

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI PERMINTAAN
PERUMAHAN TIPE CLUSTER
(STUDI KASUS PERUMAHAN TAMAN SARI)
di KOTA SEMARANG**



SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk
menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi
Universitas Diponegoro**

Disusun Oleh :

**INTAN SARI ZAITUN RAHMA
NIM. C2B307011**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2010**

ABSTRACT

House is representing requirement of human being base besides food and clothing. In its growth in the reality house also represent interesting invesment alternative on the chance of capital gain in the future.. Area housing of Flower-Garden of Majapahit Semarang represent one of the correct choice alternative to cultivation of invesment in housing area, either from price facet, facility, freshment, location which located in Tamansari Majapahit Street, Pedurungan, Semarang can fulfill requirement of modern society of house besides for residence also for recreation place.. This research has aim to to analyse factors which influencing request of housing specially type of cluster at Tamansari Majapahit Semarang.

The analyzer for this research is using doubled linear regression. This Research responder is dweller of housing of Tamansari Majapahit Semarang. Based on result of analysis indicate that price, facility, location, environmental, substitution price and earnings have an effect on to decision of purchasing of house. From the examination of coefficient of determination has known that 68,6 % from variation of that happened in variable decision of purchasing by together in influencing by variable perception of price, facility, location, environmental, substitution price and earnings. While the rest equal to 31,4 % influenced by other factors. Based on the result of this research we got that facility factor very having an effect on in purchasing of house. Seen from level of coefficient influencing decision of purchasing of facility equal to 0,486; earnings equal to 0,443; location equal to 0,340; environment equal to 0,296; substitution price equal to 0,283; and price equal to 0,268

The Keyword : *request of housing, cluster, analyse doubled linear regresi*

ABSTRAK

Rumah merupakan kebutuhan dasar manusia selain sandang dan pangan. Dalam perkembangannya ternyata rumah juga merupakan alternatif investasi yang menarik dengan harapan *capital gain* yang akan di terima di masa depan.. Kawasan perumahan Taman Sari Majapahit Semarang merupakan salah satu alternatif pilihan yang tepat bagi penanaman investasi di bidang perumahan, baik dari segi harga, fasilitas, kenyamanan, lokasi yang terletak di Jalan Tamansari Majapahit, Pedurungan, Semarang ini bisa memenuhi kebutuhan masyarakat modern akan suatu kebutuhan rumah selain untuk tempat tinggal juga tempat rekreasi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor - faktor yang mempengaruhi permintaan perumahan khususnya tipe cluster pada perumahan Tamansari Majapahit Semarang.

Alat analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Responden penelitian ini adalah penghuni perumahan Tamansari Majapahit Semarang. Hasil analisis menunjukkan bahwa harga, fasilitas, lokasi, lingkungan, pendapatan dan harga substitusi berpengaruh terhadap keputusan pembelian rumah. Dari pengujian koefisien determinasi diketahui bahwa 68,6 % dari variasi yang terjadi di dalam variabel keputusan pembelian secara bersama-sama di pengaruhi oleh variabel persepsi harga, fasilitas, lokasi, lingkungan, pendapatan dan harga substitusi. Sedangkan sisanya sebesar 31,4 % dipengaruhi oleh faktor-faktor lain. Dari hasil penelitian ini didapat bahwa faktor fasilitas sangat berpengaruh dalam pembelian rumah. Dilihat dari besarnya koefisien yang mempengaruhi keputusan pembelian fasilitas sebesar 0,486; pendapatan sebesar 0,443; lokasi sebesar 0,340; lingkungan sebesar 0,296; harga substitusi sebesar 0,283; dan harga sebesar 0,268.

Kata Kunci : permintaan perumahan, cluster, analisis regresi linier berganda

MOTTO

Sesungguhnya di setiap kesulitan pasti ada kemudahan

(QS AL – Insyirah)

PERSEMBAHAN

Kepada ALLAH SUBHANA WATA'ALA

Yang telah memberikan jalan dan kemudahan dalam menyelesaikan skripsi ini

Ibu dan Bapakku tercinta untuk kasih sayang dari tiap tetes keringat yang telah keluar dan tidak akan pernah tergantikan sampai kapanpun, dan Doa

Yang terus diberikan siang malam untuk kesuksesan dan kebahagiaanku,

Suamiku tercinta untuk doa dan dukungannya selama ini menemaniku melewati cobaan berat dalam hidupku dalam suka dan duka.

Ibu dan bapak mertua terimakasih atas bimbingannya

Kakak, adik, dan saudara yang turut memberi doa dan semangat Sahabat-sahabatku senasib sepenanggungan

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Wr. Wb

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik, serta hidayah-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan laporan Skripsi yang berjudul Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Perumahan Tipe Cluster (Studi Kasus Perumahan Tamansari) di Kota Semarang.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan kali ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Allah SWT, atas anugerah dan rahmat-Nya yang telah diberikan kepadaku.
2. Ayah dan Ibuku serta adik dan kakakku tercinta Mbak Ista, Ika, Mifta, Rosa atas bantuan doa dan dukungannya selama ini.
3. Suamiku tercinta Fani Yudisthira yang selalu memberi dukungan dan semangat.
4. Bapak dan ibu mertua serta adik- adik iparku Ryan, Tantio dan Adit atas bantuan doa dan dukungannya selama ini.
5. Bapak Dr. H. Moch Chababib M.si, Akt selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.
6. Bapak Drs. Nugroho SBM,MSP selaku dosen wali sekaligus dosen

pembimbing dalam penyusunan skripsi ini.

7. Seluruh dosen, staf pengajar dan pegawai Tata Usaha Fakultas Ekonomi Undip.
8. Teman-teman baikku Somya Esthetia, Paramita Atika, Diana dan mbak Dini terimakasih atas bantuannya.
9. Pimpinan dan segenap karyawan PT Wika Reality Tamansari Majapahit terimakasih atas bantuannya.
10. Semua teman-teman Fakultas Ekonomi jurusan Ekonomi Pembangunan angkatan 2007, terima kasih atas semuanya.
11. Teman-teman TIM KKN Pagersari Universitas Diponegoro tahun 2010.
12. Semua pihak-pihak yang telah banyak membantu penulis yang tidak dapat disebutkan satu per satu disini.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini masih jauh dari sempurna, baik dari segi isi maupun cara penyusunannya. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun dari pembaca demi kesempurnaan laporan ini dimasa mendatang. Penulis berharap, semoga laporan Skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada para pembaca pada umumnya dan bagi penulis pada khususnya.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRACT	v
ABSTRAKSI	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
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	12
2.1 Landasan Teori dan Penelitian Terdahulu	12
2.1.1 Landasan Teori	12
2.1.1.1 Teori Permintaan.....	12
2.1.1.2 Kurva Permintaan.....	13
2.1.1.3 Permintaan Pasar.....	14
2.1.1.4 Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan	14
2.1.1.5 Elastisitas Permintaan	16
2.1.1.6 Faktor Permintaan Lahan	20
2.1.1.7 Permintaan Perumahan.....	22
2.1.2 Definisi Perumahan	25
2.1.3 Karakteristik Perumahan	28
2.1.4 Teori Permukiman Kota.....	30
2.1.5 Teori Mobilitas Tempat Tinggal.....	31
2.1.6 Teori Lokasi Perumahan.....	32
2.1.7 Konsep Kebutuhan, Keinginan, dan Permintaan	35
2.1.8 Proses Pengambilan Keputusan Konsumen.....	36
2.2 Penelitian Terdahulu	38
2.3 Kerangka Pemikiran.....	39
2.3.1 Pengaruh Harga Terhadap Permintaan Rumah.....	40
2.3.2 Pengaruh Kelengkapan Fasilitas Terhadap Permintaan Rumah.....	41

	2.3.3 Pengaruh Lokasi Terhadap Permintaan Rumah	41
	2.3.4 Pengaruh Lingkungan Terhadap Permintaan Rumah.....	41
	2.3.5 Pengaruh Pendapatan Terhadap Permintaan Rumah.....	42
	2.3.6 Pengaruh Harga Substitusi Terhadap permintaan	42
	2.4 Hipotesis.....	43
BAB III	METODE PENELITIAN	44
	3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	44
	3.2 Populasi dan Sampel	52
	3.3 Jenis dan Sumber Data	53
	3.4 Metode Pengumpulan Data	54
	3.5 Metode Analisis	55
	3.5.1 Pengujian Kualitas Data	55
	3.5.1.1 Uji Reabilitas.....	55
	3.5.1.2 Uji Validitas.....	56
	3.5.2 Pengujian Terhadap Penyimpangan Assumsi Klasik	57
	3.5.2.1 Uji Multikolinearitas.....	58
	3.5.2.2 Uji Heteroskedastisitas	59
	3.5.2.3 Uji Normalitas	60
	3.5.3 Histogram Display Normal <i>Curve</i>	61
	3.5.4 Uji Kolmogorov Smirnov (K-S)	62
	3.5.5 Uji Statistik	62
	3.5.5.1 Uji Koefisien Determinasi	62
	3.5.5.2 Uji Signifikansi Simultan	63
	3.5.5.3 Uji Signifikansi Parameter Individu	63
	3.5.5.4 Alat Analisis	64
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	66
	4.1 Deskripsi Obyek Penelitian	66
	4.1.1 Lokasi Obyek Penelitian	66
	4.2 Gambaran Umum Responden	68
	4.2.1 Responden Menurut Jenis Kelamin	69
	4.2.2 Responden Menurut Usia.....	70
	4.2.3 Responden Menurut Status Martial.....	71
	4.2.4 Responden Menurut Pendidikan Terakhir	71
	4.2.5 Responden Menurut Pekerjaan	72
	4.2.6 Responden Menurut Penghasilan perbulan.....	73
	4.2.7 Responden Menurut Tipe Rumah	74
	4.2.8 Responden Menurut Status Rumah.....	75
	4.3 Analisis Data dan Pembahasan	76
	4.3.1 Hasil Pengujian Validitas dan Realibilitas	76
	4.3.1.1 Hasil Pengujian Validitas	76
	4.3.1.2 Hasil Pengujian Reliabilitas	78
	4.3.2 Hasil pengujian Asumsi Klasik	78
	4.3.2.1 Hasil Uji Normalitas.....	78
	4.3.2.2 Hasil Uji Multikolinearitas.....	79

4.3.2.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	80
4.3.3 Hasil Pengujian Regresi Linear Berganda	81
4.3.4 Hasil Pengujian Hipotesis	83
4.3.4.1 Hasil Pengujian Uji F	83
4.3.4.2 Hasil Pengujian Uji-t	84
4.3.5 Koefisien Determinasi	85
4.3.6 Pembahasan	85
BAB V PENUTUP	89
5.1 Kesimpulan	90
5.2 Keterbatasan	90
5.3 Saran-saran	91
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN	95

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1	Daftar Perumahan di Kota Semarang.....6
Tabel 4.1	Responden Menurut jenis kelamin69
Tabel 4.2	Responden Menurut Usia70
Tabel 4.3	Responden Menurut Status Martial.....71
Tabel 4.4	Responden Menurut Pendidikan Terakhir.....72
Tabel 4.5	Responden Menurut Pekerjaan..... 73
Tabel 4.6	Responden Menurut Penghasilan Perbulan.....74
Tabel 4.7	Responden Menurut Tipe Rumah75
Tabel 4.8	Responden Menurut Status Rumah76
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas77
Tabel 4.10	Hasil Uji Reliabilitas78
Tabel 4.11	Hasil Uji Multikolinearitas 80
Tabel 4.12	Hasil Pengujian Analisis Regresi Linear Berganda82
Tabel 4.13	Hasil Pengujian Uji-t.....84

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kurva Permintaan Individu	13
Gambar 2.2 Kurva Permintaan Pasar	16
Gambar 2.3 Jenis-jenis Elastisitas Permintaan	18
Gambar 2.4 Penggolongan Perumahan	29
Gambar 2.5 Hirarki Kebutuhan <i>Moslow</i>	36
Gambar 2.6 Model Perilaku Pengambilan Keputusan Konsumen dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya	37
Gambar 2.7 Kerangka Pemikiran Teoritis	40
Gambar 4.1 Peta Lokasi Tamansari Majapahit Semarang	67
Gambar 4.2 Peta Lokasi Tamansari Majapahit Semarang	68
Gambar 4.3 Grafik Normal <i>Probability Plot</i>	79
Gambar 4.4 Grafik <i>Scatler Plot</i>	81

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran A Kuesioner Penelitian	96
Lampiran B Data Mentah.....	102
Lampiran C Hasil Olah Regresi	103
Lampiran D Validitas dan Reliabilitas.....	109

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kebutuhan akan rumah merupakan salah satu kebutuhan dasar (*home needs*) bagi manusia setelah pangan dan sandang. Setiap individu manusia akan mengutamakan pemenuhan kebutuhan dasar daripada kebutuhan sekundernya. Begitu pula dengan kebutuhan akan rumah, setiap orang akan berusaha memenuhi kebutuhan akan rumah dalam setiap tingkat kehidupan masyarakat dengan memperhatikan selera dan kemampuan yang ada.

