venustas* yang berarti keindahan, memang pengertian keindahan luas sekali yang didalamnya terdapat ekspresi, proporsi, dan komposisi yang pada prinsipnya masih tergantung dari persepsi pengamatnya seperti yang dikatakan Raskin (1954). Seperti dikutip dari hasil penelitian terdahulu yang dilakukan Efendi (1996) bahwa kualitas bahan

bangunan dan desain bangunan menjadi pertimbangan konsumen karena kualitas yang bangunan yang baik dan sesuai selera dapat memberikan kenyamanan berhuni, serta desain bangunan yang sesuai dengan kriteria konsumen akan berpengaruh terhadap pilihan konsumen.

Adapun indikator dari variabel bangunan adalah :

- a. Kualitas bangunan terjamin
- b. Desain rumah menarik
- c. Daya tahan bangunan terjamin
- d. Sanitasi lancar
- e. Garasi untuk kendaraan luas

4. Lingkungan

Dalam AMDAL di Negeri Belanda, istilah lingkungan digunakan menurut dua pengertian. Dalam peraturan perundangan lingkungan diberi arti "keseluruhan air, tanah, udara, manusia, hewan, tumbuhan, barang beserta nasabah antar masing-masing" (Anon, 1987). Menurut tinjauan produksi, istilah lingkungan dapat dipadankan dengan istilah lahan. Lahan ialah keseluruhan lingkungan alamiah dan budaya yang di dalamnya dilangsungkan kegiatan berproduksi (Shoper & Baird, 1978). Melihat tren perkembangan perumahan sekarang yang memiliki pengaruh gaya berbagai macam aliran, sering kali melupakan bahwa gaya yang diterapkan kadang tidak sesuai dengan kondisi iklim tropis di Indonesia. Tentunya dengan kombinasi dari potensi alam dan desain arsitektural yang tepat akan menciptakan suatu hunian yang nyaman. Menurut Hall et.al (2000) untuk mengukur kualitas lingkungan yang terkait dengan situasi

perumahan biasanya digunakan indikator-indikator visual yang terkait dengan situasi perumahan dan proses-proses yang terjadi di dalamnya.

Adapun indikator dari variabel lingkungan adalah :

- a. Kondisi lingkungan ketetangaan yang hidup (liveable)
- b. Kondisi jalan yang baik
- c. Kondisi saluran air (selokan diluar rumah) yang baik
- d. Kondisi taman yang baik

3.2 Penentuan Populasi dan Sampel

Populasi adalah jumlah keseluruhan dari unit analisis yang ciri-cirinya akan diduga (Singarimbun dan Efendi, 1995). Sedangkan sampel merupakan bagian dari populasi. Dalam penyusunan skripsi ini penelitian dilakukan di Perumahan Bukit Semarang Baru, Semarang, populasi dalam penelitian ini adalah jumlah konsumen yang telah membeli rumah di perumahan Bukit Semarang Baru sejak tahun 2005 sampai 2008. Yaitu sebanyak 1391 unit rumah yang dihuni yang mencakup seluruh tipe rumah yang dibangun di setiap *cluster*. Adapun pengambilan sampel yang dilakukan dengan Metode Sampling Proporsional (Sampling Proportional Methode), artinya pembagian secara merata pada populasi dalam pengambilan sampel (Sudjana, 1988 :73).

Untuk menentukan jumlah sampel digunakan metode penelitian multivariate (Roscoe 1975 dalam Sekaran,2003, Hair dkk, Tabachic & Fidell) yaitu penelitian yang besarnya sampel ditentukan sebanyak 25 kali variabel

independen. Analisis regresi dengan 4 variabel independen membutuhkan kecukupan sampel sebanyak 100 sampel responden.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data yang diperoleh secara langsung dari obyek penelitian yaitu pihak manajemen dan pendapat responden mengenai harga, lokasi bangunan, lingkungan serta pilihan konsumen pada Perumahan Bukit Semarang Baru, Semarang.

2. Data Sekunder

Data yang telah diolah pihak lain diluar penelitian ini, yaitu yang berkenaan dengan gambaran umum PT. Karyadeka Alam Lestari, meliputi sejarah dan perkembangan singkat struktur organisasi.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dengan cara wawancara terhadap responden menggunakan kuesioner. Kuesioner dalam penelitian ini dengan memberikan atau menyebar daftar pertanyaan kepada responden, dengan harapan mereka akan memberikan respon atas daftar pertanyaan tersebut. Pertanyaan dalam kuesioner menggunakan skala 1-5 untuk mewakili pendapat dari responden.

Nilai untuk skala tersebut adalah:

- a. Sangat Setuju : 5
- b. Setuju : 4
- c. Netral : 3
- d. Tidak Setuju : 2
- e. Sangat Tidak Setuju : 1

3.5 Metode Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode analisis kuantitatif, yaitu analisis yang dapat diklasifikasikan ke dalam kategori-kategori yang berwujud angka yang dapat dihitung untuk menghasilkan penafsiran kuantitatif yang kokoh (Husein Umar, 1997)

3.5.1 Uji Validitas

Valid berarti instrumen yang digunakan dapat mengukur apa yang hendak diukur. Validitas yang digunakan dalam penelitian ini menggambarkan kesesuaian sebuah pengukur data dengan apa yang akan diukur (Augusty Ferdinand, 2006).

Rumusnya adalah sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[n\sum X^2 - (\sum X)^2][n\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi product moment antara X dan Y

X = Skor Pernyataan setiap nomor

Y = Skor total

N = Jumlah responden

Dengan degree of freedom (df) = (n-2) dan alpha = 0,05 maka:

- Variabel dikatakan valid jika r hitung positif dan $r_{hitung} > r_{tabel}$
- Variabel dikatakan tidak valid jika r hitung tidak positif dan $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ (Imam Ghozali, 2007)

3.5.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas mengandung pengertian bahwa sebuah instrumen dapat mengukur sesuatu yang diukur secara konsisten dari waktu ke waktu. Jadi, kata kunci untuk syarat kualifikasi suatu instrumen pengukuran adalah konsistensi, atau tidak berubah-ubah (Sugiyono, 2004).

Rumus umumnya (Sugiyono, 2004) adalah sebagai berikut:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \partial^2 b}{\partial^2 t} \right)$$

Keterangan :

r_{11} = Realibilitas instrumen

k = Banyaknya butir pernyataan

$\sum \partial^2 b$ = Jumlah varian butir

$\partial^2 t$ = Varian total

Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai cronbach Alpha > 0,60 (Imam Ghozali, 2007).

3.5.3 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel-variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen (Imam Ghozali, 2007). Dalam penelitian ini teknik untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi adalah dengan melihat nilai *Variance Inflation Faktor (VIF)* dan nilai *tolerance*. Apabila nilai *tolerance* mendekati 1, serta nilai *VIF* disekitar angka 1 serta tidak lebih dari 10, maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas antara variabel bebas dalam model regresi (Singgih Santoso, 2004).

2. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat, variabel bebas atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau penyebaran data statistik pada sumbu diagonal dari grafik distribusi normal (Imam Ghozali, 2007)

Pengujian normalitas dalam penelitian ini digunakan dengan melihat *normal probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari data normal. Sedangkan dasar pengambilan keputusan untuk uji normalitas data adalah:

1. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

3.5.4 Pengujian Hipotesis

1. Uji F

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara bersama terhadap variabel dependen.

Kriteria untuk menguji hipotesis adalah (Imam Ghozali, 2007):

1. Membuat hipotesis untuk kasus pengujian F-test di atas, yaitu:

Perumusan Hipotesis

- $H_0 : b = 0$: tidak ada pengaruh antara variabel independen secara bersama terhadap variabel dependen.
 - $H_1 : b > 0$: ada pengaruh positif antara variabel independen secara bersama terhadap variabel dependen.
2. Menentukan F tabel dan F hitung.
 3. Dengan tingkat kepercayaan sebesar 95 % atau taraf signifikansi sebesar 5 %, maka:
 - apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak, berarti masing-masing variabel bebas secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

- apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 di terima, berarti masing-masing variabel bebas secara bersama-sama tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

2. Uji t

Uji t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Imam Ghazali, 2007).

Hipotesis akan diuji dengan taraf nyata $\alpha = 5$ persen

$H_0 : b = 0$ (tidak ada pengaruh antara variabel independen secara individu terhadap variabel dependen)

$H_1 : b > 0$ (ada pengaruh positif antara variabel independen secara individu terhadap variabel dependen)

Dasar pengambilan keputusan dapat dengan dua cara:

1. Dengan membandingkan t hitung dan t tabel.
 - Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka ada pengaruh antara variabel X masing-masing dengan variabel Y. (H_0 ditolak dan H_1 diterima)
 - Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka tidak ada pengaruh antara variabel X masing-masing dengan variabel Y. (H_0 diterima dan H_1 ditolak)
2. Dengan menggunakan angka signifikansi
 - Apabila angka signifikansi $< 0,05$ maka H_1 diterima.
 - Apabila angka signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

3.5.5 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menganalisis apakah variabel independen (harga, lokasi, bangunan, dan lingkungan) secara bersama mempengaruhi variabel dependen yaitu keputusan pembelian.

Rumus matematis regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

$$Y = b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4$$

Dimana :

Y = Keputusan Pembelian

b₁ = Koefisien regresi Harga

b₂ = Koefisien regresi Lokasi

b₃ = Koefisien regresi Bangunan

b₄ = Koefisien regresi Lingkungan

X₁ = Harga

X₂ = Lokasi

X₃ = Bangunan

X₄ = Lingkungan

3.5.6 Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel

independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Imam Ghozali, 2007).

BAB IV

HASIL DAN ANALISIS

4.1 Deskripsi Obyek Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan

Perumahan Bukit Semarang Baru dibangun oleh sebuah pengembang yang bernama PT Karyadeka Alam Lestari atau yang biasa disingkat menjadi PT KAL. Kantor pusat PT KAL berkedudukan di Jakarta, tepatnya di Gedung Cyber lantai 11 Jl. Kuningan Barat No. 8 Jakarta 12710. Sedangkan kantor yang ada di Semarang merupakan kantor pemasaran dan proyek yang terletak di Ruko Taman Niaga BSB Blok B No 1-6 Jl. RM Hadi Subeno Sosrowardoyo Semarang 50212.

Sejak jaman penjajahan Belanda kebun karet yang terdapat di Kecamatan Mijen dikelola oleh PT Tatar Anyar Indonesia. Tetapi pada tahun 1995 perusahaan tersebut merestrukturisasi usahanya dan akan berkonsentrasi pada perkebunan teh saja. maka kepemilikan dan pengelolaan Kebun Karet Mijen beralih kepada PT. Greenvalley Indah Estate, berkedudukan di Jakarta dimana saham PT. Greenvalley Indah Estate dipegang oleh PT. Karyadeka Griya Semesta dan PT. Karyadeka Pancamurni.

PT. Greenvalley Indah Estate secara resmi mengambil alih Kebun Karet Mijen dari PT. Tatar Anyar pada tanggal 26 Maret 1996 dengan melaksanakan

Penandatanganan Akta Jual beli di hadapan Direktur Pendaftaran Hak Atas Tanah Djoko Walijatun yang bertindak sebagai PPAT. Ijin untuk pemindahan Hak Guna Usaha didapat setelah keluar Surat Keputusan Menteri Agraria/Kepala Badan Pertanahan Nasional No.5-VIII-1996 dan No.6-VII-1996 tanggal 03 September 1996 tentang pemberian ijin pemindahan Hak Guna Usaha (HGU) dari PT. Tatar Anyar Indonesia kepada PT. Greenvalley Indah Estate untuk tanah kebun seluas 149.3 ha di Kel. Trisobo dan Kertosari Kab. Kendal dan tanah seluas 868.4 Ha di Kel. Mijen, Ngadirgo, Tambangan, Kedungpani Semarang menjadi daerah sub urban.

Pada tahun 1997 nama PT. Greenvalley Indah Estate diganti menjadi PT. Karyadeka Alam Lestari melalui RUPS Luar Biasa yang dinyatakan dalam Akta No.258 Tanggal 27 Mei 1997 dan telah mendapat pengesahan dari Menteri Kehakiman melalui Keputusan No. C2-5519.HT.01.04 Tahun 1997 dan diumumkan dalam Lembaran Negara RI No.4 Tahun 1998. Dasar hukum pengelolaan Kebun Karet oleh PT. Karyadeka Alam Lestari adalah sebagai berikut :

1. Persetujuan Menteri Negara Penggerak Investasi/Ketua BKPM No.220/III/PMDN/1997 perihal persetujuan perubahan rencana proyek (dari pengolahan kebun karet menjadi usaha di bidang perumahan dan kawasan industri terpadu).
2. Persetujuan prinsip pembangunan perumahan terpadu No. 590/3087 tanggal 11 Juni 1997 yang dikeluarkan oleh Walikota Semarang.

3. Ijin Lokasi No. 460.5/30/II/1997 dari Kepala Badan Pertanahan Nasional Semarang kepada PT. Karyadeka Alam Lestari untuk keperluan pembangunan perumahan terpadu seluas + 1000 Ha.
4. Keputusan Menteri Lingkungan Hidup Nomor : KEP-10/MENLH/05/1999 tentang persetujuan Analisis Dampak Lingkungan Hidup (ANDAL), Rencana Pengelolaan Lingkungan Hidup (RKL), dan Rencana Pemantauan Lingkungan Hidup (RPL) regional Pembangunan Kota Baru Bukit Semarang Baru oleh PT. Karyadeka Alam Lestari.

Selain perumahan BSB Grup PT Karyadeka juga memiliki proyek pembangunan lain seperti pembangunan Gedung Cyber di Jl. Kuningan Jakarta, Menara Karya, Menara Kadin dan Gedung Cyber 2 yang terletak di Jl. HR Rasuna Said Jakarta, Puri Metropolitan di daerah Jakarta Selatan dan lain lain.

Adapun tujuan, visi, dan misi dari perusahaan:

Tujuan Umum

PT Karyadeka Alam Lestari bermaksud untuk menjalankan usahanya dalam bidang pembangunan yang meliputi bidang arsitektur, perencanaan dan pelaksanaan berbagai bangunan antara lain gedung-gedung, hotel, dan *real estate*.

Tujuan Khusus

PT Karyadeka Alam Lestari bergerak di bidang perumahan, yaitu sebagai pengembang yang mengadakan dan menjual rumah, baik dengan sistem kredit melalui KPR maupun tunai.

Visi

Visi adalah suatu pernyataan umum dan abadi tentang maksud organisasi (Handoko, Hani, 1984 : 108). Sedangkan visi dari PT Karyadeka Alam Lestari adalah “Mewujudkan pembangunan kawasan Perkotaan Terpadu yang terkemuka di Jawa Tengah”.

Misi

Misi adalah peran yang dimainkan oleh perusahaan sekaligus memuat tujuan yang hendak dicapai oleh perusahaan itu sendiri. Setiap perusahaan memiliki misinya masing-masing, begitu juga dengan PT Karyadeka Alam Lestari. Berikut adalah misinya :

- Membuat perencanaan perkotaan yang modern, terpadu, komprehensif dan berwawasan lingkungan
- Membangun infrastruktur dan fasilitas perkotaan untuk mendukung pembangunan kawasan hunian, niaga, industri dan rekreasi yang berwawasan lingkungan
- Menerapkan prinsip-prinsip *township governance* dengan konsisten dan berkelanjutan
- Memasarkan dan menjual produk-produk dengan konsep perkotaan BSB

- Meningkatkan kualitas hidup masyarakat Semarang dengan dukungan sarana dan prasarana serta fasilitas perkotaan dan *governance* yang modern, berkualitas dan terpadu

Adapun letak dari Perumahan Bukit Semarang Baru :

Secara geografis BSB terletak di Kecamatan Mijen yang berbatasan dengan Kelurahan Wonolopo dan Wonoplumbon di sebelah barat, Kecamatan Gunungpati di sebelah timur, Kecamatan Ngaliyan di sebelah utara, serta Kelurahan Cangkiran, Tambangan dan Purwosari di sebelah selatan.

Proyek BSB terletak pada lahan perkebunan karet yang memiliki kemiringan lahan sampai dengan 30% dan berada pada ketinggian 200-250 meter di atas permukaan laut. Kondisi lapisan tanah yang ada menunjukkan kawasan pengembangan BSB sebagai daerah resapan lokal. Air yang meresap dari tanah permukaan tidak masuk dalam area resapan utama, tetapi akan keluar lagi karena tertahan lapisan batuan yang kedap menuju anak sungai ataupun menjadi mata air. Pembangunan Kota BSB berdampak pada menurunnya kemampuan tanah dalam menyimpan air, oleh karena itu perusahaan melakukan beberapa usaha untuk menjaga fungsi potensi alam yang ada, antara lain dengan :

- a. Pembuatan danau-danau retensi yang berfungsi sebagai area resapan air secara keseluruhan, pengatur aliran air yang masuk ke badan sungai atau sistem drainase kota, dan sumber irigasi bagi lahan pertanian di sekitarnya.
- b. Pembuatan sumur resapan di setiap rumah yang dibangun untuk membantu penyerapan air.
- c. Pembatasan lahan dengan kemiringan landai untuk mengurangi kecepatan aliran air yang menuju danau dan mengurangi dampak erosi.

d. Membangun kebun pembibitan untuk memenuhi kebutuhan lansekap di berbagai kawasan di BSB.

Kondisi geologi Kecamatan Mijen berada pada Zona Stabil. Daerah ini mempunyai tingkat kerentanan sangat rendah untuk terjadi gerakan tanah. Umumnya pada zona ini sangat jarang atau tidak pernah terjadi gerakan tanah baik gerakan tanah lama maupun baru.

Berdasarkan karakteristik geologis tanah yang ada, kawasan Mijen bukan merupakan kawasan yang memiliki potensi terjadi amblesan tanah (*land subsidence*) seperti halnya pada daerah pantai atau daerah Semarang bawah. Selain itu kawasan Mijen juga aman terhadap genangan air rob dan intrusi air laut karena berada pada daerah perbukitan dengan ketinggian 200-250 m di atas permukaan laut.

Lokasi pengembangan Perumahan BSB dibagi menjadi dua lokasi. Di bagian selatan merupakan kawasan pengembangan Jatisari, lahan yang digunakan seluas 137,5 Ha dan di bagian utara kawasan pengembangan Mijen dengan luas lahan 730,9 Ha. Walaupun berada di pinggiran kota (*suburb*) lokasi BSB tetap dapat dikatakan strategis karena jaraknya :

- 10 km dari pusat kota (Tugu Muda)
- 13 km dari Pelabuhan Tanjung Emas
- 7 km dari Bandara Ahmad Yani
- 13 km dari Stasiun Tawang
- 5,5 km dari jalan raya Semarang-Jakarta

Adapun fasilitas di Perumahan Bukit Semarang Baru :

Sebagai kawasan yang disiapkan untuk menjadi kota mandiri, BSB dilengkapi dengan berbagai fasilitas modern yang akan memudahkan warganya dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan. Berikut adalah fasilitas-fasilitas yang tersedia di wilayah Perumahan BSB :

1. Kawasan Bisnis dan Niaga Terpadu

Kawasan ini dirancang untuk menampung berbagai kegiatan bisnis, perniagaan dan perdagangan yang terdiri dari fasilitas perkantoran pemerintah dan swasta, restoran, tempat hiburan dan lain-lain. Di tempat ini warga BSB bisa mendapatkan pelayanan kesehatan dan perbelanjaan.