Menurut pasal 5 ayat (1) UU No 4 tahun 1992 tentang perumahan dan pemukiman setiap warga negara mempunyai hak untuk menempati dan atau menikmati dan atau memiliki rumah yang layak dalam lingkungan yang sehat, aman, serasi, dan teratur. Masyarakat saat ini memiliki beberapa pilihan dalam memiliki rumah. Pilihan tersebut adalah dengan cara membangun sendiri atau dengan cara sewa, membeli secara tunai atau angsuran, hibah atau dengan cara lain yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Pada mulanya rumah ditujukan sebagai pemuas kebutuhan terhadap kebutuhan hidup manusia atas tempat tinggal yang nyaman, aman, dan tenang. Namun saat ini kepemilikan rumah tidak hanya ditujukan untuk pemenuhan kebutuhan pokok akan papan saja, melainkan telah menjadi suatu alternatif investasi yang cukup menarik dengan pengembalian berupa penghasilan sewa ataupun peluang keuntungan yang berupa *capital gain* yang merupakan selisih

antara harga beli dengan harga jual ketika rumah tersebut dijual. Rumah juga merupakan indikator identitas status sosial masyarakat, jika seseorang memiliki rumah yang mewah menandakan si pemiliknya merupakan orang yang memiliki kemampuan tinggi. Dewasa ini telah berkembang berbagai jenis rumah dari yang modern, seperti kondominium dan apartemen sampai jenis yang sederhana, seperti rumah susun sederhana dan rumah biasa.

Pilihan masyarakat dalam memiliki rumah dengan cara membeli secara tunai atau angsuran, dapat dilakukan melalui pasar properti. Terdapat dua jenis pasar dalam pasar properti perumahan yaitu pasar primer dan pasar sekunder. Pasar primer adalah pasar yang menyediakan rumah baru dimana untuk jenis ini dipasok oleh pengembang (*developer*) baik itu pengembang swasta maupun pengembang pemerintah. Pengembang swasta pada saat ini kebanyakan tergabung dalam organisasi *real estate* Indonesia (REI) sementara kepanjangan tangan pemerintah dalam hal pembangunan perumahan untuk masyarakat dilaksanakan oleh Perum Perumnas. Pasar sekunder adalah pasar yang menyediakan peralihan hak kepemilikan rumah telah pakai atau non baru. Pada saat ini pasar sekunder banyak dibantu oleh jasa para broker atau agen properti seperti ERA, Colliers, Jardin, Ray white, dan lain sebagainya.

Perumahan dan pemukiman merupakan kebutuhan dasar manusia dan mempunyai fungsi strategis dalam perannya sebagai pusat pendidikan keluarga, persemaian budaya dan peningkatan kualitas generasi yang akan datang serta merupakan pengejawantahan jati diri bangsa. Terwujudnya kesejahteraan masyarakat dan sumber daya manusia yang berkualitas dapat ditandai dengan

meningkatnya kualitas kehidupan yang layak huni. Selain berfungsi sebagai pelindung terhadap gangguan alam atau cuaca, rumah juga memiliki peran sosial budaya sebagai pusat pendidikan keluarga, persemaian budaya, nilai kehidupan, penyiapan generasi muda, dan sebagai manifestasi jati diri.

Persoalan perumahan dan permukiman di Indonesia sesungguhnya tidak terlepas dari dinamika yang berkembang dalam kehidupan masyarakat maupun kebijakan pemerintah yang ada. Penyusunan acuan untuk menangani perumahan dan permukiman telah dilakukan sejak Pelita V dalam bentuk kebijakan dan Strategi Nasional Perumahan (KSNP) namun penekanannya lebih kepada lingkup perumahan saja.

Awang Firdaus (1997) menjelaskan bahwa permintaan rumah dipengaruhi oleh faktor-faktor diantaranya adalah lokasi atau pertumbuhan penduduk, pendapatan, kemudahan pendanaan, fasilitas, dan sarana umum. Harga pasar rumah, selera konsumen serta peraturan perundang-undangan. Pengalaman di Indonesia selama 3 dekade terakhir menunjukkan adanya hubungan yang saling mempengaruhi antara suku bunga bank, angka penjualan rumah, dan laju pertumbuhan ekonomi (Pananggian, 2004) antara suku bunga bank, angka penjualan rumah didasari oleh beberapa penelitian permintaan rumah periode tahun 1977 sampai dengan 1995 dengan variasi harga, Produk Domestik Regional Bruto per kapita, jumlah rumah tahun sebelumnya, suku bungan, dan jumlah penduduk usia kawin. Hasilnya adalah variasi harga, PDRB per kapita, jumlah rumah tahun sebelumnya berpengaruh signifikan, sedangkan variasi suku bunga dan jumlah penduduk usia kawin tidak berpengaruh signifikan.

Rumah merupakan salah satu bagian terpenting dalam kehidupan masyarakat. Oleh sebab itu pemerintah akan selalu mengusahakan dalam tingkat kehidupan setiap orang dengan memperhatikan selera dan kemampuan yang ada (Tito Soetalaksana, 2000:8)

Menurut Departemen Permukiman dan Tata Ruang (Kimtaru : 2004) bahwa kebutuhan akan perumahan pada dasarnya dapat dibagi atas dua hal pokok, yaitu :

1. Kebutuhan rumah berdasarkan tren (kecenderungan) pertumbuhan penduduk secara alamiah.
2. Kebutuhan dan penyediaan rumah berdasarkan atas banyaknya rumah layak huni.

Dari dasar poin pertama diatas sesuai dengan kebutuhan rumah berdasarkan tren banyak pengembang properti perumahan yang menawarkan perumahan dengan tipe *Cluster*. Seiring dengan gaya hidup atau *lifestyle* masyarakat modern yang dinamis lebih cenderung membutuhkan rumah dengan berbagai fasilitas seperti sarana olahraga (*club house*), keamanan, rekreasi di dalam satu kawasan dengan sistem satu pintu akses keluar masuk atau disebut juga *cluster*.

Kota Semarang merupakan salah satu pusat pertumbuhan ekonomi dengan laju pertumbuhan penduduk yang cukup tinggi di Indonesia. Pertambahan penduduk yang terjadi baik secara alamiah maupun melalui proses urbanisasi menyebabkan pertumbuhan pada permintaan rumah tinggal. Hal ini mendorong

pertumbuhan pembangunan perumahan perumahan di Kota Semarang baik rumah sederhana, rumah tipe menengah hingga perumahan mewah.

Melihat pembangunan perumahan di Kota Semarang , ibu kota Propinsi Jawa Tengah, cukup mengasyikkan. Ada yang dibangun di bukit, di lereng, dan di lembah sehingga untuk mencapainya harus mendaki atau menuruni jalan dengan kemiringan cukup curam, meskipun tidak sedikit yang dikembangkan di lahan datar.

Perumahan di Kota Semarang secara geografis terbagi dua: di Semarang Bawah dan Semarang Atas. Perumahan di Semarang Bawah seluruhnya dikembangkan di lahan datar. Di sisi timur, tepatnya di sekitar Jl Majapahit, ada Gardenia Plamongan Indah, Graha Wahid, Kampong Semawis, dan Tamansari Majapahit. Di sisi barat ada Graha Padma di Jl Siliwangi, Semarang Indah di Jl Madukoro Raya, dan Puri Marina di kawasan Puri Anjasmoro. Semua membidik pasar menengah dan menengah atas.

Berikut ini adalah daftar perumahan di Kota Semarang adalah sebagai berikut :

Tabel 1.1
Daftar Perumahan di Kota Semarang

No.	PENGEMBANG	PROYEK PERUMAHAN
1	PT. Aji Saka	Alam Rawa Asri
2	PT. Adhi Karya	Beringin Indah
3	PT. Bukit Kencana Jaya	Bukit Kencana Jaya
4	PT. Pembangunan Perumahan	Bukit Kencana Jaya
5	PT. Aji Saka Wirya	Bukit Sekaran
6	PT. Karyadeka Alam Lestari	Bukit Semarang Baru
7	PT. Cipta Asri Griya	Bumi Tlogosari
8	PT. Singotoro Galangasri	Candi Asri
9	PT. Karya Utama Bara	Durenan Indah
10	PT. Taruna Gaha Persada	Duta Bukit Mas
11	PT. Dasa Wilis Raya	Graha Estetika
12	PT. Graha Mukti Utama	Graha Mukti
13	PT. Graha Padma Internusa	Graha Padma
14	PT. Mulya Jati Mandiri	Griya Bangun Persada
15	PT. Dian Insan Sarana Cipta	Griya Beringin Asri
16	PT. Eka Griya Lestari	Griya Lestari
17	PT. Properindo Griya Pelangi	PT. Griya Pelangi Sejahtera
18	PT. Jasamas Graha Utama	IKIP Semarang
19	PT. Puri Gajah Perkasa Mas	Jati Raya Indah
20	PT. Mega Prima Kencana	Kandri Asri
21	PT. Kartika Griya Satama	Kartika Asri
22	PT. Mega Realtyndu Indah	KORPRI
23	PT. Catur Budi Megajarya	Koveri Mega Permai
24	PT. Makmur Jaya Utama	Makmur Jaya
25	PT. Narus Raya	Mendut Permai
26	PT. Muara Panca Utama	Payung Mas
27	PT. Kini Jaya Indah	Plamongan Indah
28	PT. Srdondol Indah	Pondok Bukit Agung
29	PT. Indo Perkasa Usahatama	Pondok Bukit Permata
30	PT. Tri Putra Manunggal	Pondok Kesehatan
31	PT. Prima Grahawidya Adicipta	Prima Indah
32	PT. Puri Sakti Perkasa	Puri Anjasmoro
33	PT. Wahyu Multi Prakosa	Puri Asri Perdana
34	PT. Mega Realtyndu Prakosa	Puri Dinar Mas
35	PT. Griya Utama Kelud Sakti	Puri Gedawang Indah
36	PT. Puri Sakti Perkasa	Puri Anjasmoro
37	PT. Wahyu Multi Prakosa	Puri Asri Perdana
38	PT. Mega Realtyndu Indah	Puri Dinar Mas
39	PT. Jagad Pranata Jaya	Sendang Asri
40	PT. Hasana Damai Putra	Srdondol Bumi Indah
41	PT. Kekancan Mukti	Taman Bukit Asri
42	PT. Bukit Manyaran Permai	Taman Bukit Hijau
43	PT. Kekancan Mukti	Taman Majapahit Estate
44	PT. Karya Alvita Nawatama	Taman Setiabudi
45	PT. Meta Alvita	Taman Setiabudi
46	PT. Tanah Mas	Tanah Mas RE
47	PT. Kartika Griya Satama	TWP TNI AD Asabri
48	PT. Duta Griya Lestari	Villa Bukit Mas
49	PT. Mitra Cipta Sejati	Villa Aster II
50	PT. Sindur Grahatama	Villa Ngaliyan Permai
51	PT. Meta Alvita	Watugong Indah
52	PT. Dian Insan Sarana Cipta	Gedawang
53	PT. Bukit Regency	Bukit Regency Baru
54	PT. Wika Reality	Tamansari Majapahit

Sumber : Dinas Tata Ruang dan Permukiman Provinsi Jawa Tengah

Pemilihan Perumahan Tamansari Majapahit Semarang sebagai objek penelitian didasarkan karena perumahan tersebut berkonsep *cluster* atau *one gate system* dan didasari fenomena menarik karena pembangunan perumahan Tamansari Majapahit membidik segmen konsumen menengah keatas di kawasan Semarang bagian Timur. Pengembang PT Wika Reality sendiri memberikan konsep berbeda dalam menawarkan produk perumahan dimana di konsep cluster tersebut di lengkapi dengan fasilitas taman yang luas dan kolam renang yang nyaman. Meskipun harga yang ditawarkan relatif mahal tetapi tingkat hunian tergolong bagus dilihat dari pengembangan perumahan berkonsep *cluster* di Tamansari Majapahit sendiri yang sudah berjalan 2 tahap yaitu cluster amarta dan indraprasta, serta pengembang sendiri sudah membangun konsep *cluster* serupa di daerah Sambiroto dengan nama The Hill Tamansari.

Oleh karena alasan tersebut maka saya mengajukan skripsi dengan judul
“ **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN PERUMAHAN TIPE CLUSTER DI KOTA SEMARANG (STUDI KASUS TAMANSARI MAJAPAHIT).**”

1.2 Rumusan Masalah

Terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan masyarakat di balik naik turunnya akan permintaan rumah. Karsidi (2002) menjelaskan bahwa faktor penyebab dari permasalahan adalah faktor sisi permintaan (*demand side factor*). Keinginan permintaan untuk memiliki rumah dibatasi oleh tingkat penghasilan serta biaya membangun rumah. Tingkat penghasilan, gaya hidup dan kesibukan

masyarakat mengakibatkan orang memilih perumahan *cluster* sebagai tempat tinggal, Oleh karena adanya permasalahan dari sisi permintaan (*demand side factor*) tersebut maka perlu diadakan suatu penelitian untuk mengidentifikasi factor-faktor apa saja yang berpengaruh dalam permintaan perumahan khususnya perumahan tipe *cluster* dalam hal ini perumahan Tamansari Majapahit Semarang.

Berdasarkan uraian di atas, untuk menganalisisnya diperlukan beberapa pertanyaan penelitian (*research question*) yang akan dijawab dalam penelitian ini, yaitu :

1. Seberapa besar pengaruh pendapatan keluarga terhadap permintaan perumahan tipe *cluster* di kota Semarang.
2. Seberapa besar pengaruh kelengkapan fasilitas perumahan terhadap permintaan perumahan tipe *cluster* di kota Semarang
3. Seberapa besar pengaruh faktor lingkungan perumahan terhadap permintan perumahan tipe *cluster* di kota Semarang.
4. Seberapa besar pengaruh faktor lokasi terhadap permintaan perumahan tipe cluster di kota Semarang.
5. Seberapa besar pengaruh harga perumahan Tamansari Majapahit yang ditawarkan terhadap permintaan perumahan tipe *cluster* di kota Semarang.
6. Seberapa besar pengaruh harga substitusi terhadap permintaan perumahan tipe *cluster* di kota Semarang.