2. Kawasan Rekreasi dan Olahraga

Sport center BSB dilengkapi dengan lapangan golf 18 holes berstandar internasional berikut *club housenya*, lapangan tenis, kolam renang dan lain-lain. Sedangkan kawasan rekreasi BSB dilengkapi dengan danau buatan, kolam pancing dan *food court* terapung yang ada di danau Taman Pelangi.

3. Kawasan Industri Bersih dan Berikat

Kawasan Industri Bersih dan Berikat merupakan kawasan industri yang bersahabat dengan lingkungan dan dirancang untuk dapat menampung kegiatan industri ringan, bersih dan berteknologi. Kawasan ini dilengkapi dengan Pusat Informasi/Pelayanan Industri dan perdagangan, Pusat Pendidikan Industri serta Pusat Penelitian dan Pengembangan.

4. Kawasan Pendidikan

Di kawasan pendidikan BSB terdapat *playgroup* – TK – SD Islam Al Azhar 29 (SLTP sedang dipersiapkan dan dibangun gedungnya) dan *playgroup* –

TK – SD Kristen Marsudirini. Kedua sekolah ini adalah sekolah yang bonafit sehingga warga BSB dan sekitarnya dapat menyekolahkan putra-putrinya disana dengan tanpa perlu khawatir dengan kualitas outputnya.

5. Kawasan Ibadah

Hampir di seluruh *cluster* di BSB disediakan tempat ibadah untuk memenuhi kebutuhan rohani warganya. Adapun tempat ibadah yang tersedia adalah Mushola, Masjid, Gereja dan Vihara.

6. Gardu Induk PLN

Gardu induk PLN dengan tenaga 150 kV ini digunakan untuk memenuhi kebutuhan warga dan perusahaan akan pasokan listrik sehingga tidak perlu bergantung dengan kawasan lain dapat dapat mengatur suplai kebutuhan sendiri.

7. Instalasi Pipa Air Bersih BSB

Air yang disediakan untuk warga adalah air yang diolah sendiri oleh perusahaan dan diberi nama Instalasi Pipa Air Bersih BSB (IPAB-BSB). Hal ini membuat BSB tidak perlu bergantung pada Perusahaan penyedia air minum milik Pemerintah.

8. SPBU

SPBU yang terletak di depan Graha Taman Bunga disediakan untuk memenuhi kebutuhan bahan bakar warga perumahan dan sekitarnya atau yang melewati BSB.

9. Fasilitas Perkotaan

Fasilitas-fasilitas ini mencakup banyak hal, antara lain Taman Bermain yang ada di hampir setiap *cluster*, fasilitas kesehatan, fasilitas keamanan, Ruang Terbuka Hijau, danau buatan dan Pemakaman Umum.

4.1.2 Gambaran Umum Responden

Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang telah membeli rumah di Perumahan Bukit Semarang Baru (BSB). Adapun jumlah responden yang telah ditetapkan sebanyak 100 orang. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *Proportional Random Sampling* yaitu sebuah metode dimana sampel diambil secara acak dalam populasi yang sudah dikelompokkan (berdasarkan tipe rumah secara proporsional) dari setiap tipe pada populasi.

Berikut adalah data-data yang akan disajikan yang berkaitan mengenai gambaran umum responden :

4.1.2.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Dalam bagian ini responden dibagi berdasarkan kelompok jenis kelamin. Pembagiannya dapat dilihat pada Tabel 4.1 di bawah ini.

Tabel 4.1
Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1	Laki-laki	63	63
2	Perempuan	37	37
Jumlah		100	100

Sumber : data primer yang diolah, 2010

Data di atas menunjukkan bahwa dari 100 responden yang terpilih, 63 orang atau 63% diantaranya adalah laki-laki dan sisanya sebanyak 37% perempuan. Jumlah data tersebut menunjukkan bahwa yang paling berperan dalam keputusan pembelian rumah adalah laki-laki.

4.1.2.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Umur/Usia

Pada umumnya tingkat usia seseorang dapat menunjukkan tingkat kematangan orang tersebut dalam memecahkan masalah yang sedang dihadapi. Salah satunya adalah dalam menentukan keputusan pembelian rumah. Pembagian kelompok usia responden dapat dilihat pada tabel 4.2 di bawah ini :

Tabel 4.2
Umur/Usia Responden

No	Umur	Jenis Kelamin		Frekuensi	Persentase (%)
		L	P		
1	≤ 20 tahun	0	1	1	1
2	31 – 30	5	6	11	11
3	31 – 40	28	18	46	46
4	41 – 50	26	12	38	38
5	≥ 50 tahun	4	0	4	4
Jumlah		63	37	100	100

Sumber : data primer yang diolah, 2010

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa responden terbesar yang menempati rumah di Perumahan Bukit Semarang Baru berusia antara 31 sampai dengan 40 tahun. Yaitu sebanyak 46 responden dengan persentase 46%. Hal ini disebabkan karena pada tingkat usia tersebut orang sudah mencapai jenjang karier yang lebih baik, memiliki keluarga muda dengan anak-anak yang relatif masih kecil sehingga merasa membutuhkan rumah tinggal sendiri yang mapan.

4.1.2.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Status Perkawinan

Status perkawinan seseorang merupakan salah satu karakteristik yang dapat mempengaruhi penilaian dalam pengambilan keputusan. Seseorang yang sudah menikah dan membutuhkan tempat tinggal dapat dipastikan akan meminta

pertimbangan dari pasangannya untuk membeli rumah. Oleh karena itu, untuk mengetahui lebih lanjut mengenai status perkawinan responden dapat dilihat dalam tabel 4.3

Tabel 4.3
Status Perkawinan Responden

No	Status Perkawinan	Jenis Kelamin		Frekuensi	Persentase (%)
		L	P		
1	Menikah	63	31	94	94
2	Belum/Tidak Menikah	0	6	6	6
Jumlah		63	37	100	100

Sumber : data primer yang diolah, 2010

Dari data di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden berstatus menikah yaitu sebesar 94% diikuti dan 6% belum menikah, responden lebih banyak yang berstatus menikah. Hal ini menunjukkan bahwa orang yang sudah berkeluarga cenderung memerlukan tempat tinggal.

4.1.2.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan seseorang dapat mempengaruhi reaksi dan penilaian mereka terhadap sesuatu hal. Hal tersebut akan menjadikan seseorang akan menjadi semakin selektif dalam menentukan keputusan pembelian. Responden dibagi berdasarkan kelompok tingkat pendidikan responden. Pembagiannya dapat dilihat pada tabel 4.4 di bawah ini

Tabel 4.4
Tingkat Pendidikan Responden

No	Pendidikan Terakhir	Jenis Kelamin		Frekuensi	Persentase (%)
		L	P		
1	SD	0	1	1	1
2	SLTP	1	0	1	1
3	SMA/SMK	11	8	19	19
4	Akademi/Perguruan Tinggi	51	28	79	79
Jumlah		63	37	100	100

Sumber : data primer yang diolah, 2010

Data diatas menunjukkan bahwa sebagian besar responden mempunyai tingkat pendidikan setara akademi/sarjana, yaitu sebanyak 79%, kemudian diikuti dengan SMA/SMK sebanyak 19%, dan SMP & SD yang memiliki angka sama sebanyak 1%. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa tingkat pendidikan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian, selera, gaya hidup, dan pandangan terhadap suatu hal. Semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang, maka orang tersebut akan semakin selektif dan rasional dalam membeli rumah. Artinya orang tersebut akan lebih mempertimbangkan banyak aspek, diantaranya adalah harga, lokasi, bangunan dan lingkungan.

4.1.2.5 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Selain tingkat pendidikan, jenis pekerjaan seseorang juga dapat digunakan sebagai parameter seseorang dalam melakukan keputusan pembelian. Terutama dalam pembelian produk-produk yang membutuhkan pengorbanan besar seperti rumah. Tebel di bawah ini menunjukkan pembagian responden berdasarkan jenis pekerjaannya.

Tabel 4.5
Jenis Pekerjaan Responden

No	Jenis Pekerjaan	Janis Kelamin		Frekuensi	Persentase (%)
		L	P		
1	PNS	13	2	15	15
2	TNI/POLRI	5	0	5	5
3	Pegawai Swasta	30	17	47	47
4	Ibu Rumah Tangga	13	16	29	29
5	Pelajar/Mahasiswa	1	0	1	1
6	Lainnya	1	2	3	3
Jumlah		63	37	100	100

Sumber : data primer yang diolah, 2010

Data diatas menunjukkan bahwa sebagian besar responden berprofesi sebagai pegawai swasta yaitu sebesar 47%, diikuti dengan ibu rumah tangga sebesar 29%, PNS sebesar 15%, TNI/POLRI sebesar 5%, lain-lain yaitu pedagang 3%, dan pelajar/mahasiswa yang kost sebesar 1%.

4.1.2.6 Deskripsi Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan

Gaya hidup dan kemampuan seseorang dalam melakukan pembelian sangat dipengaruhi oleh pendapatannya. Oleh karena itu tingkat pendapatan responden dikelompokkan untuk membantu memudahkan penulis dalam penelitian ini. Pengelompokan tingkat pendapatan responden tersebut disajikan dalam tabel 4.6 berikut ini.

Tabel 4.6
Tingkat Pendapatan Responden

No	Tingkat Pendapatan (Rp)	Janis Kelamin		Frekuensi	Persentase (%)
		L	P		
1	< 1.500.000	2	3	5	5
2	1.500.001 – 3.000.000	19	11	30	30
3	3.000.001 – 4.500.000	17	13	30	30
4	> 4.500.001	25	10	55	55

Jumlah	63	37	100	100
---------------	-----------	-----------	------------	------------

Sumber : data primer yang diolah, 2010

Dari data di atas dapat diketahui bahwa pendapatan responden paling banyak adalah > 4.500.000 yaitu sebesar 55%, sedangkan responden dengan pendapatan terendah yaitu <Rp 1.500.000 sebanyak 5 responden dan tinggal di rumah dengan tipe 21. Tingkat pendapatan responden menunjukkan kemampuan responden dalam melakukan keputusan pembelian.

4.1.2.7 Deskripsi Responden Berdasarkan Tipe/Jenis Rumah

Dalam pengambilan keputusan biasanya seseorang dipengaruhi oleh suatu selera. Seseorang mempunyai berbagai macam pilihan terhadap keinginan membeli rumah. Hal ini tergantung oleh selera masing-masing orang. Oleh karena itu untuk memudahkan penelitian ini, peneliti mengelompokkan tipe/jenis rumah dari responden, hal itu tersaji pada tabel 4.7 berikut ini.

Tabel 4.7
Tipe/Jenis Rumah

No	Tipe/Jenis Rumah	Jenis Kelamin		Frekuensi	Persentase (%)
		L	P		
1	Graha Taman Bunga	20	12	32	32
2	Graha Taman Pelangi	10	4	14	14
3	Bukit Jatisari	12	10	22	22
4	Bukit Asabri	21	11	32	32
Jumlah		63	37	100	100

Sumber : data primer yang diolah, 2010

Dari data diatas dapat diketahui bahwa tipe rumah yang paling banyak dihuni yaitu bukit asabri dan taman bunga, yang sama jumlahnya sebanyak 32% diikuti dengan bukit jatisari sebanyak 22% dan graha taman pelangi sebanyak

14%. Hal itu juga terbukti dari banyaknya penghuni yang tinggal di dua tipe rumah tersebut yaitu ± 400 orang penghuni.

4.2 Analisis Indeks Jawaban Responden per Variabel

Analisis indeks jawaban per variabel ini bertujuan mengetahui gambaran deskriptif mengenai responden dalam penelitian ini. Terutama mengenai variabel-variabel penelitian yang digunakan. Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis indeks yaitu menggambarkan responden atas item-item pertanyaan yang diajukan. Teknik skoring yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan skor maksimal 5 dan minimal 1, maka perhitungan indeks jawaban responden dengan rumus berikut :

$$\text{Nilai Indeks} = \{(\%F1 \times 1) + (\%F2 \times 2) + (\%F3 \times 3) + (\%F4 \times 4) + (\%F5 \times 5)\} : 5$$

Dimana :

F1 adalah frekuensi responden yang menjawab 1 dari skor yang digunakan dalam daftar pertanyaan kuesioner.

F2 adalah frekuensi responden yang menjawab 2 dari skor yang digunakan dalam daftar pertanyaan kuesioner.

F3 adalah frekuensi responden yang menjawab 3 dari skor yang digunakan dalam daftar pertanyaan kuesioner.

F4 adalah frekuensi responden yang menjawab 4 dari skor yang digunakan dalam daftar pertanyaan kuesioner.

F5 adalah frekuensi responden yang menjawab 5 dari skor yang digunakan dalam daftar pertanyaan kuesioner.

Oleh karena itu, angka jawaban tidak dimulai nol tetapi mulai dari angka 1 untuk minimal dan maksimal adalah 5. Jumlah pertanyaan dalam penelitian ini pada variabel independen adalah 5 pertanyaan untuk lokasi dan bangunan, serta 4 pertanyaan untuk harga dan lingkungan. Sedangkan variabel dependen (keputusan pembelian) terdiri dari 4 pertanyaan. Total skor untuk 5 pertanyaan adalah 25, sedangkan untuk variabel dengan 4 pertanyaan adalah 20. Total nilai indeks adalah 100 dengan menggunakan kriteria 3 kotak (*Three-box Method*), maka rentang 100 (10-100) akan menghasilkan rentang sebesar 30 yang akan digunakan sebagai dasar interpretasi nilai indeks.

10,00 - 40,00 = Rendah

40,01 - 70,00 = Sedang

70,01 - 100 = Tinggi

Dengan menggunakan dasar ini, dapat ditentukan indeks persepsi responden terhadap variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

4.2.1 Indeks Jawaban Responden Tentang Harga (X_1)

Tabel 4.8
Tanggapan Responden Tentang Harga

No	Indikator	Skor					Jml	Indeks
		SS	S	N	TS	STS		
1	Harga rumah sesuai dengan kemampuan.	33	41	26	0	0	407	81,4
2	Harga rumah sesuai dengan kualitas bangunan.	33	45	22	0	0	411	82,2
3	Uang muka sesuai dengan kemampuan.	31	52	14	3	0	411	82,2
4	Jangka waktu kredit lama/panjang.	32	53	15	0	0	417	83,4
	Jumlah						1646	329,8

	Rata-rata						411,5	82,5
--	-----------	--	--	--	--	--	-------	------

Sumber : data primer yang diolah, 2010

Berdasarkan tabel 4.8 menunjukkan bahwa tanggapan reponden mengenai kesesuaian harga rumah dengan daya beli adalah tinggi dengan angka indeks sebesar 81,4. Hal ini memberikan indikasi bahwa untuk menentukan harga rumah dapat didukung dengan kesesuaian harga dengan daya beli konsumen yang baik. Kesesuaian harga dengan daya beli yang tepat akan dilirik oleh banyak konsumen dikarenakan harga merupakan faktor yang sensitif akan minat beli konsumen.

Untuk tanggapan responden mengenai kesesuain harga rumah dengan kualitas bangunan, nilai indeks yang dihasilkan adalah 82,2 (tinggi). Hal itu memberikan indikasi bahwa konsumen juga memperhatikan harga yang berbanding dengan kualitas bangunannya, tidak hanya sekedar memprioritaskan harga murah yang dipilih terutama untuk konsumen yang mempunyai penghasilan tinggi.

Tanggapan responden mengenai keringanan harga melalui uang muka yang sesuai dengan kemampuan konsumen, nilai indeks yang dihasilkan adalah 82,2 (tinggi). Hal ini memberikan indikasi bahwa suatu kemudahan yang ditawarkan oleh Perumahan Bukit Semarang Baru menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi konsumen dalam membeli rumah.

Sedangkan tanggapan responden mengenai keringanan harga melalui jangka waktu kredit yang lama/panjang, nilai indeks yang dihasilkan adalah yang tertinggi sebanyak 83,4 (tinggi). Hal itu memberikan indikasi bahwa jangka waktu kredit yang diberikan oleh Perumahan Bukit Semarang Baru dipandang konsumen

sebagai sesuatu hal yang tepat disaat krisis seperti ini. Keringanan yang diberikan kepada konsumen, seperti pemberian KPR dengan bunga ringan.

4.2.2 Indeks Jawaban Responden Tentang Lokasi (X_2)

Tabel 4.9
Tanggapan Responden Tentang Lokasi

No	Indikator	Skor					Jml	Indeks
		SS	S	N	TS	STS		
1	Kedekatan lokasi dengan sarana transportasi umum.	10	54	30	6	0	368	73,6
2	Kedekatan lokasi dengan tempat rekreasi.	12	40	45	3	0	361	72,2
3	Kedekatan lokasi dengan tempat bekerja.	13	33	41	13	0	346	69,2
4	Kedekatan lokasi dengan sekolahan atau kampus.	7	29	59	5	0	338	67,6
5	Kedekatan lokasi dengan tempat hiburan.	7	21	59	12	1	321	64,2
	Jumlah						1734	346,8
	Rata-rata						346,8	69,7

Sumber : data primer yang diolah, 2010

Berdasarkan tabel 4.9 menunjukkan bahwa tanggapan reponden mengenai kedekatan lokasi rumah dengan sarana transportasi umum adalah tinggi dengan angka indeks sebesar 73,6. Hal ini memberikan indikasi bahwa lokasi rumah yang dekat dengan sarana transportasi umum misalnya halte bis atau terminal menjadi salah satu daya tarik konsumen dalam membeli rumah untuk tinggal. Seperti yang ada di Perumahan Bukit Semarang Baru yaitu sarana transportasi umum tidak menjadi masalah sebab angkutan umum atau bis melewati jalan utama Perumahan tersebut

Untuk tanggapan reponden mengenai kedekatan lokasi rumah dengan tempat rekreasi adalah tinggi dengan angka indeks sebesar 72,2. Hal ini

memberikan indikasi bahwa lokasi rumah yang dekat dengan tempat rekreasi merupakan faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian rumah. Seperti yang ada pada Perumahan Bukit Semarang Baru yaitu dekat dengan Gua Kreo dan Air Terjun Limut. Karena anak-anak yang biasanya menjadi prioritas utama dalam pemilihan lokasi yang dekat dengan tempat rekreasi.

Tanggapan reponden mengenai kedekatan lokasi rumah dengan tempat bekerja, nilai indeks yang dihasilkan adalah 69,2 (sedang). Hal ini memberikan indikasi bahwa lokasi rumah yang dekat dengan tempat bekerja lumayan tinggi/hampir mencapai indeks tinggi sebab konsumen menilai tidak menjadi masalah lokasi rumah yang kurang dekat dengan tempat kerja karena saat ini orang rata-rata sudah mempunyai kendaraan sendiri untuk pergi bekerja, namun pada Perumahan Bukit Semarang Baru lokasi perumahan dekat dengan kawasan industri yang dapat memudahkan akses ke tempat kerja.