1.3 Tujuan dan Kegunaan penelitian

1.3.1 Tujuan penelitian

Penelitian ini mempunyai tujuan yang hendak dicapai sebagai berikut:

1. Menganalisis dan mengetahui seberapa besar pengaruh pendapatan terhadap permintaan perumahan di perumahan Tamansari Majapahit Semarang.
2. Menganalisis dan mengetahui seberapa besar pengaruh harga terhadap permintaan perumahan di perumahan Tamansari Majapahit Semarang
3. Menganalisis dan mengetahui seberapa besar pengaruh fasilitas terhadap permintaan perumahan di perumahan Tamansari Majapahit Semarang
4. Menganalisis dan mengetahui seberapa besar pengaruh lokasi perumahan terhadap permintaan di perumahan Tamansari Majapahit Semarang.
5. Menganalisis dan mengetahui seberapa besar pengaruh lingkungan terhadap permintaan di perumahan Tamansari Majapahit Semarang.
6. Menganalisis dan mengetahui seberapa besar pengaruh harga substitusi terhadap permintaan di perumahan Tamansari Majapahit Semarang.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dipergunakan dan memberi manfaat sebagai berikut :

1. Memberikan gambaran dan penjelasan kepada calon pembeli rumah mengenai hal-hal yang perlu dipertimbangkan dan diperhatikan dalam memutuskan membeli rumah.
2. Penelitian ini diharapkan dapat memperluas khasanah ilmu dan dapat digunakan sebagai acuan bagi peneliti lain yang melakukan penelitian serupa.
3. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi pengembang dalam meningkatkan mutu dan kualitas perumahan terutama di perumahan Tamansari Majapahit Semarang.

1.4.1 Sistematika penulisan

Untuk kejelasan dan ketepatan arah pembahasan dalam skripsi ini maka dibutuhkan sistematika berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Berisi latar belakang masalah yang diteliti yang dilanjutkan dengan perumusan masalah. Selain itu juga dijabarkan tujuan dan kegunaan penelitian yang perlu disampaikan sehingga penelitian ini selalu terarah dengan benar yang diperlihatkan melalui sistematika penulisan yang tepat sesuai dengan tujuan penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Berisi tentang teori-teori dan penelitian terdahulu yang melandasi penelitian ini. Dalam landasan teori dijabarkan teori-teori yang

mendukung perumusan hipotesis dan dalam analisis teori hipotesis selanjutnya

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan mengenai variabel- variabel yang digunakan dalam penelitian, metode pengumpulan data, dan jenis data yang digunakan. Selain itu juga dijelaskan mengenai bagaimana cara menganalisa data tersebut untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam Bab ini akan diuraikan tentang gambaran umum objek penelitian, gambaran singkat responden, analisis data yang diperoleh dari hasil pengolahan secara statistik dengan menggunakan SPSS.

BAB V PENUTUP

Merupakan bagian kesimpulan melalui pengujian secara singkat yang telah diperoleh dari pembahasan yang telah disesuaikan dengan permasalahan, tujuan dan hipotesis.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori dan Penelitian Terdahulu

2.1.1 Landasan Teori

2.1.1.1 Teori Permintaan

Menurut Sadono Sukirno (2005) permintaan adalah keinginan konsumen membeli suatu barang pada berbagai tingkat harga tertentu selama periode waktu tertentu. Fungsi permintaan seorang konsumen akan suatu barang dapat dirumuskan sebagai :

$$D_x = f (Y, P_y, T, u) \dots\dots\dots (2.1)$$

Dimana : D_x = Jumlah barang yang diminta

Y = Pendapatan Konsumen

P_y = Harga Barang Lain

T = Selera

U = Faktor-faktor Lainnya

Persamaan tersebut berarti jumlah barang X yang diminta dipengaruhi oleh harga barang X, pendapatan konsumen, harga barang lain, selera dan faktor-faktor lainnya. Dimana D_x adalah jumlah barang X yang diminta konsumen, Y adalah pendapatan konsumen, P_y adalah harga barang selain X, T adalah selera konsumen dan U adalah Faktor-faktor lainnya. Dalam kenyataannya permintaan

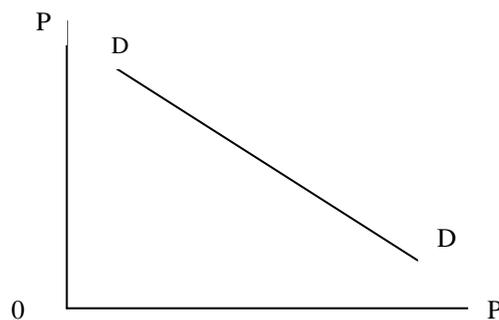
akan suatu barang tidak hanya dipengaruhi oleh harga barang itu sendiri namun juga oleh faktor-faktor lain.

2.1.1.2 Kurva Permintaan

Jika dimisalkan permintaan seseorang hanya dipengaruhi oleh harga barang itu sendiri, maka setiap perubahan harga barang tersebut akan mempengaruhi keputusan konsumen untuk menentukan berapa jumlah yang akan dimintanya. Pada umumnya jika suatu barang naik maka jumlah barang yang diminta akan turun, begitu pula sebaliknya.

Kurva permintaan adalah kurva yang menghubungkan antara tingkat harga suatu barang dengan jumlah yang diminta atas barang tersebut, *ceteris paribus*. Hubungan antar harga suatu komoditi dengan jumlah yang diminta dapat dilihat dalam grafik permintaan di bawah ini (Suryawati, 2005: 12)

Gambar 2.1 Kurva permintaan individu



Seperti disebutkan di atas, kita harus dapat membedakan jumlah yang diminta dan permintaan. Perubahan harga akan mempengaruhi jumlah yang diminta, bukan permintaan. Sedangkan perubahan permintaan akan menyebabkan

kurva permintaan bergeser ke kanan dan ke kiri (Gambar 2.1). Pegeseran kurva permintaan berarti jumlah yang diminta akan berubah di setiap tingkat harga.

Kurva permintaan mempunyai *slope* yang menurun ke kanan (berslope negatif) yang berarti jika harga suatu barang naik (asumsi yang lain tetap- *ceteris paribus*) maka konsumen akan cenderung untuk menurunkan permintaannya atas barang tersebut, begitu pula sebaliknya dan hal ini disebut Hukum Permintaan. Suryawati (2005:13)

2.1.1.3 Permintaan Pasar

Permintaan pasar merupakan jumlah total suatu barang yang ingin dibeli oleh setiap konsumen pada setiap tingkat harga, atau dengan kata lain merupakan penjumlahan permintaan individual. Permintaan individual adalah jumlah suatu barang yang dibeli oleh konsumen pada setiap tingkat harga. Suryawati (2005 : 15)

$$\begin{aligned} \text{Permintaan Pasar} &= f (P_x, I_i) \\ &= f (P_x, I_a) + F_b (P_x, I_b) \\ &= \sum f_i (P_x, I_i) \dots \dots \dots (2.2) \end{aligned}$$

Dimana P_x adalah harga barang x , I_a adalah pendapatan konsumen A, I_b adalah pendapatan konsumen B.

2.1.1.4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan

Menurut Suryawati (2005 : 15), ada beberapa faktor yang menyebabkan mengapa suatu permintaan konsumen terhadap suatu barang berubah :

1. Harga barang itu berubah sedang faktor yang lain tetap

Perubahan ini hanya menyebabkan pergerakan di sepanjang kurva permintaan.

2. Salah satu atau lebih faktor-faktor lain berubah (tidak ada lagi *ceteris paribus*)

Perubahan ini menyebabkan terjadi pergeseran seluruh kurva permintaan.

Kenaikan permintaan akan menyebabkan kurva permintaan bergerak naik ke kanan. Sebaliknya jika permintaan turun maka kurva permintaan akan bergeser turun ke kiri. Adapun faktor-faktor pembentuk keadaan *ceteris paribus* adalah :

- a. Pendapatan

Bila pendapatan konsumen naik maka permintaan akan naik dan sebaliknya, Namun untuk kasus barang inferior peningkatan pendapatan justru akan mengurangi permintaan suatu barang.

- b. Jumlah konsumen di pasar

Peningkatan konsumen akan meningkatkan permintaan suatu barang di pasar.

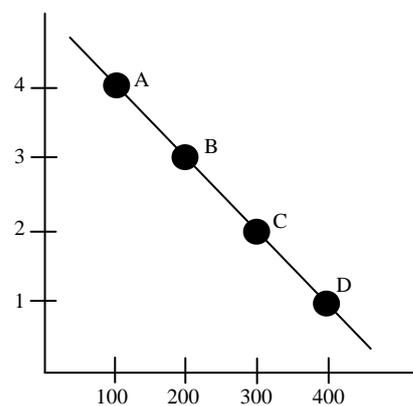
- c. Selera atau preferensi konsumen

Bila selera konsumen terhadap suatu barang naik, maka kurva permintaan akan bergeser ke kanan, yang berarti di setiap tingkat harga konsumen akan menambah konsumsinya.

Harga barang lain yang terkait, yaitu :

- Jika Barang lain yang merupakan barang substitusi. Jika harga barang substitusi, misal harga gandum turun, maka permintaan beras menurun (kurva permintaan bergeser ke kiri)
- Jika barang lain merupakan barang komplementer. Misal, jika harga gula naik, maka permintaan kopi akan turun (kurva permintaan bergeser ke kiri)

Gambar 2.2 Kurva permintaan pasar



Sumber: Roger Le Roy Miller & Roger E

Meiners Intermediate Economics Theory, 1986.

2.1.1.5 Elastisitas Permintaan

Elastisitas merupakan suatu hubungan kuantitatif antar variabel-variabel, misal antara jumlah yang diminta dengan harga barang tersebut. Sesuai dengan hukum permintaan komoditi tersebut. Besar perubahan permintaan akibat perubahan harga tersebut akan berbeda dari satu keadaan ke keadaan lain. Secara teori ekonomi dikenal istilah elastisitas harga permintaan (*price elasticity of demand*) sebagai suatu konsep yang menghubungkan perubahan kuantitas

pembelian/ permintaan optimal atas suatu komoditi dengan perubahan harga relatifnya (Miller dan Meiner, 2000,111)

Menurut Sukirno (2003, 102) pengukuran elastisitas permintaan sangat bermanfaat bagi pihak swasta dan pemerintah. Bagi pihak swasta pengukuran elastisitas permintaan dapat digunakan sebagai landasan untuk menyusun kebijakan perekonomian yang akan dilaksanakannya seperti misalnya kebijakan impor komoditi yang akan mempengaruhi harga yang ditanggung rakyatnya.

Pengukuran elastisitas permintaan kerap dinyatakan dalam ukuran koefisien elastisitas permintaan. Koefisien permintaan merupakan ukuran perbandingan persentase perubahan harga atas barang tersebut (Sukirno, 2003,104). Koefisien elastisitas permintaan dapat di rumuskan sebagai berikut.:

1. Elastis

Barang dikatakan elastis sempurna bila kurva permintaan mempunyai koefisien elastisitas lebih besar daripada satu. Hal ini terjadi bila jumlah barang yang diminta lebih besar daripada persentase perubahan harga barang tersebut.

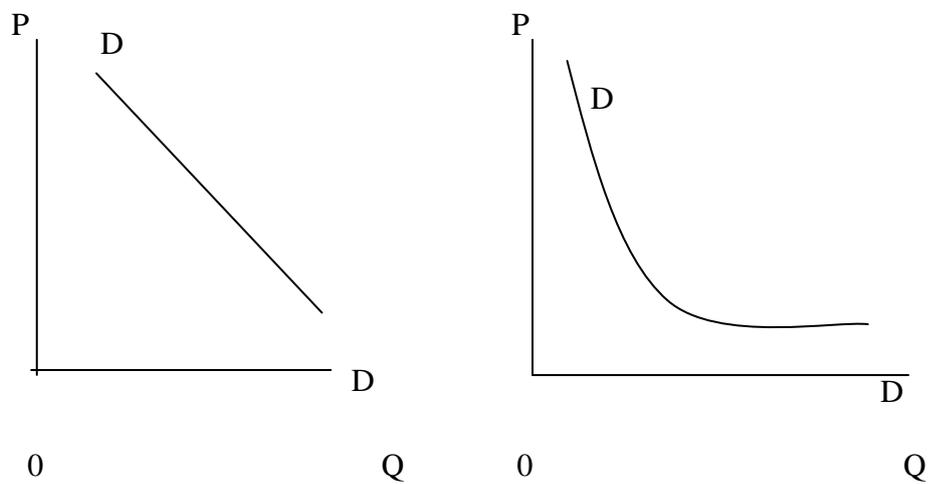
2. Elastisitas Uniter

Barang dikatakan elastis uniter bila kurva permintaan mempunyai koefisien elastisitas sebesar satu. Persentase perubahan harga direspon proporsional terhadap persentase jumlah barang yang diminta.

3. Tidak elastis

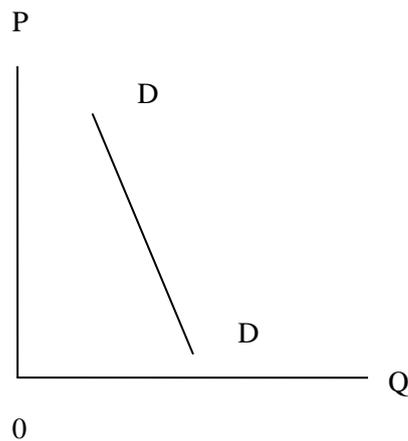
Barang dikatakan tidak elastis bila persentase perubahan jumlah yang diminta lebih kecil daripada persentase perubahan harga sehingga koefisien elastisitas permintaannya antara nol dan satu.