Tanggapan reponden mengenai kedekatan lokasi rumah dengan sekolahan atau kampus, nilai indeks yang dihasilkan adalah 67,6 (sedang). Hal ini memberikan indikasi bahwa lokasi rumah yang dekat dengan sekolahan/kampus lumayan/hampir mencapai indeks tinggi. Konsumen cukup memperhatikan faktor lokasi yang dekat dengan sarana pendidikan. Seperti yang ada pada Perumahan Bukit Semarang Baru yaitu terdapat *playgroup* – TK – SD Islam Al Azhar 29 (SLTP sedang dipersiapkan dan dibangun gedungnya) dan *playgroup* – TK – SD Kristen Marsudirini.

Sedangkan tanggapan reponden mengenai kedekatan lokasi rumah dengan tempat hiburan, nilai indeks yang dihasilkan adalah 64,2 (sedang). Hal ini

memberikan indikasi bahwa lokasi rumah yang dekat dengan tempat hiburan lumayan/hampir mencapai indeks tinggi. Responden cenderung lebih memanfaatkan tempat hiburan yang telah ada di Perumahan Bukit Semarang Baru seperti danau buatan, kolamancing dan *food court* terapung yang ada di danau taman pelangi daripada mencari tempat hiburan lain.

4.2.3 Indeks Jawaban Responden Tentang Bangunan (X₃)

Tabel 4.10
Tanggapan Responden Tentang Bangunan

No	Indikator	Skor					Jml	Indeks
		SS	S	N	TS	STS		
1	Kualitas bangunan terjamin.	5	53	36	5	1	356	71,2
2	Desain rumah menarik.	7	41	47	5	0	350	70
3	Daya tahan bangunan terjamin.	4	38	56	2	0	344	68,8
4	Sanitasi rumah lancar.	7	27	61	4	1	335	67
5	Garasi untuk kendaraan luas.	4	28	56	12	0	324	64,8
	Jumlah						1709	341,8
	Rata-rata						341,8	68,4

Sumber : data primer yang diolah, 2010

Berdasarkan tabel 4.10 menunjukkan bahwa tanggapan responden mengenai kualitas bangunan rumah yang baik adalah tinggi dengan angka indeks sebesar 71,2. Hal ini memberikan indikasi bahwa kualitas bangunan yang baik merupakan faktor penting yang dicari konsumen dalam memilih rumah yang akan dibeli. Pada Perumahan Bukit Semarang Baru kualitas bangunan sangat baik karena pengembang teliti dalam pemilihan bahan bangunan rumah.

Untuk tanggapan responden mengenai desain rumah yang menarik, nilai indeks yang dihasilkan adalah 70 (tinggi). Hal itu memberikan indikasi bahwa konsumen menginginkan rumah yang berdesain indah dan tidak terkesan

kuno/modern. Seperti yang ada pada Perumahan Bukit Semarang Baru yaitu tipe rumah taman pelangi yang mempunyai desain real estate atau mewah dan ada juga tipe rumah taman bunga yang mempunyai desain minimalis.

Tanggapan responden mengenai daya tahan rumah yang kuat, nilai indeks yang dihasilkan adalah 68,8 (sedang). Hal itu memberikan indikasi bahwa daya tahan rumah yang kuat cukup berpengaruh terhadap tingkat keputusan pembelian rumah. Responden pada Perumahan Bukit Semarang Baru memberikan penilaian bahwa daya tahan rumah tersebut cukup baik.

Tanggapan responden mengenai sanitasi rumah yang lancar, nilai indeks yang dihasilkan adalah 67 (sedang). Hal itu memberikan indikasi bahwa sanitasi yang lancar cukup berpengaruh terhadap tingkat keputusan pembelian rumah. Responden pada Perumahan Bukit Semarang Baru memberikan penilaian bahwa sanitasi rumah tersebut cukup baik dan lancar

.Sedangkan tanggapan responden mengenai garasi kendaraan yang luas, nilai indeks yang dihasilkan adalah 64,8 (sedang). Hal itu memberikan indikasi bahwa garasi kendaraan yang luas merupakan faktor penting dalam pemilihan rumah yang akan dibeli. Responden pada Perumahan Bukit Semarang Baru memberikan penilaian bahwa garasi untuk kendaraan yang ada pada rumah cukup luas dan sangat membantu untuk faktor keamanan kendaraan juga.

4.2.4 Indeks Jawaban Responden Tentang Lingkungan (X₄)

Tabel 4.11
Tanggapan Responden Tentang Lingkungan

No	Indikator	Skor					Jml	Indeks
		SS	S	N	TS	STS		
1	Kondisi lingkungan bertetangga yang baik (antar penghuni perumahan).	22	55	23	0	0	399	79,8
2	Kondisi jalan perumahan yang baik.	31	44	24	1	0	405	81
3	Kondisi saluran air (selokan diluar rumah) yang baik.	23	59	15	3	0	402	80,4
4	Kondisi taman perumahan yang baik	21	59	19	1	0	400	80
	Jumlah						1606	321,2
	Rata-rata						401,5	80,3

Sumber : data primer yang diolah, 2010

Berdasarkan tabel 4.11 menunjukkan bahwa tanggapan reponden kondisi lingkungan bertetangga yang baik antar penghuni perumahan adalah tinggi dengan angka indeks sebesar 79,8. Hal ini memberikan indikasi bahwa kondisi lingkungan bertetangga yang baik berpengaruh terhadap tingkat keputusan pembelian rumah, dimana satu sama lain penghuni bisa berbaur dengan akrab. Seperti pada Perumahan Bukit Semarang Baru yaitu letak rumah yang berdekatan yang akan menimbulkan situasi yang kondusif antar penghuni perumahan.

Untuk tanggapan responden mengenai kondisi jalan perumahan yang baik, nilai indeks yang dihasilkan adalah 81 (tinggi). Hal itu memberikan indikasi bahwa kondisi jalan yang baik berpengaruh terhadap tingkat keputusan pembelian rumah. Karena konsumen lebih senang jika jalan untuk akses keluar-masuk perumahan baik, seperti pada Perumahan Bukit Semarang Baru.

Tanggapan responden mengenai kondisi saluran air (selokan) yang baik, nilai indeks yang dihasilkan adalah 80,4 (tinggi). Hal itu memberikan indikasi bahwa kondisi saluran air (selokan) yang baik berpengaruh terhadap tingkat keputusan pembelian rumah. Jika saluran air (selokan) tidak lancar akan mengakibatkan banjir jika terjadi hujan deras. Seperti pada Perumahan Bukit Semarang Baru yang sudah memperhitungkan hal tersebut, maka saluran air (selokan) dibuat lebar agar dapat menampung air dalam jumlah yang banyak.

Sedangkan tanggapan responden mengenai kondisi taman perumahan yang baik, nilai indeks yang dihasilkan adalah 80 (tinggi). Hal itu memberikan indikasi bahwa kondisi taman yang baik berpengaruh terhadap tingkat keputusan pembelian rumah. Seperti pada Perumahan Bukit Semarang Baru yang mempunyai taman yang sangat indah yang dapat menarik minat konsumen dalam membeli rumah.

4.2.5 Indeks Jawaban Responden Tentang Keputusan pembelian (Y)

Tabel 4.12
Tanggapan Responden Tentang Keputusan Pembelian

No	Indikator	Skor					Jml	Indeks
		SS	S	N	TS	STS		
1	Kesesuain harga rumah mempengaruhi anda dalam pembelian rumah.	35	60	5	0	0	430	86
2	Kedekatan lokasi perumahan dengan berbagai tempat tujuan mempengaruhi anda dalam membeli rumah.	39	50	11	0	0	428	85,6
3	Bangunan rumah mempengaruhi anda dalam membeli rumah.	23	64	13	0	0	410	82
4	Kondisi lingkungan perumahan mempengaruhi	29	60	9	2	0	416	83,2

	mempengaruhi anda dalam membeli rumah.							
	Jumlah						1684	336,8
	Rata-rata						421	84,2

Sumber : data primer yang diolah, 2010

Berdasarkan tabel 4.12 tentang keputusan pembelian pada Perumahan Bukit Semarang Baru, tanggapan responden menunjukkan dari masing-masing 4 item pertanyaan yang diajukan adalah tinggi, dengan nilai indeks rata-rata 84,2. Jadi masing-masing variabel berpengaruh terhadap keputusan pembelian rumah dengan nilai indeks yang tinggi yaitu kesesuaian harga rumah dengan nilai indeks 86, kedekatan lokasi rumah dengan berbagai tempat tujuan dengan nilai indeks 85,6, bangunan rumah dengan nilai indeks 82, dan kondisi lingkungan perumahan dengan nilai indeks 83,2.