Gambar 2.3 Jenis- jenis Elastisitas Permintaan



1. Elastis $E > 1$

2. Elastis Uniter $E = 1$



3. Tidak Elastis $E < 1$

Menurut Sukirno (2003, 111) terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi elastisitas permintaan suatu barang, yaitu :

1. Tingkat kemampuan barang – barang lain untuk menggantikan barang yang bersangkutan. Apabila suatu barang mempunyai banyak barang pengganti (barang substitusi), permintaan atas barang tersebut cenderung akan bersifat elastis. Perubahan harga yang kecil akan beralih ke barang lain sebagai penggantinya. Untuk barang yang tidak memiliki barang pengganti, permintaan atas barang tersebut barang yang tidak memiliki barang pengganti, permintaan atas barang tersebut bersifat tidak elastis. Karena konsumen sukar memperoleh barang pengganti apabila harga barang tersebut naik permintaan tidak banyak berkurang.
2. Persentase pendapatan yang akan dibelanjakan untuk membeli barang tersebut. Besar bagian pendapatan yang digunakan untuk membeli suatu barang dapat mempengaruhi elastisitas permintaan terhadap barang tersebut. Semakin besar bagian pendapatan yang diperlukan elastisitas permintaan terhadap barang tersebut. Semakin besar bagian pendapatan yang diperlukan untuk membeli suatu barang, maka permintaan barang tersebut akan semakin elastis.
3. Jangka waktu pengamatan atas permintaan
Semakin lama jangka waktu permintaan dianalisis, permintaan atas barang tersebut semakin elastis. Jangka waktu yang singkat permintaan tidak bersifat elastis karena perubahan pasar belum diketahui oleh konsumen.

Dalam jangka waktu lebih lama konsumen akan mencari barang alternatif untuk menggantikan barang yang mengalami kenaikan harga.

2.1.1.6 Faktor Permintaan Lahan

Wolcott (1987) menyatakan bahwa barang dan jasa dikatakan mempunyai nilai bagi seseorang apabila barang dan jasa tersebut memiliki karakteristik sebagai berikut (Rifat : 2004)

1. Kegunaan (*utility*), artinya memiliki kemampuan untuk memberikan kepuasan bagi keinginan dan kebutuhan manusia. Kegunaan suatu properti tergantung pada karakteristiknya, seperti lokasi, aksesibilitas, ukuran, disain dan bentuk lain dari kegunaan yang berpengaruh pada nilai properti.
2. Tersedia secara terbatas (*scarcity*), artinya ketersediaan/ penawaran suatu komoditas relatif terhadap permintaannya. Kelangkaan tanah terkait dengan kegunaan dan kemampuannya dalam memberikan kepuasan.
3. Hasrat atau keinginan (*desire*), adalah harapan pembeli terhadap suatu komoditas untuk dapat memuaskan kebutuhan hidupnya atau keinginan individunya.
4. Daya beli efektif (*effective purchasing power*), adalah kemampuan seseorang secara individu atau kelompok untuk berpartisipasi di pasar untuk memperoleh suatu komoditas di tukar dengan sejumlah uang tertentu atau barang lain yang setara nilainya.

Interaksi faktor-faktor tersebut di atas menciptakan nilai yang tercermin dalam prinsip ekonomi permintaan dan penawaran. Permintaan suatu komoditas tercipta karena komoditas tersebut memiliki kegunaan dan keterbatasan di pasar. Permintaan juga dipengaruhi oleh keinginan untuk memuaskan kebutuhan tetap dibatasi oleh kemampuan oleh kegunaan dan keterbatasan di pasar. Suatu komoditas akan tersedia di pasar apabila dapat memberikan kepuasan kepada pembelinya. Apabila daya beli masyarakat menurun maka penawaran suatu komoditas akan meningkat pula.

Wolcot (1987) juga menyebutkan bahwa nilai suatu property seperti tanah dipengaruhi bahwa nilai suatu properti seperti tanah, dipengaruhi oleh faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi suatu kegiatan manusia. Faktor-faktor yang mempengaruhi nilai tanah adalah :

1. Faktor sosial, ditunjukkan dengan karakteristik penduduk yang meliputi jumlah penduduk, jumlah keluarga, tingkat pendidikan, tingkat kejahatan dan lain- lain. Faktor ini membentuk pola penggunaan tanah pada suatu wilayah.
2. Faktor ekonomi, ditunjukkan dalam hubungan permintaan dan penawaran dengan kemampuan ekonomi suatu masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya. Variasi permintaan meliputi jumlah tenaga kerja, tingkat upah, tingkat pendapatan, dan daya beli, suku bunga dan biaya transaksi. Variabel penawaran meliputi jumlah tanah yang tersedia, biaya perijinan, pajak, dan biaya overhead lainnya.

3. Faktor- faktor pemerintah, kebijakan pemerintah baik di bidang politik maupun hukum akan mempengaruhi nilai tanah, misalnya fasilitas keamanan, kesehatan, pendidikan, jaringan transportasi, peraturan perpajakan dan lain-lain.
4. Faktor lingkungan mempengaruhi nilai tanah meliputi kondisi internal, yaitu lokasi, ukuran, topografi, jenis tanah, dimensi. Kondisi eksternal / meliputi keasaan lingkungan sekitar lokasi tersebut seperti keberadaan laut atau pelabuhan, sungai, gunung dan jaringan transportasi yang mempengaruhi kemudahan atau aksesibilitas ke lokasi tanah.

2.1.1.7 Permintaan Perumahan

Permintaan perumahan memainkan peranan penting dalam mempengaruhi nilai pasar properti jenis perumahan. Hal ini di karenakan penawaran tanah untuk pembangunan terbatas dari segi keluasaan akan tetap dari segi permintaan selalu berubah dan bertambah.

Awang Firdaos (Valuestate, 1997 : 14) menjelaskan bahwa permintaan konsumen terhadap perumahan dipengaruhi oleh faktor – faktor sebagai berikut :

1. Lokasi

Keberadaan lokasi perumahan, apakah dipusat di pinggir kota sangat mempengaruhi minat konsumen dalam membeli rumah. Semakin strategis letak perumahan tersebut berarti semakin baik dan memiliki tingkat permintaan yang semakin tinggi. Faktor-faktor ekonomi dari keberadaan lokasi perumahan juga menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih

rumah yang dikehendakinya. Jarak menuju tempat kerja, tempat hiburan, dan fasilitas umum sebagai motif efisiensi waktu dan biaya transportasi merupakan faktor ekonomi yang menjadi pertimbangan konsumen di dalam memilih lokasi rumah yang dimaksud.

2. Pertambahan penduduk

Dengan alasan bahwa setiap orang memerlukan tempat tinggal sebagai tempat berlindung, maka setiap pertambahan penduduk baik secara alami maupun non alami (karena urbanisasi) akan meningkatkan permintaan akan rumah.

3. Pendapatan Konsumen

Kesanggupan seseorang di dalam memiliki rumah sangat dipengaruhi pendapatan yang diperolehnya. Apabila pendapatan seseorang meningkat dan kondisi perekonomian tidak terjadi resesi dan inflasi, kecenderungan untuk memiliki rumah akan meningkat baik secara kualitas maupun kuantitas.

4. Kemudahan Mendapatkan Pinjaman

Pada pasar properti perumahan, permintaan perumahan dipengaruhi juga oleh kebijakan pemerintah dan institusi keuangan seperti perbankan. Karakteristik pasar properti yaitu membutuhkan dana besar, menyebabkan konsumen sangat tergantung pada kemudahan pendanaan. Kemudahan pendanaan ini dapat berupa fasilitas kredit pinjaman, penurunan tingkat suku bunga pinjaman, dan jangka waktu pelunasan pinjaman. Apabila kemudahan tersebut dapat diperoleh konsumen, dipercaya permintaan

akan rumah oleh konsumen akan bertambah. Sebaliknya jika syarat mendapatkan pinjaman sangat ketat, atau suku bunga pinjaman yang tinggi akan menurunkan permintaan rumah oleh masyarakat.

5. Fasilitas dan Sarana Umum

Fasilitas disini meliputi fasilitas umum dan fasilitas sosial, diantaranya infrastruktur, sarana pendidikan, kesehatan, keagamaan, sarana transportasi, dan lain-lain. Keberadaan fasilitas tersebut membangun serta menarik minat investor yang selanjutnya akan meningkatkan permintaan akan rumah di kawasan tersebut.

6. Harga Pasar Rumah

Seperti dalam hal teori permintaan dan penawaran, semakin tinggi harga barang akan mengakibatkan penurunan permintaan akan barang yang dimaksud. Apabila harga rumah menengah naik, sementara kecenderungan memiliki rumah dengan tingkat harga tersebut akan berkurang dan permintaan akan beralih ke rumah dengan harga yang lebih rendah.

7. Undang-undang

Peraturan tentang jenis hak penggunaan lahan/tanah yang membatasi hak atas tanah tersebut turut menjadi faktor yang mempengaruhi permintaan konsumen akan rumah. Demikian juga dengan peraturan lain seperti peraturan perpajakan (PBB dan BPHTB) turut menjadi faktor yang menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli rumah.

2.1.2 Definisi Perumahan

Ada beberapa pengertian mengenai rumah dan perumahan. Menurut *The Dictioonary of Real Estate Appraisal* (2002:313) pengertian properti perumahan adalah tanah kosong atau sebidang tanah yang dikembangkan, digunakan atau disediakan untuk tempat kediaman, seperti *single family houses*, apartemen, rumah susun.

Berdasarkan Undang-Undang No 4 Tahun 1992 tentang Perumahan dan Permukiman.

- a. Rumah adalah bangunan yang berfungsi sebagai tempat tinggal atau hunian dan sarana pembinaan keluarga.
- b. Perumahan adalah kelompok rumah yang berfungsi sebagai lingkungan tempat tinggal atau lingkungan hunian yang dilengkapi dengan prasarana dan sarana lingkungan
- c. Permukiman adalah bagian dari lingkungan hidup di luar kawasan lindung, baik yang berupa kawasan perkotaan maupun perdesaan yang berfungsi sebagai lingkungan tempat tinggal atau lingkungan unian dan tempat kegiatan yang mendukung perikehidupan dan penghidupan.

Menurut *American Institute Of Real Estate Appraisal* (2001), residential property dibagi menjadi *single family residential* dan *multifamily residential*.

Menurut Abd. Rahman (1992: 170) properti perumahan bisa dikategorikan kepada beberapa jenis, yaitu :

1. Rumah tinggal, dapat dibedakan menjadi rumah elit, rumah menengah, rumah sederhana dan rumah murah.

2. Flat, dapat dibedakan menjadi rumah susun, apartemen, dan kondominium.

Menurut Harvey (1989), rumah memiliki 2 arti penting, yaitu :

1. Rumah sebagai kata benda, menunjukkan bahwa tempat tinggal (rumah dan tanah) sebagai suatu komoditi.
2. Rumah sebagai kata kerja, menunjukkan suatu proses dan aktivitas manusia yang terjadi dalam pembangunan, pengembangan maupun sampai proses penghuninya.

Menurut SKB Menteri Dalam Negeri, Menteri PU, Menteri Perumahan Rakyat tahun 1992 Properti perumahan dapat dikategorikan menjadi beberapa jenis, yaitu :

1. Rumah sederhana adalah rumah yang dibangun di atas tanah dengan luas kaveling antara 54 m² sampai 200 m² dan biaya pembangunan per m² tidak melebihi dari harga satuan per m² tertinggi untuk pembangunan perumahan dinas pemerintahan kelas C yang berlaku.
2. Rumah menengah adalah rumah yang dibangun di atas tanah dengan luas kaveling antara 200 m² sampai 600 m² dan/atau biaya pembangunan per m² antara harga satuan per m² tertinggi untuk pembangunan perumahan dinas pemerintah kelas C sampai A yang berlaku.
3. Rumah mewah adalah rumah yang dibangun di atas tanah dengan luas kaveling antara 600 m² sampai dengan 2000 m² dan/ atau biaya pembangunan per m² di atas harga satuan per m² tertinggi untuk pembangunan perumahan dinas kelas A yang berlaku.

Harga satuan per m² tertinggi untuk pembangunan rumah dinas pemerintah adalah harga satuan per m² tertinggi yang tercantum dalam Pedoman Harga Satuan per m² tertinggi untuk pembangunan gedung pemerintahan dari rumah dinas yang secara berkala ditetapkan oleh departemen Pekerjaan Umum dan Direktorat Jenderal Cipta Karya.

Menurut Burgess dalam Mulyo Hendarto (2002), penyebaran kru permukiman dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain :

1. Saingan (*Competition*)

Warga kota yang satu dengan yang lainnya saling bersaing mendapatkan perumahan sesuai dengan keinginannya. Keinginan untuk mendapatkan tempat yang baik tergantung kepada kemampuan ekonomi masing-masing. Jadi dengan demikian ada kemungkinan sukar diaturnya mengadakan kompleks perumahan apabila faktor ekonomi perorangan ini menjadi faktor penentu.

2. Hak Milik Pribadi (*Private Ownership*)

Tanah-tanah yang sudah dimiliki dan direncanakan untuk membangun rumahnya, tidak mudah dimiliki oleh pihak lain. Terlebih jika letaknya strategis. Pemilikan seperti ini menulkitkan adanya perencanaan tata kota.

3. Perbedaan Keinginan (*Differential Desirability*)

Penilaian ini berkaitan dengan masalah pribadi, masalah prestise, masalah sosial, dan lainnya.

4. Topografi

Secara langsung maupun tidak langsung topografi ini berpengaruh terhadap kedudukan dari suatu bangunan, sehingga dapat mempengaruhi harga tanah ataupun bangunan di tempat- tempat tertentu, daya tarik untuk mkemiliki atau menolak tempat tersebut.

5. Transportasi

Berpengaruh terhadap waktu dan biaya perjalanan dikaitan dengan ketersediaan dan kemampuan finansial, maka hal ini akan juga berpengaruh terhadap lokasi dan juga persebaran permukiman.

6. Struktur Asal (*Inertia of Early*)

Kota-kota dengan bangunan historis yang memiliki nilai budaya yang tinggi akan mempunyai kesulitan dalam rangka mengatur permukiman masa kini. Biasanya bangunan tersebut dipertahankan sebagai momentum bersejarah.

Selain faktor-faktor diatas yang dapat mempengaruhi lokasi permukiman ada pula satu faktor lain yang berpengaruh terhadap pergeseran lokasi permukiman, yaitu nilai tanah.

2.1.3 Karakteristik Perumahan

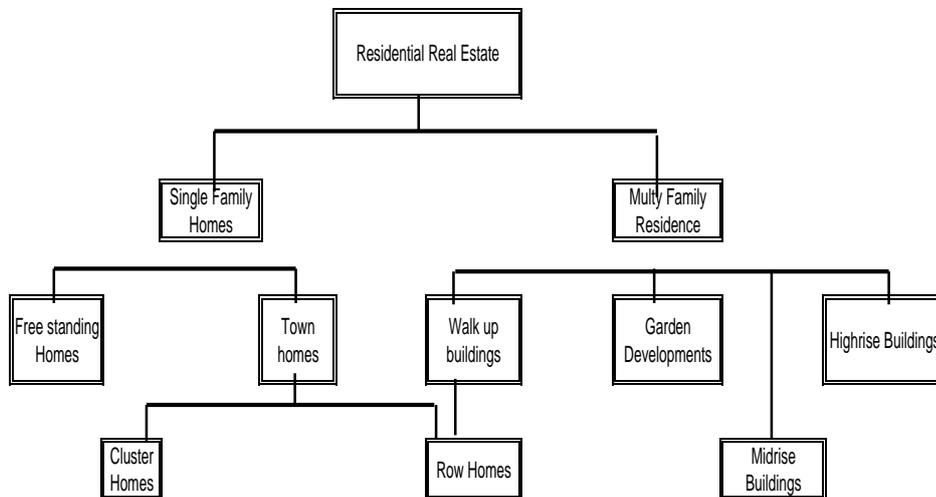
Menurut Mahfud Sidik (2000), karakteristik perumahan yang bersifat unik terutama menyangkut hal- hal sebagai berikut :

1. Lokasinya yang tetap dan hampir tidak mungkin dipindah
2. Pemanfaatannya dalam jangka panjang.

3. Bersifat heterogen secara multidimensional, terutama dalam lokasi, sumber daya alam dan preferensinya.
4. Secara fisik dapat dimodifikasi.

Menurut Robert C Kyle properti perumahan (*residential property*) dapat diklasifikasikan menjadi seperti gambar dibawah ini :

Gambar 2.4 Penggolongan Properti Perumahan



Menurut Mahfud Sidik (2000), karakteristik perumahan bersifat unik, terutama menyangkut hal- hal sebagai berikut :

1. Lokasinya yang tetap dan hampir tidak mungkin dipindah
2. Pemanfaatannya dalam jangka panjang
3. Bersifat heterogen secara multidimensional, terutama dalam lokasi, sumber daya alam, dan preferensinya.
4. Secara fisik dapat dimodifikasi

Secara Spasial lokasinya tetap berarti bahwa lokasi perumahan memiliki atribut yang khusus tidak saja menyangkut aspek fisik, tetapi juga aspek kenyamanan, strata sosial, akses pada fasilitas umum, pusat perbelanjaan dan kebutuhan sehari-hari lainnya. Jarak dengan tempat kerja, gaya hidup dan kebutuhan sehari-hari lainnya. Jarak dengan tempat kerja, gaya hidup dan kenyamanan lingkungan sekelilingnya dan tujuan lainnya.

Pemanfaatan rumah tinggal dalam jangka panjang adalah ciri umum dari bangunan perumahan. Pada umumnya penghuni rumah melakukan modifikasi bentuk, interior, eksterior, dan ruangan bangunan perumahan dari bentuk aslinya. Dari sisi pasar perumahan, di lokasi yang lain. Di lain pihak, modifikasi hunian yang banyak dilakukan oleh individu-individu di suatu lingkungan perumahan tertentu akan mempengaruhi kondisi pasar perumahan di lingkungan tersebut.

2.1.4 Teori Permukiman Kota

Permukiman merupakan usaha padat tanah (*land intensive*), dimana sekitar lima puluh persen tanah kota merupakan lahan untuk permukiman. Besarnya pengeluaran masyarakat untuk permukiman pada umumnya berkisar antara lima belas persen sampai dengan dua puluh persen dari penghasilannya (Sukanto, 2001: 73). Di negara dengan tingkat penghasilan warganya tinggi, elastisitas permintaan akan rumah relatif rendah, begitu pula sebaliknya.

Keinginan memiliki rumah dibatasi oleh tingkat penghasilan serta biaya pembangunan perumahan. Tingkat penghasilan rendah serta biaya pembangunan tinggi mengakibatkan orang tidak dapat membangun rumah yang memenuhi

syarat, meski kebutuhan permukiman merupakan kebutuhan primer. Kondisi ini akan menyebabkan munculnya rumah yang tidak memenuhi persyaratan kelayakan sebuah rumah (Sukanto, 2001: 77). Faktor penting dalam menganalisis permintaan pasar perumahan (Appraisal Institute, 2001: 273) antara lain :

1. Jumlah populasi pada area pasar
2. Tingkat pendapatan perkapita
3. Jenis pekerjaan dan tingkat pengangguran
4. Jumlah pemilik dan penyewa
5. Pertimbangan keuangan
6. Pola penggunaan tanah
7. Pertumbuhan dan Perkembangan kota
8. Faktor fisik lingkungan properti (seperti topografi, cuaca)
9. Struktur pajak daerah
10. Ketersediaan fasilitas pendukung dan jasa publik.

2.1.5 Teori Mobilitas Tempat Tinggal

Menurut teori mobilitas tempat tinggal yang dikemukakan Turner (Yunus, 2000: 29), terdapat perilaku yang berbeda pada masyarakat dalam menentukan pilihan tempat tinggal. Berdasarkan perilaku menentukan tempat tinggal tersebut terdapat tiga golongan strata sosial masyarakat, yaitu :

1. *Bridgeheaders*, golongan masyarakat ekonomi rendah yang cenderung memilih tempat tinggal dekat dengan tempat kerja untuk menekan biaya.

2. *Consolidator*, golongan dengan kemampuan ekonomi yang mulai mapan dan mencari lingkungan yang lebih nyaman.
3. Status atau *Seekers*, golongan dengan kemampuan ekonomi yang sangat kuat dan berusaha mendapatkan pengakuan terkait dengan status sosialnya.

Pada golongan masyarakat dengan keterbatasan ekonomi umumnya memilih untuk bertempat tinggal dekat dengan tempat kerjanya dengan maksud menghemat biaya transportasi. Masyarakat golongan ini biasanya adalah warga baru di kota tersebut yang masih belum memungkinkan untuk memiliki rumah sendiri. Pada golongan masyarakat yang telah mengalami peningkatan kesejahteraan mulai memikirkan untuk memiliki rumah sendiri di tempat lain dengan kondisi yang lebih baik, prioritas untuk dekat dengan tempat kerja. Pada golongan ini pilihan tempat tinggal diarahkan ke pinggiran yang menurut mereka menjanjikan kenyamanan dalam bertempat tinggal.

Pada masyarakat yang tingkat kesejahteraannya semakin meningkat, maka kemampuan ekonomi akan merubah perilaku masyarakat untuk mencapai suatu kondisi yang mengakibatkan statusnya diakui dalam strata sosial. Identitas pribadi menjadi prioritas yang sangat tinggi dalam kehidupannya, serta timbul keinginan untuk memiliki rumah modern.

2.1.6 Teori Lokasi Perumahan

Pemilihan dan penentuan lokasi untuk properti perumahan bagi setiap orang berbeda-beda sesuai dengan pertimbangan masing-masing individunya.

Beberapa ahli membuat kesimpulan mengenai pemilihan lokasi properti perumahan sebagai berikut (Harry W. Richardson, 1978: 280-281) :

1. *Filter Down Theory*

Teori ini muncul pada tahun 1920 oleh EW Burgess untuk menerangkan pola pemukiman di Chicago. Menurut EW. Burgess, perkembangan CBD yang pesat membuat pusat kota menjadi tidak menarik (tanah mahal, macet, polusi).

7. Hipotesis Tiebout (1956)

Tiebout mengemukakan bahwa seseorang memilih lokasi perumahan kota atau kabupaten yang pajaknya rendah atau pelayanan publiknya bagus.

8. *Trade off Model* oleh Alonso (1964) dan Solow (1972,1973)

Secara sederhana diartikan sebagai adanya trade off aksesibilitas terhadap ruang yang dipilih rumah tangga sebagai lokasi untuk properti perumahan. Model ini juga mengasumsikan bahwa kota melingkar dengan sebuah pusat tenaga kerja dan transportasi yang tersedia dimana-mana, semua lokasi dipertimbangkan secara homogen kecuali jarak ke pusat kota. Rumah tangga akan bersedia membayar lebih untuk properti dengan lokasi yang lebih dekat dengan CBD karena biaya commuting lebih rendah.

9. Ellis (1967)

Ellis menekankan pentingnya preferensi lingkungan dan karakteristik sekitar dalam memilih lokasi perumahan.

10. Senior dan Wilson (1974)

Senior dan Wilson menyatakan bahwa untuk beberapa rumah tangga, kemudahan pencapaian ke tempat kerja tidak berarti sama sekali.

11. Little (1974) dan Kirwan & Ball (1974)

Mereka meneliti mengenai implikasi dari keinginan sebagian besar keluarga- keluarga untuk hidup dengan tetangga yang homogen.

12. *Social Agglomeration Theory* (1985)

Dikemukakan bahwa orang memilih rumah dengan pertimbangan utama bahwa dia akan nyaman bersama dengan kelompok sosial tertentu dimana kelompok ini bisa terbentuk berdasarkan ras, pendapatan, usia, dan lain sebagainya, yang kemudian timbul segregasi.

Pilihan lokasi untuk rumah tinggal menggambarkan suatu usaha individu untuk menyeimbangkan dua pilihan yang bertentangan, yaitu kemudahan ke pusat kota dan luas tanah yang bisa diperoleh. Menurut Synder dan Anthony (1991: 153) ada beberapa kriteria yang harus diperhatikan dalam pemilihan lokasi perumahan:

1. Perwilayahan (*zoning*). Peraturan antara lain terkait dengan tipe dan ukuran bangunan, persyaratan ketinggian bangunan, garis sepadan bangunan.
2. Utilitas (*utilities*) Meliputi ketersediaan dan kondisi saluran pembuangan air hujan, sanitasi, pemasangan gas, listrik, dan telepon.
3. Faktor-faktor teknis (*technical factor*). Kondisi tanah, topografi, dan drainase, desain dan biaya.

4. Lokasi (*location*). Ketersediaan di pasar untuk penggunaan yang diusulkan, aksesibilitas, kondisi pesekitaran, dan kondisi lalu lintas.
5. Estetika (*eisthetics*). Meliputi pemandangan dan bentang alam yang ada.
6. Komunitas (*community*). Terutama terkait lingkungan termasuk di dalamnya kesehatan dan jasa-jasa yang diselenggarakan pemerintah.
7. Pelayanan kota (*city service*). Penyediaan pendidikan, layanan kesehatan, dan jasa-jasa yang diselenggarakan pemerintah.
8. Biaya (*cost*). Biaya dan keterjangkauan penyewa.

2.1.7 Konsep Kebutuhan, Keinginan, dan Permintaan

Kebutuhan manusia adalah keadaan merasa tidak memiliki kepuasan dasar. Kebutuhan ini tidak diciptakan oleh masyarakat, namun sudah ada terukir dalam hayati serta kondisi manusia. Sedangkan keinginan adalah hasrat akan pemuas tertentu dari kebutuhan tersebut. Bila seseorang berhasil dalam memuaskan suatu kebutuhan yang penting. Kebutuhan itu tidak lagi menjadi motivator, dia akan berusaha untuk memenuhi kebutuhan yang lebih rendah tingkat kepentingannya.