4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas

4.3.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika item-item pertanyaan mampu mengungkap sesuatu yang hendak diukur oleh kuesioner tersebut. Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS for Windows Versi 16.0. Pengambilan keputusan berdasarkan nilai P.Value atau signifikansinya dimana apabila nilai signifikansi diperoleh lebih kecil dari 0,05 maka item atau pertanyaan tersebut dinyatakan valid. Dapat juga dilakukan dengan mengukur koefisien korelasi dari masing-masing indikator dari variabel yaitu r hitung lebih besar dari r tabel, dimana nilai r tabel yang diperoleh adalah 0,1975. Didapat dari nilai signifikansi sebesar 5%, dengan derajat kebebasan (df) = n-3, dihasilkan $100-3 = 97$. Nilai 97 dengan

menggunakan uji 2 sisi/ 2-tailed diperoleh r tabel sebesar 0,1975. Hasil uji validitas pada tampilan output disajikan pada tabel 4.13 berikut ini:

Tabel 4.13
Hasil Pengujian Validitas

No	Indikator	R hitung	r tabel	P. value	Keterangan
1	Harga				
	- Indikator 1	0,704	0,1975	0,000	Valid
	- Indikator 2	0,663	0,1975	0,000	Valid
	- Indikator 3	0,773	0,1975	0,000	Valid
	- Indiaktor 4	0,742	0,1975	0,000	Valid
2	Lokasi				
	- Indikator 1	0,680	0,1975	0,000	Valid
	- Indikator 2	0,598	0,1975	0,000	Valid
	- Indikator 3	0,697	0,1975	0,000	Valid
	- Indikator 4	0,587	0,1975	0,000	Valid
3	Bangunan				
	- Indikator 1	0,675	0,1975	0,000	Valid
	- Indikator 2	0,690	0,1975	0,000	Valid
	- Indikator 3	0,607	0,1975	0,000	Valid
	- Indikator 4	0,655	0,1975	0,000	Valid
4	Lingkungan				
	- Indikator 1	0,738	0,1975	0,000	Valid
	- Indikator 2	0,811	0,1975	0,000	Valid
	- Indikator 3	0,746	0,1975	0,000	Valid
	- Indikator 4	0,689	0,1975	0,000	Valid
5	Keputusan pembelian				
	- Indikator 1	0,662	0,1975	0,000	Valid
	- Indikator 2	0,779	0,1975	0,000	Valid
	- Indikator 3	0,651	0,1975	0,000	Valid
	- Indikator 4	0,715	0,1975	0,000	Valid

Sumber : data primer yang diolah, 2010

Berdasarkan uji validitas yang dilakukan terhadap variabel harga, lokasi, bangunan, lingkungan serta keputusan pembelian, dari keseluruhan indikator pada masing-masing variabel diperoleh nilai signifikansi yang jauh lebih kecil dari 0,05. Sedangkan nilai koefisien korelasi yang dihasilkan masing-masing indikator

lebih besar dari r tabel. Hal tersebut menunjukkan bahwa masing-masing indikator variabel dinyatakan valid.

4.3.2 Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus Alpha. Dari tabel 4.14 menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai koefisien Alpha yang cukup besar yaitu diatas 0,60 atau dapat dikatakan semua indikator masing-masing variabel dari kuesioner adalah reliabel. Sehingga untuk selanjutnya item-item pada masing-masing variabel tersebut layak digunakan sebagai alat ukur.

Hasil pengujian reliabilitas untuk masing-masing variabel diringkas pada tabel berikut ini :

Tabel 4.14
Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	Alpha	Keterangan
Harga	0,689	Reliabel
Lokasi	0,639	Reliabel
Bangunan	0,640	Reliabel
Lingkungan	0,736	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,658	Reliabel

Sumber : data primer yang diolah, 2010

4.4 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan dalam penelitian ini dengan tujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Ringkasan hasil pengolahan data dengan menggunakan program *SPSS for Windows* versi 16.0. adalah sebagai berikut:

Tabel 4.15
Ringkasan Hasil Regresi

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2,687	,876		3,068	,003		
	harga	,228	,051	,276	4,488	,000	,699	1,431
	lokasi	,286	,048	,405	5,931	,000	,567	1,765
	bangunan	,141	,050	,180	2,813	,006	,642	1,557
	lingkungan	,188	,054	,228	3,512	,001	,624	1,603

a. Dependent Variable: keputusan pembelian

Sumber : data primer yang diolah, 2010

Berdasarkan hasil tersebut apabila ditulis dalam bentuk *standardized* dari persamaan regresinya adalah sebagai berikut :

$$Y = 0,276 X_1 + 0,405 X_2 + 0,180 X_3 + 0,228 X_4$$

$$X_1 = \text{Harga}$$

$$X_2 = \text{Lokasi}$$

$$X_3 = \text{Bangunan}$$

$$X_4 = \text{Lingkungan}$$

Persamaan regresi berganda tersebut dijelaskan sebagai berikut :

- Variabel Harga (X_1) memiliki koefisien sebesar 0,276. Ini menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh positif terhadap variabel keputusan pembelian.
- Variabel Lokasi (X_2) memiliki koefisien sebesar 0,405. Ini menunjukkan bahwa variabel lokasi berpengaruh positif terhadap variabel keputusan pembelian.

- Variabel Bangunan (X_3) memiliki koefisien sebesar 0,180. Ini menunjukkan bahwa variabel bangunan berpengaruh positif terhadap variabel keputusan pembelian.
- Variabel Lingkungan (X_4) memiliki koefisien sebesar 0,228. Ini menunjukkan bahwa variabel lingkungan berpengaruh positif terhadap variabel keputusan pembelian.

4.5 Uji Asumsi Klasik

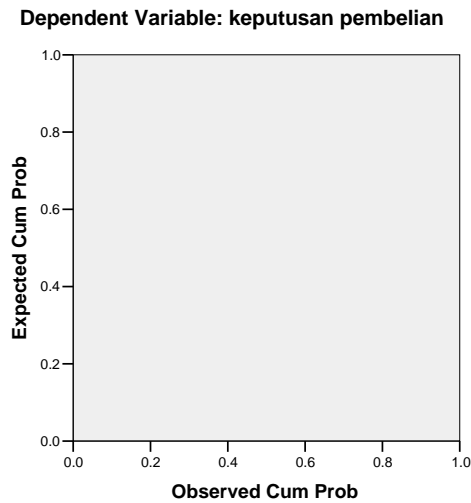
4.5.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan cara melihat grafik *normal propabilty plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Jika distribusi data normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis yang diagonal.. Hasil output *SPSS for Windows* versi 16.0 untuk uji normalitas ditunjukkan dalam gambar sebagai berikut :

Gambar 4.1

Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber : data primer yang diolah, 2010

Dari gambar 4.1 menunjukkan bahwa data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Oleh karena itu dapat dinyatakan bahwa data dalam variabel-variabel ini berdistribusi normal.

4.5.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi di antara variabel bebas. Dalam penelitian ini gejala multikolinearitas dilihat dari nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada tabel 4.16 berikut ini :

Tabel 4.16
Pengujian Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Harga	0,699	1,431	Tidak multikolinear
Lokasi	0,567	1,765	Tidak multikolinear
Bangunan	0,642	1,557	Tidak multikolinear
Lingkungan	0,624	1,603	Tidak multikolinear

Sumber : data primer yang diolah, 2010

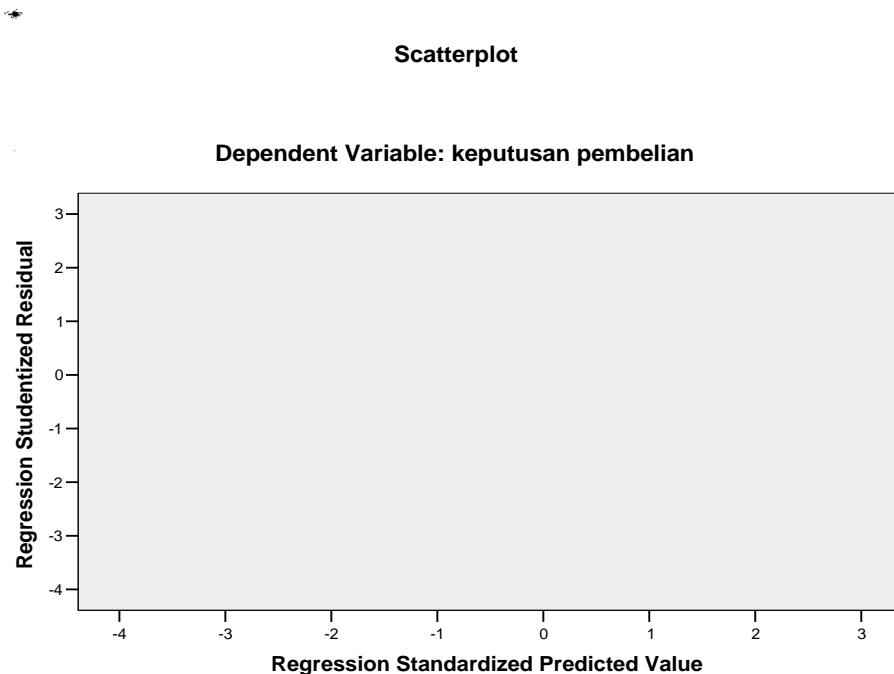
Dari tabel tersebut menunjukkan bahwa model regresi tidak mengalami gangguan multikolinearitas. Hal ini ditunjukkan nilai *tolerance* untuk ke empat variabel bebas lebih dari 0,10. Sementara perhitungan nilai VIF menunjukkan bahwa semua variabel bebas memiliki nilai kurang dari 10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinearitas antar variabel bebas dalam model regresi tersebut.

4.5.3 Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan Scatterplot. Hasil pengujian pada lampiran sebagaimana juga pada gambar berikut ini:

Gambar 4.2

Uji Heteroskedastisitas



Sumber : data primer yang diolah, 2010

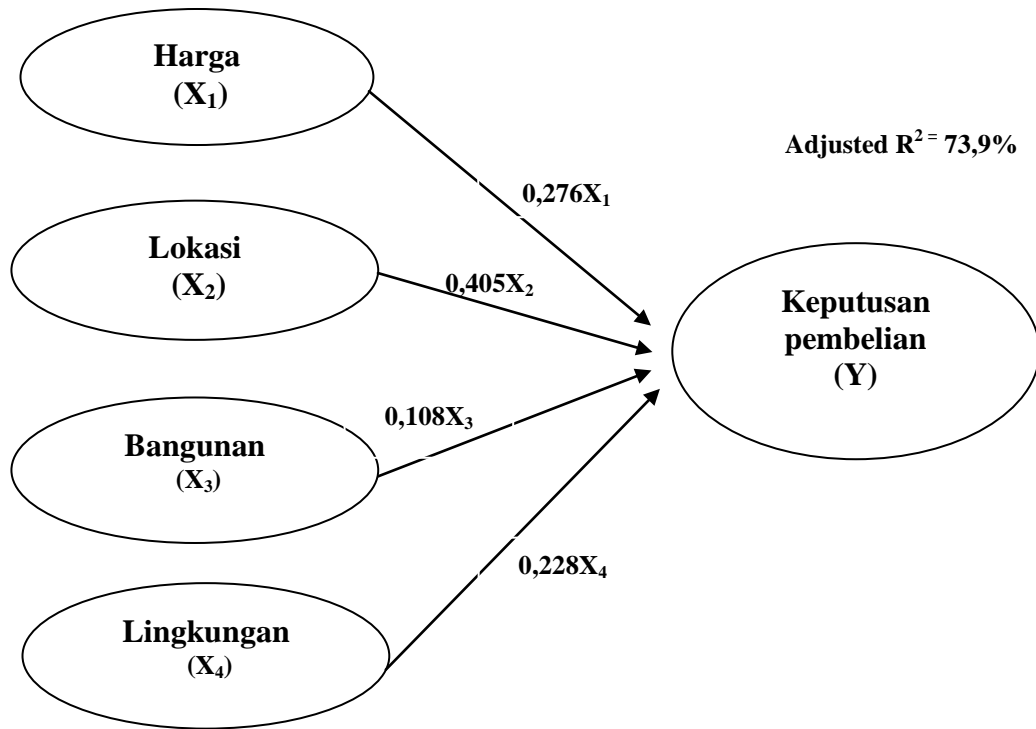
Hasil pengujian heteroskedastisitas menunjukkan bahwa titik-titik tidak membentuk pola tertentu dan titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas.