Permintaan adalah keinginan akan sesuatu produk yang didukung dengan kemampuan serta ketersediaan membelinya. Jadi, keinginan menjadi permintaan bila didukung oleh daya beli, Tingkatan kebutuhan manusia dapat dijabarkan dalam Gambar 2.5 sebagai berikut :

Gambar 2.5 Hirarki kebutuhan Maslow



Sumber: Kloter dan Susanto (1999:240)

2.1.8 Proses Pengambilan Keputusan Konsumen

Pengaruh lingkungan, perbedaan dan pengaruh individu, serta proses psikologis dapat membentuk dan mempengaruhi keputusan konsumen mencakup semua jenis perilaku pemenuhan kebutuhan dan jajaran luas dari faktor yang memotivasi dan mempengaruhinya. Secara sistematis model dasar dari proses keputusan konsumen beserta faktor yang mempengaruhi dan membentuk perilaku tersebut dapat dijelaskan dalam Gambar 2.6 sebagai berikut :

Gambar 2.6

Model perilaku pengambilan keputusan konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhinya



Sumber: Engel, et. Al (1994), hal 126

Secara umum keputusan konsumen mengambil bentuk dan mempunyai langkah- langkah sebagai berikut :

1. Pengenalan kebutuhan, yaitu konsumen mempresepsikan perbedaan antara keadaan yang diinginkan dengan kondisi aktual untuk membangkitkan dan mengaktifkan proses keputusan. Kebutuhan ini akan menjadi motivasi dalam membuat keputusan.
2. Pencarian informasi, yaitu konsumen mencari informasi yang disimpan dalam ingatan atau mendapatkan informasi yang relevan dari lingkungan.
3. Evaluasi alternatif, yaitu konsumen mengevaluasi pilihan terkait dengan manfaat yang diharapkan dan menyempitkan pilihan. Konsumen menggunakan informasi yang tersimpan dalam ingatan ditambah informasi yang didapat dari luar untuk membangun kriteria tertentu. Ini

membantu konsumen untuk mengevaluasi dan membandingkan alternatif tersebut.

4. Pembelian, yaitu konsumen memperoleh alternatif yang dipilih atau pengganti yang dapat diterima bila perlu. Konsumen dapat memutuskan apakah produk yang akan dibeli atau diputuskan untuk tidak dibeli sama sekali.
5. Hasil, yaitu perilaku konsumen setelah pembelian dimana konsumen mengevaluasi alternatif setelah pembelian. Bukan tidak lazim pembeli akan mengalami periode yang seketika dan sementara berupa penyesalan atau keraguan setelah keputusan pembelian. Hal ini dapat menimbulkan dampak apakah pembeli terpuaskan atau tidak.

2.2 Penelitian Terdahulu

Hidayat (1996) melakukan penelitian atas faktor – faktor yang dijadikan pertimbangan dalam membeli rumah di sekitar Jabodetabek dengan objek penelitian kepala keluarga. Hasil penelitian menunjukkan bahwa urutan yang dijadikan dasar konsumen dalam membeli rumah adalah : kondisi lingkungan, keamanan lingkungan, sarana belanja, sarana pelayanan kesehatan, sarana hiburan atau rekreasi, banyak saudara atau kerabat, dan kondisi lalu lintas.

Utama (1997) melakukan penelitian dengan tujuan untuk melihat apakah ada perbedaan urutan preferensi konsumen untuk pembelian rumah kali pertama, kedua, dan seterusnya. Dengan menggunakan sampel karyawan UGM, urutan preferensi konsumen dalam membeli rumah terhadap pilihan karakteristik properti

sebagai berikut : kenyamanan lingkungan, besarnya cicilan per bulan, besar uang muka, kondisi lalu lintas, tempat ibadah, transportasi umum, dekat dengan tempat kerja, dekat dengan rumah sakit, dekat dengan puskesmas, dekat dengan pasar, baru kemudian beberapa faktor lain.

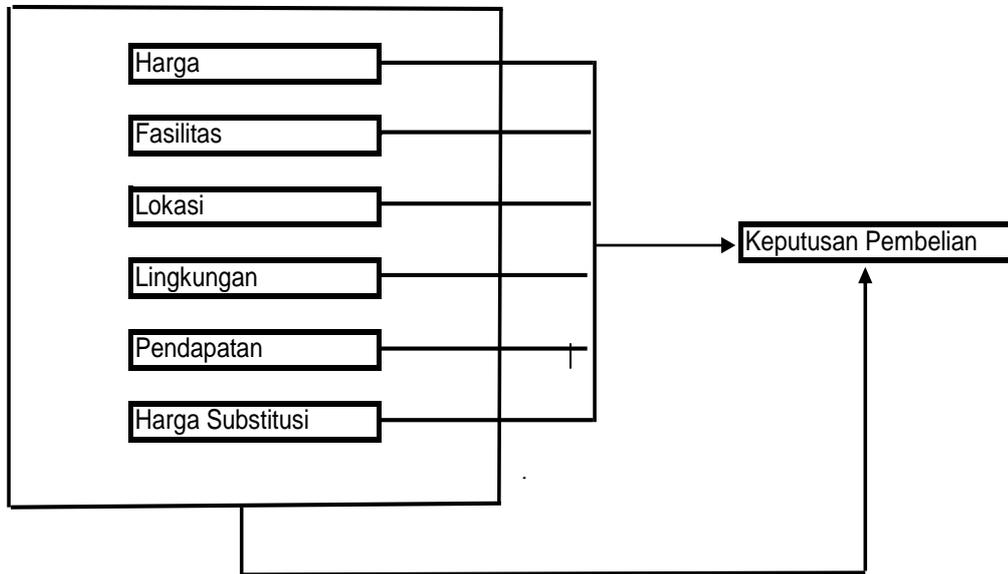
Sementara itu dalam penelitian keputusan pembelian rumah pada BLOK A di Perumahan Plamongan Indah Semarang yang dilakukan oleh Indriasti (2000) menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh lokasi, fasilitas, kualitas, dan harga terhadap keputusan pembelian rumah di Perumahan Plamongan Indah.

Dalam penelitian tentang preferensi konsumen dalam membeli rumah di Perumahan Candi Indah dan Puri Sewon Asri DIY yang dilakukan Heru (2005) dikemukakan bahwa keunggulan masing- masing kawasan dan fasilitas yang ditawarkan dijadikan faktor pertimbangan oleh konsumen. Kenyamanan adalah syarat utama sebuah rumah tinggal dan untuk seterusnya konsumen juga mempertimbangkan faktor internal, fasilitas, aksesibilitas dan faktor pendidikan.

2.3 Kerangka Pemikiran

Adapun kerangka pemikiran pada penelitian ini dapat dilihat pada skema berikut :

Gambar 2.7 Kerangka pemikiran teoritis



2.3.1 Pengaruh Harga Terhadap Permintaan Rumah

Sukirno (2003) menulis bahwa hukum permintaan pada hakikatnya merupakan hipotesis yang menyatakan bahwa makin rendah harga suatu barang maka makin banyak permintaan terhadap barang tersebut. Sebaliknya, makin tinggi harga suatu barang maka makin sedikit permintaan terhadap barang tersebut. Hubungan yang wujud merupakan hubungan terbalik, sehingga jika terdapat kenaikan harga, maka hal ini mengakibatkan permintaan rumah menurun. Hal yang serupa juga dikemukakan oleh Yuni Yoga Kinarso (1997) yang menyatakan hubungan antara harga rumah dengan permintaan rumah, dinyatakan bahwa harga rumah mempunyai pengaruh negatif terhadap permintaan rumah.

2.3.2 Pengaruh Kelengkapan Fasilitas Terhadap Permintaan Rumah

Dewasa ini banyak sekali jenis properti perumahan yang ditawarkan kepada masyarakat. Kalau dulu hanya mengenal Perumnas (Perumahan Umum Nasional) atau masyarakat hanya bisa membeli rumah berdasarkan kapling dan lokasi saja, tetapi seiring dengan perkembangan jaman dan kebutuhan masyarakat, Produsen mulai menawarkan keragaman tipe perumahan. Hal ini dilihat dengan keanekaragaman tipe – tipe perumahan yang ditawarkan. Ada yang menawarkan perumahan dengan fasilitas clubhouse, sarana olahraga, jogging track, arena bermain, waterboom sampai cluster dengan fasilitas pantai. Fenomena tersebut menginterpertrasikan bahwa masyarakat sudah jenuh dengan kehidupan yang statis dimana setiap hari selalu disibukan dengan kegiatan pekerjaan, kemacetan lalu lintas dan hiruk pikuk kota.

2.3.3 Pengaruh Lokasi Terhadap Permintaan Rumah

Salah satu faktor yang mempengaruhi pembeli untuk membeli perumahan adalah letak perumahan tersebut atau lokasi. Dengan kesibukan masyarakat dewasa ini tentu lokasi menjadi pertimbangan pembeli dalam membeli rumah. Akses jalan yang cepat dan mudah, dekat dengan pusat kota, transportasi mudah, bebas banjir adalah salah satu contoh mengapa lokasi perumahan penting.

2.3.4 Pengaruh Lingkungan Terhadap Permintaan Rumah

Untuk sebagian besar masyarakat, lingkungan memiliki peranan penting dalam menentukan keputusan terhadap pembelian perumahan. Apalagi untuk yang

memiliki keluarga baru, karena lingkungan akan membentuk karakter anak dan keluarga, kenyamanan dan keamanan juga mempengaruhi pembeli dalam menentukan pembelian rumah. Apalagi ditambah kesibukan masyarakat modern dengan pekerjaan, tentu untuk menghilangkan kejenuhan dan rutinitas hanya bisa diwujudkan dalam lingkungan perumahan, karena rumah adalah tempat untuk beristirahat sekaligus menghabiskan waktu bersama keluarga.

2.3.5 Pengaruh Pendapatan Terhadap Permintaan Rumah

Besar kecilnya pendapatan seseorang berpengaruh kepada kemampuan daya beli seseorang, termasuk dalam membeli rumah. Semakin tinggi pendapatan semakin beragam pula keinginan konsumen.

2.3.6 Pengaruh Harga Substitusi Terhadap Permintaan Rumah

Perilaku konsumen dalam membeli rumah pasti membandingkan dengan perumahan lain. Bagaimana fasilitas, lingkungan, lokasi, dan yang paling penting harganya. Apalagi sekarang pengembang menawarkan berbagai macam tipe perumahan, dengan berbagai macam fasilitas, dan hadiah.

Dalam Penelitian ini, cakupan wilayah bersifat khusus yaitu meneliti permintaan masyarakat atas rumah di PERUMAHAN TAMAN SARI SEMARANG, akan tetapi faktor- faktor umum (obyektif) yang berpengaruh lainnya seperti penambahan penduduk, PDRB perkapita, dan suku bunga KPR tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Penelitian ini hanya memfokuskan pada faktor- faktor khusus (*mikro*). Penelitian ini memfokuskan pada variabel mikro

yang sekiranya berpengaruh terhadap permintaan rumah di Perumahan Tamansari Majapahit Semarang. Variabel yang dimaksud adalah Lokasi, fasilitas, harga, pendapatan, dan harga barang substitusi.

2.4 Hipotesis

Berdasarkan teori dan permasalahan yang ada, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

1. Faktor persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian rumah pada perumahan tipe Cluster.
2. Faktor fasilitas berpengaruh terhadap keputusan pembelian rumah pada perumahan tipe Cluster.
3. Faktor lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian rumah pada perumahan tipe Cluster.
4. Faktor lingkungan berpengaruh terhadap keputusan pembelian rumah pada perumahan tipe Cluster.
5. Faktor pendapatan berpengaruh terhadap keputusan pembelian rumah pada perumahan tipe Cluster.
6. Faktor harga substitusi berpengaruh terhadap keputusan pembelian rumah pada perumahan tipe cluster.
7. Secara bersama- sama faktor persepsi harga, fasilitas, lokasi, pendapatan , lingkungan, dan harga barang substitusi berpengaruh terhadap keputusan pembelian rumah pada perumahan tipe Cluster.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Variabel terikat (*dependent variable*) adalah variabel yang menjadi perhatian utama dalam sebuah pengamatan. Pengamat akan dapat memprediksi ataupun menerangkan variabel dalam variabel terikat beserta perubahannya yang terjadi kemudian. Variable terikat beserta perubahannya yang terjadi kemudian. Variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian.

Sedangkan variabel bebas (*independent variable*) adalah variable dapat mempengaruhi perubahan dalam variabel terikat dan mempunyai hubungan bagi variabel terikat nantinya (Mudrajad, 2003 : 42). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah persepsi harga, fasilitas, lokasi, dan lingkungan.

Definisi operasional merupakan definisi yang didasarkan pada sifat-sifat hal yang di definisikan yang dapat diamati dan diukur. Definisi operasional dari variabel yang akan diteliti dalam pemerintahan ini akan diuraikan sebagai berikut:

1. Variabel Persepsi Harga

Penekanan terhadap harga sangat terkait dengan fungsi atau kegunaan yang dirasakan konsumen. Harga yang mahal bukan berarti dijauhi konsumen, tetapi dikatakan mahal jika konsumen tidak dapat memaksimalkan fungsi atau kegunaan produk tersebut. Mahal tidak lagi diukur dari nilai mata uang yang dikeluarkan konsumen, dengan kata lain sifat harga sangat paradoksial atau tidak tetap. Harga adalah suatu yang

dipersepsikan oleh konsumen, semakin baik persepsi konsumen terhadap harga produk menunjukkan adanya maksimalisasi fungsi atau kegunaan produk tersebut (Hermawan, 2002). Persepsi harga dapat dipandang dari kesesuaian antara pengorbanan yang dilakukan konsumen dengan nilai yang akan diterimanya setelah melakukan pembelian. Dari hal itulah konsumen akan mempersepsikan harga produk tersebut (Hermawan, 2002).

Dalam penelitian ini, indikator yang digunakan untuk menjelaskan variabel persepsi harga adalah :

- a. Kesesuaian/ keterjangkauan harga oleh segmentasi yang dituju
- b. Kesesuaian harga dengan manfaat yang diterima
- c. Kesesuaian harga dengan kualitas rumah yang diinginkan

Untuk mengukur jawaban responden, dalam penelitian ini dipakai skala likert (Sugiyono, 2004 : 86). Pada Skala persepsi harga ini, subjek diminta untuk memilih jawaban ST (Sangat Terjangkau), T (Terjangkau), CT (Cukup Terjangkau), TT (Tidak Terjangkau) dan STT (Sangat Tidak Terjangkau) terhadap pernyataan yang tercantum dalam skala yang paling sesuai dengan dirinya. Nilai 5 diberikan bila subjek memilih jawaban “ST”, 4 diberikan bila subjek memilih jawaban “T”, nilai 3 untuk “CT”, nilai 2 untuk “TT”, dan nilai 1 bila subjek memilih jawaban ”STT”.