4.6 Uji Goodness of Fit

4.6.1 Uji Paramater Secara Individual (Uji t)

Dalam penelitian ini, berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda dan uji koefisien determinasi dapat digambarkan kerangka pemikiran teoritis yang disertai hasil analisis regresi linear berganda dan hasil uji koefisien determinasi adalah sebagai berikut :

Gambar 4.3
Keputusan pembelian dipengaruhi harga, lokasi, bangunan dan lingkungan



Sumber : Kerangka pemikiran teoritis disertai analisis regresi dan koefisien determinasi, 2010

Uji t yaitu suatu uji untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel bebas secara parsial atau individual terhadap variabel terikat. Hasil uji t pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.17 berikut ini :

Tabel 4.17
Hasil Uji t

Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	2,687	,876		3,068	,003		
harga	,228	,051	,276	4,488	,000	,699	1,431
lokasi	,286	,048	,405	5,931	,000	,567	1,765
bangunan	,141	,050	,180	2,813	,006	,642	1,557
lingkungan	,188	,054	,228	3,512	,001	,624	1,603

a. Dependent Variable: keputusan pembelian

Sumber : data primer yang diolah, 2010

Untuk meningkatkan keputusan pembelian berdasarkan kerangka penelitian yang disertai hasil analisis regresi dan koefisien determinasi maka dapat dijelaskan sebagai berikut :

a. Keputusan pembelian dipengaruhi variabel harga

Berdasarkan hasil analisis regresi menunjukkan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi variabel harga dengan koefisien sebesar 0,276. Sedangkan hasil uji t dengan SPSS diperoleh nilai t hitung = 4,488 dengan tingkat signifikansi 0,000. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05, nilai signifikansi tersebut berada di bawah taraf 5% dan t hitung sebesar 4,488 > t tabel sebesar 1,984. Maka harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_A diterima sehingga hipotesis pertama diterima yaitu semakin baik penerapan harga rumah, maka semakin tinggi keputusan pembelian.

b. Keputusan pembelian dipengaruhi variabel lokasi

Berdasarkan hasil analisis regresi menunjukkan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi variabel lokasi dengan koefisien sebesar 0,405. Dan merupakan terbesar yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sedangkan hasil uji t dengan SPSS diperoleh nilai t hitung = 5,931 dengan tingkat signifikansi 0,000. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05, nilai signifikansi tersebut berada di bawah taraf 5% dan t hitung sebesar 5,931 > t tabel sebesar 1,984. Maka lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_A diterima sehingga hipotesis kedua diterima yaitu semakin strategis lokasi rumah, maka semakin tinggi keputusan pembelian.

c. Keputusan pembelian dipengaruhi variabel bangunan

Berdasarkan hasil analisis regresi menunjukkan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi variabel bangunan dengan koefisien sebesar 0,108. Sedangkan hasil uji t dengan SPSS diperoleh nilai t hitung = 2,813 dengan tingkat signifikansi 0,006. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05, nilai signifikansi tersebut berada di bawah taraf 5% dan t hitung sebesar 2,813 > t tabel sebesar 1,984. Maka bangunan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_A diterima sehingga hipotesis ketiga diterima yaitu semakin baik bangunan rumah, maka semakin tinggi keputusan pembelian.

d. Keputusan pembelian dipengaruhi variabel lingkungan

Berdasarkan hasil analisis regresi menunjukkan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi variabel lingkungan dengan koefisien sebesar 0,228.

Sedangkan hasil uji t dengan SPSS diperoleh nilai t hitung = 3,512 dengan tingkat signifikansi 0,001. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05, nilai signifikansi tersebut berada di bawah taraf 5% dan t hitung sebesar $3,512 > t$ tabel sebesar 1,984. Maka lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_A diterima sehingga hipotesis keempat diterima yaitu semakin baik kondisi lingkungan rumah, maka semakin tinggi keputusan pembelian.

4.6.2 Uji Paramater Secara Bersama-sama (Uji F)

Uji F dalam penelitian ini menggunakan uji ANOVA. Uji ini dapat digunakan untuk mengetahui pengaruh bersama-sama (*simultan*) variabel bebas (harga, lokasi, bangunan dan lingkungan) terhadap variabel terikat (keputusan pembelian). Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut :

- Jika F hitung lebih besar dari F tabel atau angka signifikan kurang dari 0,05 maka H_0 ditolak H_A diterima. Artinya secara simultan variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.
- Jika F hitung lebih kecil dari F tabel atau angka signifikan lebih dari 0,05 maka H_0 diterima H_A ditolak. Artinya secara simultan variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

Hasil perhitungan uji F dapat dilihat pada tabel 4.18 berikut ini :

Tabel 4.18
Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	224,367	4	56,092	70,981	,000 ^a
	Residual	75,073	95	,790		
	Total	299,440	99			

a. Predictors: (Constant), lingkungan, harga, bangunan, lokasi

b. Dependent Variable: keputusan pembelian

Sumber : data primer yang diolah, 2010

Pengujian pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya dilakukan dengan menggunakan uji F. Hasil perhitungan statistik menunjukkan nilai F hitung = 70,981 > F tabel = 2,699 dan signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Keputusan pembelian dipengaruhi secara bersama-sama dan signifikan oleh variabel harga, lokasi, bangunan dan lingkungan.

4.6.3 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel-variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikatnya. Nilai koefisien determinasi untuk variabel bebas lebih dari 2 digunakan *adjusted R square*, sebagai berikut :

Tabel 4.19
Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,866 ^a	,749	,739	,889

a. Predictors: (Constant), lingkungan, harga, bangunan, lokasi

b. Dependent Variable: keputusan pembelian

Sumber : data primer yang diolah, 2010

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan program *SPSS for Windows* versi 16.0 dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (*adjusted R²*) yang diperoleh sebesar 0,739. Hal ini berarti 73,9% keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel harga, lokasi, bangunan dan lingkungan. Sedangkan sisanya yaitu 26,1% (100% - 73,9%) keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4.7 Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa variabel yang mempunyai pengaruh terbesar terhadap keputusan pembelian adalah lokasi. Khususnya mengenai kedekatan lokasi dengan sarana transportasi umum, hal itu terlihat dari nilai indeks yang tertinggi diantara indikator lainnya. Hal itu memberikan indikasi bahwa pemilihan lokasi yang tepat pada Perumahan Bukit Semarang Baru yaitu dekat dengan sarana transportasi umum, tempat rekreasi, tempat bekerja, sekolah/kampus, dan tempat hiburan merupakan faktor penting dalam keputusan pembelian rumah. Hal itu berarti hipotesis kedua diterima yaitu semakin strategis lokasi rumah, maka semakin tinggi keputusan pembelian. Berdasarkan hasil analisis regresi dan uji t dapat diketahui bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti lokasi rumah yang strategis akan meningkatkan keputusan pembelian, sehingga hipotesis kedua diterima serta mendukung penelitian yang dilakukan oleh

Muhammad Taufik & Eduardus Tandelilin (2007) menyatakan bahwa lokasi merupakan faktor penting yang mempengaruhi permintaan perumahan.

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa variabel harga mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian. Khususnya mengenai jangka waktu kredit yang lama/panjang, hal itu terlihat dari nilai indeks yang tertinggi pada variabel harga. Hal itu memberikan indikasi bahwa penerapan harga yang tepat pada Perumahan Bukit Semarang Baru merupakan faktor penting dalam keputusan pembelian rumah. Hal itu berarti hipotesis pertama diterima yaitu semakin baik penerapan harga rumah, maka semakin tinggi keputusan pembelian. Berdasarkan hasil analisis regresi dan uji t dapat diketahui bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sehingga hipotesis pertama diterima serta mendukung penelitian yang dilakukan oleh Rahmawati (2005) yaitu bahwa transaksi suatu barang terutama dipengaruhi oleh tingkat harganya. Dan juga hukum permintaan yang menyatakan bahwa semakin rendah harga barang maka akan semakin banyak permintaan terhadap barang tersebut., ataupun sebaliknya

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa variabel lingkungan mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian. Khususnya mengenai kondisi jalan perumahan yang baik, hal itu terlihat dari nilai indeks yang tertinggi pada variabel lingkungan. Kondisi jalan keluar-masuk yang mulus menjadi daya tarik bagi responden. Hal itu memberikan gambaran bahwa kondisi lingkungan yang baik pada Perumahan Bukit Semarang Baru merupakan faktor penting dalam keputusan pembelian rumah. Hal itu berarti hipotesis keempat diterima yaitu

semakin baik kondisi lingkungan rumah, maka semakin tinggi keputusan pembelian. Berdasarkan hasil analisis regresi dan uji t dapat diketahui bahwa lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sehingga hipotesis keempat diterima serta mendukung penelitian yang dilakukan oleh Adib Abadi (2001) yaitu faktor lingkungan merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi keputusan pembelian rumah.