2. Variabel fasilitas

Variabel fasilitas dalam penelitian ini adalah penyediaan perlengkapan fisik perumahan yang mampu memberikan kemudahan kepada penghuni

perumahan dalam melakukan berbagai aktivitas sehingga kebutuhannya dapat terpenuhi. Termasuk dalam pengertian fasilitas dalam penelitian ini antara lain berupa jalan, saluran air, jaringan listrik, jaringan telepon, pembuangan sampah, fasilitas peribadatan, fasilitas rekreasi dan kebudayaan, fasilitas olahraga dan lapangan terbuka.

Indikator variabel fasilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

- a. Kelengkapan fasilitas yang disediakan pengembang
- b. Kesesuaian fasilitas dengan kebutuhan penghuni
- c. Kemampuan fasilitas dalam melayani seluruh penghuni

Untuk mengukur jawaban responden, dalam penelitian ini dipakai skala likert (Sugiyono, 2004 : 86). Pada skala fasilitas ini, subjek diminta untuk memilih jawaban ST (Sangat Terjangkau), T (Terjangkau), CT (Cukup Terjangkau), TT (Tidak Terjangkau) dan STT (Sangat Tidak Terjangkau) terhadap pernyataan yang tercantum dalam skala yang paling sesuai dengan dirinya. Nilai 5 diberikan bila subjek memilih jawaban “ST”, 4 diberikan bila subjek memilih jawaban “T”, nilai 3 untuk “CT”, nilai 2 untuk “TT”, dan nilai 1 bila subjek memilih jawaban ”STT”.

3. Variabel lokasi

Lokasi merupakan daerah atau tempat dimana sesuatu berada. Dalam penelitian ini, variabel lokasi mengacu pada letak perumahan dan dengan membandingkannya properti lainnya. Lokasi juga terkait dengan aksesibilitas, termasuk di dalamnya keterjangkauan dan kemudahan untuk menjangkau lokasi perumahan.

Indikator untuk variabel lokasi dalam penelitian ini adalah :

- a. Kemudahan dalam menuju lokasi perumahan
- b. Kelancaran lalu lintas menuju lokasi perumahan
- c. Kedekatan dengan pusat kota
- d. Kedekatan dengan tempat kerja/ aktivitas

Untuk mengukur jawaban responden, dalam penelitian ini dipakai skala likert (Sugiyono, 2004 : 86). Pada skala lokasi ini, subjek diminta untuk memilih jawaban ST (Sangat Terjangkau), T (Terjangkau), CT (Cukup Terjangkau), TT (Tidak Terjangkau) dan STT (Sangat Tidak Terjangkau) terhadap pernyataan yang tercantum dalam skala yang paling sesuai dengan dirinya. Nilai 5 diberikan bila subjek memilih jawaban “ST”, 4 diberikan bila subjek memilih jawaban “T”, nilai 3 untuk “CT”, nilai 2 untuk “TT”, dan nilai 1 bila subjek memilih jawaban ”STT”.

4. Faktor lingkungan

Lingkungan memiliki dua aspek dimensi yaitu lingkungan fisik dan lingkungan sosial. Yang termasuk dalam lingkungan sosial adalah semua interaksi sosial antara dan di antara masyarakat (J Paul Peter & Jerry C Olson, 1996:5). Konsumen dapat berinteraksi dengan orang lain baik secara langsung maupun secara mengamati. Sedangkan yang termasuk lingkungan fisik (*physical environment*) adalah semua aspek non manusia dalam lingkungan dimana perilaku konsumen terjadi (J. Paul Peter & Jerry C Olson, 1996:8). Setiap aspek lingkungan fisik dapat dibagi menjadi elemen ruang (*spatial*) dan non ruang (*non spatial*).

Indikator yang digunakan untuk menjelaskan variabel lingkungan dalam penelitian ini adalah :

- a. Kondisi udara di lingkungan perumahan
- b. Ketersediaan air bersih
- c. Lingkungan bebas banjir
- d. Keamanan lingkungan perumahan
- e. Kemampuan menjaga privasi penghuni

Untuk mengukur jawaban responden, dalam penelitian ini dipakai skala likert (Sugiyono, 2004 : 86). Pada skala lingkungan ini, subjek diminta untuk memilih jawaban ST (Sangat Terjangkau), T (Terjangkau), CT (Cukup Terjangkau), TT (Tidak Terjangkau) dan STT (Sangat Tidak Terjangkau) terhadap pernyataan yang tercantum dalam skala yang paling sesuai dengan dirinya. Nilai 5 diberikan bila subjek memilih jawaban “ST”, 4 diberikan bila subjek memilih jawaban “T”, nilai 3 untuk “CT”, nilai 2 untuk “TT”, dan nilai 1 bila subjek memilih jawaban ”STT”.

5. Pendapatan

Besar kecilnya pendapatan seseorang berpengaruh kepada kemampuan daya beli seseorang, termasuk dalam membeli rumah.

Indikator yang digunakan untuk menjelaskan variabel pendapatan dalam penelitian ini adalah :

- a. Kesesuaian dengan pendapatan
- b. Daya beli
- c. Sumber pendapatan lain

Untuk mengukur jawaban responden, dalam penelitian ini dipakai skala likert (Sugiyono, 2004 : 86). Pada skala pendapatan ini, subjek diminta untuk memilih jawaban ST (Sangat Terjangkau), T (Terjangkau), CT (Cukup Terjangkau), TT (Tidak Terjangkau) dan STT (Sangat Tidak Terjangkau) terhadap pernyataan yang tercantum dalam skala yang paling sesuai dengan dirinya. Nilai 5 diberikan bila subjek memilih jawaban “ST”, 4 diberikan bila subjek memilih jawaban “T”, nilai 3 untuk “CT”, nilai 2 untuk “TT”, dan nilai 1 bila subjek memilih jawaban ”STT”.

6. Harga Substitusi

Perilaku konsumen dalam membeli rumah pasti membandingkan dengan perumahan lain. Bagaimana fasilitas, lingkungan, lokasi, dan yang paling penting harganya. Apalagi sekarang pengembang menawarkan berbagai macam tipe perumahan, dengan berbagai macam fasilitas, dan hadiah.

Indikator yang digunakan untuk menjelaskan variabel harga substitusi dalam penelitian ini adalah :

- a. Pemilihan berdasarkan perbandingan harga
- b. Pemilihan berdasarkan perbandingan fasilitas
- c. Pemilihan berdasarkan perbandingan lokasi
- d. Pemilihan berdasarkan perbandingan lingkungan

Untuk mengukur jawaban responden, dalam penelitian ini dipakai skala likert (Sugiyono, 2004 : 86). Pada skala harga substitusi ini, subjek diminta untuk memilih jawaban ST (Sangat Terjangkau), T (Terjangkau), CT (Cukup Terjangkau), TT (Tidak Terjangkau) dan STT (Sangat Tidak

Terjangkau) terhadap pernyataan yang tercantum dalam skala yang paling sesuai dengan dirinya. Nilai 5 diberikan bila subjek memilih jawaban “ST”, 4 diberikan bila subjek memilih jawaban “T”, nilai 3 untuk “CT”, nilai 2 untuk “TT”, dan nilai 1 bila subjek memilih jawaban ”STT”.

7. Keputusan pembelian

Preferensi konsumen dalam memilih dan membeli rumah merupakan suatu gambaran mengenai alasan- alasan konsumen memilih rumah yang lebih disukai atau diinginkannya.

Proses pengambilan keputusan konsumen untuk memilih rumah dapat bersifat rasional sesuai manfaat obyektif yang diperoleh dari kepemilikan rumah, namun dapat juga bersifat tidak rasional, yakni memandang kepemilikan rumah secara simbolis dan berkenaan dengan respon emosi.

Keputusan pembelian rumah merupakan suatu keputusan konsumen yang diambil setelah dia memperhatikan semua aspek untuk kemudian melakukan pemilihan terhadap alternatif keputusan yang tersedia. Menurut teori perilaku konsumen yang diungkapkan Horward dan Shay sebagaimana dikutip Antonius (2005 : 29), ukuran yang menentukan konsumen dalam membeli suatu produk antara lain adalah : keyakinan, ketertarikan, dan kepercayaan.

Apabila skor variabel keputusan pembelian yang diperoleh dengan perhitungan skala likert semakin tinggi, maka hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi pula tingkat keyakinan dan kepercayaan responden dalam

melakukan pembelian rumah. Indikator variabel keputusan pemilihan rumah dalam penelitian ini adalah :

- a. Kemantapan ketika melakukan pembelian
- b. Merupakan keputusan yang tepat
- c. Penawaran yang mendorong pembelian

Untuk mengukur jawaban responden, dalam penelitian ini dipakai skala likert (Sugiyono, 2004 : 86). Pada skala keputusan pembelian ini, subjek diminta untuk memilih jawaban ST (Sangat Terjangkau), T (Terjangkau), CT (Cukup Terjangkau), TT (Tidak Terjangkau) dan STT (Sangat Tidak Terjangkau) terhadap pernyataan yang tercantum dalam skala yang paling sesuai dengan dirinya. Nilai 5 diberikan bila subjek memilih jawaban “ST”, 4 diberikan bila subjek memilih jawaban “T”, nilai 3 untuk “CT”, nilai 2 untuk “TT”, dan nilai 1 bila subjek memilih jawaban ”STT”.

Untuk mengukur jawaban responden, dalam penelitian ini dipakai skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2004 : 86)

Dengan skala Likert, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan titik tolak untuk menyusun item instrumen yang dapat berupa pertanyaan- pertanyaan. Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban-jawaban tersebut dapat diberi skor dan selanjutnya dijumlahkan untuk mendapatkan gambaran mengenai perilaku.

Adapun skor yang diberikan terhadap jawaban atas pertanyaan adalah sebagai berikut (Sugiyono, 2004: 87) :

Skor 5 : untuk jawaban sangat setuju

Skor 4 : untuk jawaban setuju

Skor 3 : untuk jawaban ragu – ragu

Skor 2 : untuk jawaban tidak setuju

Skor 1 : untuk jawaban sangat tidak setuju

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi adalah kelompok elemen yang lengkap, yang biasanya berupa orang, objek, transaksi atau kejadian di mana kita tertarik untuk mempelajarinya atau menjadi objek penelitian. Sedangkan elemen sendiri merupakan unit dimana data yang diperlukan akan dikumpulkan atau dapat dianalogikan sebagai unit analisis (Mudrajad, 2003: 103).

Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang membeli dan tinggal diperumahan Tamansari Majapahit Semarang. Berdasarkan data yang diperoleh dari pihak pengembang, perumahan tamansari terdapat 2 tipe cluster yaitu Cluster Amarta dan Cluster Indraprasta. Dalam membuat skripsi ini, penulis hanya mengambil kuesioner di Cluster Amarta, karena Cluster ini adalah cluster yang pertama di bangun dan sudah banyak penghuninya. Jumlah populasi dalam perumahan ini kurang lebih 40 KK dari, tetapi penulis hanya bisa mendapatkan sampel 30 KK dikarenakan ada rumah yang tidak dihuni (untuk dikontrakan atau di jual lagi), belum dihuni dan penghuninya tidak ada di rumah.

Sedangkan sampel adalah suatu himpunan bagian (subset) dari unit populasi (Mudrajad, 2003 : 103). Sample adalah bagian dari populasi yang memiliki karakteristik yang relatif sama dan dianggap mewakili populasi. Dalam penelitian ini, dengan mempertimbangkan jumlah populasi, penelitian dilakukan terhadap seluruh populasi.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder dengan rincian sebagai berikut :

1. Data Primer

Data Primer yang digunakan dalam penelitian ini meliputi profil responden, tanggapan responden terhadap pertanyaan yang diajukan terkait dengan indikator masing – masing variabel penelitian.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diolah oleh orang atau lembaga lain dan telah dipublikasikan. Data- data dimaksud diperoleh dari BPS, pengembang perumahan, majalah-majalah, publikasi di internet, laporan perusahaan dan brosur-brosur.

Dalam penelitian ini data sekunder yang digunakan antara lain meliputi data penghuni, jumlah penduduk, topografi, jumlah unit rumah, tipe-tipe perumahan, banyaknya perumahan, dan data lainnya yang diperlukan.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2004 : 129) untuk memperoleh data primer, teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan *interview* (wawancara), kuesioner (angket), observasi (pengamatan), dan gabungan ketiganya. Sedangkan untuk memperoleh data sekunder dapat dilakukan dengan penelitian arsip (*achival research*) dan studi kepustakaan. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Wawancara (*Interview*)

Dalam penelitian ini dilakukan wawancara secara tatap muka, terutama dengan penghuni perumahan untuk mengetahui secara lebih mendalam mengenai kondisi kehidupan sosial kemasyarakatan di lokasi perumahan dan berbagai permasalahan yang terjadi di sana.

2. Kuesioner

Dalam penelitian ini data diperoleh dengan cara mendatangi seluruh responden dan memberikan angket atau kuesioner untuk diisi responden, kemudian responden mengisi jawaban pertanyaan dalam angket, serta mengumpulkan kembali angket yang telah diisi.