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa variabel bangunan mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian. Khususnya mengenai kualitas bangunan yang baik, hal itu terlihat dari nilai indeks yang tertinggi pada variabel bangunan. Kualitas bangunan yang baik dengan pemilihan bahan bangunan yang baik pula, merupakan salah satu daya tarik bagi responden. Hal itu memberikan gambaran bahwa kondisi bangunan yang baik pada Perumahan Bukit Semarang Baru merupakan faktor penting dalam keputusan pembelian rumah. Hal itu berarti hipotesis ketiga diterima yaitu semakin baik bangunan rumah, maka semakin tinggi keputusan pembelian. Berdasarkan hasil analisis regresi dan uji t dapat diketahui bahwa bangunan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sehingga hipotesis ketiga diterima serta mendukung penelitian yang dilakukan oleh Efendi (1996) yaitu kualitas bahan bangunan dan desain bangunan menjadi pertimbangan konsumen karena kualitas yang baik akan memberikan ketahanan dan kenyamanan dalam rumah, serta desain bangunan yang sesuai dengan kriteria konsumen akan berpengaruh terhadap harga rumah itu dan akhirnya mempengaruhi keputusan pembelian akan rumah tersebut.

BAB V

PENUTUP

Pada bab ini disajikan kesimpulan dari penelitian mengenai analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian rumah di Perumahan Bukit Semarang Baru dan saran-saran yang diharapkan dapat memberikan manfaat bagi PT Karyadeka Alam Lestari.

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian rumah di Perumahan Bukit Semarang Baru dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa variabel yang memiliki pengaruh positif dan signifikansi terbesar terhadap keputusan pembelian adalah variabel lokasi dengan koefisien sebesar 0,405. Selanjutnya variabel kedua adalah harga dengan koefisien sebesar 0,276. Sedangkan yang ketiga adalah variabel lingkungan dengan koefisien sebesar 0,228. Yang keempat adalah variabel bangunan dengan koefisien sebesar 0,108.
2. Keputusan pembelian dipengaruhi variabel lokasi dengan diperoleh koefisien variabel sebesar 0,405 yang menunjukkan pengaruh positif dan signifikansi sebesar 0,000. Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa responden menilai bahwa lokasi yang ada di Perumahan Bukit Semarang Baru strategis, yaitu dekat dengan berbagai tempat tujuan misalnya: sarana transportasi umum, sekolahan/kampus, tempat hiburan, tempat rekreasi, dll. Hal ini menunjukkan

bahwa lokasi merupakan salah satu faktor yang menentukan keputusan pembelian rumah sehingga semakin strategis lokasi rumah maka akan semakin tinggi keputusan pembelian.

3. Keputusan pembelian dipengaruhi variabel harga dengan diperoleh koefisien variabel sebesar 0,276 yang menunjukkan pengaruh positif dan signifikansi sebesar 0,000. Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa responden menilai penerapan harga yang diterapkan PT. Karyadeka Alam Lestari baik. Hal ini menunjukkan bahwa harga merupakan salah satu faktor yang menentukan keputusan pembelian Perumahan Bukit Semarang Baru. Dengan kata lain, penerapan harga yang semakin baik dan sesuai akan meningkatkan keputusan pembelian rumah.

4. Keputusan pembelian dipengaruhi variabel lingkungan dengan diperoleh koefisien variabel sebesar 0,228 yang menunjukkan pengaruh positif dan signifikansi sebesar 0,001. Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa responden menilai lingkungan pada Perumahan Bukit Semarang Baru cukup baik, seperti adanya taman perumahan, kondisi jalan yang baik, serta selokan yang lancar/tidak menggenang. Hal ini menunjukkan bahwa lingkungan merupakan salah satu faktor yang menentukan keputusan pembelian pada Perumahan Bukit Semarang Baru. Dengan kata lain, kondisi lingkungan yang baik akan meningkatkan keputusan pembelian rumah.

5. Keputusan pembelian dipengaruhi variabel bangunan dengan diperoleh koefisien variabel sebesar 0,108 yang menunjukkan pengaruh positif dan signifikansi sebesar 0,006. Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa responden

menilai bangunan pada Perumahan Bukit Semarang Baru cukup baik, seperti desain dan kualitas bangunannya serta faktor pendukung lainnya seperti sanitasi rumah yang lancar dan garasi yang cukup luas. Hal ini menunjukkan bahwa bangunan merupakan salah satu faktor yang menentukan keputusan pembelian pada Perumahan Bukit Semarang Baru. Dengan kata lain, bangunan yang baik akan meningkatkan keputusan pembelian rumah.

6. Secara simultan dengan menggunakan uji F menunjukkan bahwa keempat variabel independen yaitu harga (X_1), lokasi (X_2), bangunan (X_3), dan lingkungan (X_4) secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan sebesar 0,000 terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian (Y).

7. Dari hasil perhitungan koefisien determinasi menunjukkan bahwa keempat variabel independen yaitu harga (X_1), lokasi (X_2), bangunan (X_3), dan lingkungan (X_4) mampu menjelaskan pengaruhnya terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian (Y) sebesar 73,9%, dan sisanya yaitu 26,1% ($100\% - 73,9\%$) keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini masih mempunyai keterbatasan-keterbatasan. Adanya keterbatasan ini, diharapkan dapat dilakukan perbaikan untuk penelitian yang akan datang. Berdasarkan hasil menunjukkan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi keempat variabel dependen sebesar 73,9% dan sisanya sebesar 26,1% dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya. Walaupun cukup tinggi yaitu lebih

dari 50%, tetapi masih perlu dilakukan penelitian lebih dengan penambahan variabel baru atau indikator lain dalam penelitian yang akan datang agar dapat menghasilkan gambaran yang lebih luas tentang masalah dalam penelitian ini sehingga dapat menyempurnakan hasil penelitian.

5.3 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas maka penulis memberikan saran yang dapat dijadikan pertimbangan bagi PT Karyadeka Alam Lestari agar dapat meningkatkan tingkat keputusan pembelian konsumen sehingga peningkatan penjualan bisa tercapai.

1. Pengembang/*developer* perlu mengusulkan kepada pemerintah Kota Semarang untuk membuka trayek baru atau penambahan armada alat transportasi umum yang melewati Perumahan BSB menuju ke berbagai lokasi.
2. Potongan harga yang diberikan perlu ditingkatkan lagi, misalnya dengan memberikan diskon khusus misalnya pada hari kemerdekaan atau hari raya lebaran atau natal.
3. Saluran air (selokan) perlu dicek setiap seminggu sekali, dan melakukan kerjabakti minimal sebulan sekali agar tidak terjadi banjir jika terjadi hujan lebat.
4. Taman dan danau ada di perumahan harus dijaga penghuni, bila perlu dibuatkan himbuan untuk selalu menjaga kebersihan disekitar taman dan danau, karena biasanya penghuni asli ataupun pengunjung tidak memperhatikan hal tersebut.

5. Kualitas rumah yang dibangun perlu ditingkatkan lagi, baik dari pemilihan bahan bangunan maupun ketahanan rumahnya agar dapat menghasilkan rumah yang berkualitas sehingga dapat menarik lebih banyak konsumen untuk membeli. Misalnya dengan mengganti kusen kayu dengan kusen aluminium untuk menghindari rayap, semua rumah yang dibangun menggunakan atap baja ringan, menggunakan keramik yang lebih berkualitas, dan lain-lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Abadi Adib, 2001, "Menuju Lingkungan Perumahan Perkotaan yang Berkualitas."
- Augusty Ferdinand, 2006, Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Basu Swastha, DH dan Hani Handoko, 2002, Manajemen Pemasaran : Analisa Perilaku Konsumen, Edisi I, BPFE Yogyakarta.
- Basu Swastha, DH dan Irawan, 2002, Manajemen Pemasaran Modern, Liberty: Yogyakarta.
- Efendi, 1996, "Analisa Lima Faktor Terhadap Pembelian Rumah Sederhana dan Sangat Sederhana.", Benefit Volume 8 No.2 Hal. 151-159.
- Eri Susanti, 2003, "Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Produk Keramik Milan Di Surabaya.", Fakultas Ekonomi Unika Widya Mandala Surabaya.
- Fandy Tjiptono, 1997, Strategi Pemasaran. 2 ed. Yogyakarta: ANDI
- Imam Ghazali, 2001, Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ir. Lily Harjati, 2003, "Tidak Cukup Hanya Kepuasan Pelanggan Diperlukan Nilai Pelanggan Untuk Survival ", Jurnal Ekonomi Perusahaan, Vol. 10, No. 1, Maret 2003.

Kotler, Philip, 2002, Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan Implementasi dan Kontrol, Jilid I, Penerbit Prenhallindo: Jakarta.

Kotler, Philip, 2002, Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium, Jilid 3, Penerbit Prenhallindo: Jakarta.

Muhammad Taufiq & Eduardus Tandelilin, 2007, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Transaksi Rumah Sederhana Tipe 36 di Kabupaten Boyolali Provinsi Jawa Tengah.

Santoso, Singgih, 2001, Mengolah Data Statistik Secara Profesional, SPSS versi 10, Penerbit PT Elex Media Komputindo: Jakarta.

Sri Kurniasih, 1987, "Usaha Perbaikan Pemukiman Kumuh di Petukangan Utara-Jakarta Selatan."

Sugiyono, 2006, Metode Penelitian Bisnis, Cetakan Kesembilan, Penerbit CV Alpha Beta, Bandung.

www.google.com

www.perumahanbsb.com