3. Dokumentasi

Untuk mendapatkan data- data sekunder, seperti data- data perumahan, tipe rumah, dan data- data sekunder lainnya maka dilakukan penelitian terhadap dokumen atau arsip yang diperlukan.

3.5 Metode Analisis

Metode Analisis data dilakukan adalah analisis data kualitatif dan analisis data kuantitatif. Analisis kualitatif merupakan bentuk analisis data yang dinyatakan dalam bentuk uraian. Analisis ini bertujuan untuk memahami tanggapan dan pengetahuan responden terhadap pertanyaan yang diajukan.

Sedangkan analisis data kuantitatif dimaksudkan untuk memperkirakan besarnya pengaruh secara kuantitatif suatu kejadian terhadap kejadian lainnya dengan menggunakan statistik. Dalam penelitian ini analisis kuantitatif yang dilakukan analisis regresi linear berganda.

3.5.1 Pengujian Kualitas Data

3.5.1.1 Uji Reabilitas

Uji reliabilitas mengukur tingkat kestabilan suatu alat pengukur dalam mengukur suatu gejala atau kejadian. Semakin tinggi reabilitas suatu alat pengukur, semakin stabil pula alat pengukur tersebut untuk mengukur suatu gejala dan sebaliknya jika reabilitas rendah maka alat tersebut tidak stabil dalam mengukur suatu gejala. Suatu alat ukur dikatakan memiliki reabilitas yang tinggi atau dapat dipercaya apabila alat ukur tersebut stabil sehingga dapat diandalkan (*dependability*) dan dapat digunakan untuk meramalkan (*predictability*).

Uji reabilitas dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu :

1. Pengukuran ulang.

Caranya, kepada responden diberikan pertanyaan yang sama namun pada waktu yang berbeda. Darinya akan dilihat apakah jawaban yang diberikan responden dapat konsisten atau tidak.

2. Pengukuran sekali.

Pada cara ini pengukuran yang dilakukan hanya sekali kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan-pertanyaan lain atau dilakukan dengan mengukur korelasi antar jawaban variabel. Uji ini dapat dilakukan dengan uji statistik Cornbach alpa. Suatu variabel dikatakan realibel jika nilai Cronbach Alpa lebih besar dari 0,60.

3.5.1.2 Uji Validitas

Uji validitas mengukur apakah data yang diperoleh dari pengumpulan data melalui metode kuisisioner dapat dipercaya atau tidak serta apakah dapat mewakili apa yang hendak diteliti. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Menurut Imam Ghozali (2006 : 45) beberapa cara untuk mengukur validitas antara lain :

1. Melakukan korelasi antar skor butir pertanyaan dengan total skor variabel

Hipotesis yang diajukan adalah :

Ho : skor butir pertanyaan berkorelasi positif dengan total skor konstruk

H_a : skor butir pertanyaan tidak berkorelasi positif dengan total skor konstruk

Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel. Jika r hitung lebih besar dibandingkan r tabel dan nilai positif maka butir pertanyaan atau indikator tersebut valid.

Selain dengan cara diatas, untuk menguji signifikansi dapat juga dengan membandingkan t hitung dengan t tabel. Jika t hitung lebih besar daripada t tabel, maka r memang memiliki korelasi positif.

2. Melakukan korelasi *bivariate* antara masing-masing skor indikator dengan total skor konstruk

Jika korelasi antara masing- masing indikator terhadap total skor konstruk menunjukkan hasil signifikan, maka dapat disimpulkan bahwa masing- masing indikator adalah valid.

3.5.2 Pengujian Terhadap Penyimpangan Asumsi Klasik

Penggunaan kriteria ini dalam pengujian hipotesis adalah untuk memutuskan sejauh mana model estimasi mempunyai sifat- sifat yang tidak biasa, efisien, dan konsisten. Sifat- sifat ini akan terpenuhi apabila model estimasi memenuhi asumsi- asumsi yang diisyaratkan dalam model regresi linier klasik, dimana antara lain tidak ada gejala multikolinieritas, heteroskedastisitas, dan normalitas.

3.5.2.1 Uji Multikolinearitas

Pada mulanya multikolinearitas berarti adanya hubungan linier yang sempurna atau pasti di antara beberapa atau semua variabel yang menjelaskan model regresi. Istilah multikolinearitas berkenaan dengan terdapatnya lebih dari satu hubungan linier pasti, dan istilah kolinearitas dengan derajatnya satu hubungan linier.

Uji ini sendiri bertujuan untuk menguji apakah terdapat korelasi antar variabel bebas dalam suatu model regresi. Multikolinearitas pada suatu model regresi dapat dideteksi dengan (Imam Ghazali, 2006: 91):

1. Nilai R^2 yang dihasilkan dalam model regresi sangat tinggi, akan tetapi secara individu variabel bebas banyak yang tidak signifikan dalam mempengaruhi variabel terikat.
2. Menganalisis matrik korelasi variabel bebas. Jika antar variabel bebas memiliki korelasi yang tinggi (di atas 0,90), namun jika suatu model regresi tidak memiliki korelasi antar variabel bebas yang tinggi bukan berarti model tersebut bebas dari
3. Melihat besaran VIF (*Variance Inflation Factor*) dan *tolerance*. Jika suatu model mempunyai nilai *tolerance* kurang dari 0,10 atau nilai VIF lebih besar dari 10 maka mengindikasikan pada model tersebut terdapat multikolinearitas.
4. Mendeteksi multikolinearitas dengan menggunakan cara regresi parsial. Jika R^2 pada persamaan regresi parsial antar variabel bebas lebih besar

daripada R^2 model utama maka di dalam regresi parsial tersebut terdapat multikolinearitas.

5. Deteksi adanya multikolinearitas dapat pula dilakukan dengan mencari F hitung. Apabila F hitung lebih besar daripada F tabel, maka variabel bebas berkorelasi dengan variabel bebas lainnya (terjadi multikolinearitas)

Cara lain yang dapat digunakan untuk mendeteksi adanya multikolinearitas adalah dengan menggunakan cara regresi parsial. Cara ini diperoleh dibandingkan dengan nilai R^2 pada regresi model utama. Jika R^2 lebih besar daripada nilai R^2 pada model utama maka dalam regresi parsial tersebut terdapat multikolinearitas.

3.5.2.2 Uji Heteroskedastisitas

Penyimpangan yang selanjutnya adalah heteroskedastisitas, artinya varian variabel dalam model tidak sama. Konsekuensi adanya heteroskedastisitas dalam model regresi adalah penaksir yang diperoleh tidak efisien, baik dalam sampel kecil maupun sampel besar, walaupun penaksir yang diperoleh menggambarkan populasinya (tidak bias) dan bertambahnya sampel yang digunakan akan mendekati nilai sebenarnya.

Cara memprediksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola gambar *scatter plot* model tersebut. Analisis pada gambar *scatter plot* yang menyatakan model regresi linier berganda tidak terdapat heteroskedastisitas adalah jika :

1. Titik – titik data menyebar di atas dan di bawah atau sekitar angka nol.

2. Titik – titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja.
3. Penyebaran titik – titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali.
4. Penyebaran titik- titik data sebaiknya tidak berpola.

Selain dilihat dari scatter plot heteroskedastisitas juga dapat dideteksi menggunakan Uji Glesjer. Uji Glesjer ini dilakukan dengan melakukan regresi nilai absolut dari residual sebagai variabel terikat, dan variabel bebas yang digunakan adalah sama dengan regresi utama (mam Ghozali, 2006 : 108).

Jika variabel bebas signifikan secara statistikk mempengaruhi variabel terikat atau tingkat sinifikansinya dibawah tingkat kepercayaan 5 %, maka ada indikasi terjadi heterokedastisitas.

3.5.2.3 Uji Normalitas

Uji kenormalan distribusi dilakukan untuk mengetahui apakah sampel yang dianalisis telah mewakili populasi atau belum. Dengan diketahuinya kenormalan distribusi akan dapat dilakukan analisis lebih lanjut. Pada penelitian dimana data yang tersedia memiliki distribusi normal, akan mampu menghasilkan persamaan regresi yang dapat menjelaskan variabel terikat secara lebih tepat.

Model regresi baik jika memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Untuk menguji apakah distribusi data normal atau tidak, salah satu caranya adalah dengan melihat histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati normal.

Menurut Imam Ghozali (2006 : 27) *screening* terhadap normalitas data merupakan langkah awal yang harus dilakukan untuk setiap analisis multivariate, khususnya jika tujuannya adalah inferensi. Jika terdapat normalitas, maka residual akan terdistribusi secara normal dan independent. Jika salah satu cara mendeteksi normalitas adalah lewat pengamatan nilai residual. Normalitas data dapat dilihat dengan beberapa cara, antara lain :

3.5.3 *Histogram Display Normal Curve*

Normalitas data dapat juga dideteksi dengan melihat plot grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati normal. Akan tetapi jika dilakukan dengan hanya melihat histogram kadang-kadang dapat menyesatkan, karena kelihatan distribusinya normal padahal jika diukur dengan statistik sebenarnya tidak normal. Hal ini khususnya pada jumlah sampel kecil. Metode yang lebih terpercaya dalam mengetahui normalitas data adalah dengan melihat normal *probability plot* yang membandingkan distribusii kumulatif dari distribusi normal. Pada data yang memiliki distribusi normal akan terbentuk garis lurus diagonal, selanjutnya plotting data residual dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonal (Imam Ghozali, 2006 : 110).

3.5.4 Uji Kolmogorov Smirnov (K – S)

Untuk mendeteksi normalitas data dapat juga dilakukan dengan Kolmogorov- Smirnov. Uji K – S dilakukan dengan membuat hipotesis:

Ho : data residual berdistribusi normal

Ha : data residual tidak berdistribusi normal

Jika nilai K- S signifikan dan nilainya dibawah $\alpha = 0,05$ hal ini berarti hipotesis nol ditolak atau variable tidak terdistribusi secara normal, dan sebaliknya jika nilai K- S signifikan dan nilainya diatas $\alpha = 0,05$ berarti hipotesis nol diterima atau variable terdistribusi secara normal

3.5.5 Uji Statistik

3.5.5.1 Uji Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar presentase variasi dalam variabel terikat pada model dapat diterangkan oleh variabel bebas. Nilai R^2 dikatakan baik jika diatas 0,5 karena nilai R^2 berkisar antara 0 sampai 1. Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Setiap tambahan satu variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Oleh karena itu banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai adjusted R^2 pada saat mengevaluasi mana model regresi terbaik. Tidak seperti R^2 , nilai adjusted R^2 dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan ke dalam model (Imam Ghozali, 2006 : 83).

3.5.5.2 Uji Signifikansi Simultan

Uji F digunakan untuk menguji tingkat signifikansi parameter secara bersama- sama dari variabel yang diukur terhadap variabel terikat, apakah dapat diterima secara statistikk dengan membandingkan F hitung dan F tabel.

Hipotesis yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. $H_0 : \beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4 = 0$, variabel bebas (X) secara simultan tidak ada pengaruh secara nyata terhadap variabel terikat (Y).
2. $H_a : \beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4 \neq 0$, variabel bebas (X) secara simultan ada pengaruh secara nyata terhadap variabel terikat (Y).

Pengambilan keputusan :

1. Jika $F \text{ statistik} > F \text{ tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti bahwa secara bersama - sama variabel X berpengaruh terhadap variabel Y.
2. Jika $F \text{ statistik} < F \text{ tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, berarti bahwa secara bersama- sama variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y.

3.5.5.3 Uji Signifikansi Parameter Individu

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah masing- masing variabel bebas secara individu berpengaruh terhadap variabel terikat. Uji t merupakan metode pengujian hipotesis secara parsial terhadap koefisien regresi yaitu dengan membandingkan nilai statistik masing- masing koefisien regresi dengan nilai t tabel sesuai dengan tingkat signifikansi yang digunakan.

Uji t dapat juga dilakukan dengan menggunakan besanya nilai probabilitas ($p - value$) masing- masing koefisien regresi variabel bebas. Nilai probabilitas

(p – value) adalah besarnya probabilitas menerima hipotesis nol. Pengujian koefisien regresi dengan menggunakan nilai probabilitas dilakukan dengan membandingkan antara nilai probabilitas (p – value) dengan tingkat signifikansi (α) yang digunakan (Algifari, 2000 : 69).

3.5.5.4 Alat Analisis

Analisis regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda (*multiple regression analysis*) dengan model linear. Analisis regresi berganda adalah analisis hubungan antara dua atau lebih variabel bebas (X) terhadap satu variabel terikat (Y) dengan asumsi Y merupakan fungsi dari X.

Hasil analisis regresi adalah berupa koefisien untuk masing- masing variabel bebas. Koefisien ini diperoleh dengan cara memprediksi nilai variabel terikat dengan suatu persamaan. Koefisien regresi dihitung dengan dua tujuan sekaligus. Pertama meminimumkan penyimpangan antara nilai aktual dan nilai estimasi variabel terikat berdasarkan data yang ada. (Tabachnick dalam Ghozali 2006 : 81). Dalam analisis regresi, selain mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga melanjutkan arah hubungan antara variabel terikat dengan variabel bebas. (Imam Ghozali, 2006 : 82)

Secara matematis, hubungan variabel tersebut dapat dinyatakan dalam bentuk sebagai berikut :

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + e$$

Dimana :

Y = Keputusan pembelian rumah

B_0 = konstansta

X_1 = variabel persepsi harga

X_2 = Variabel fasilitas

X_3 = variabel lokasi

X_4 = Variabel lingkungan

X_5 = Variabel pendapatan

X_6 = Variabel harga substitusi

B_1 = koefisien parameter variabel bebas, $i = 1,2,3,4,5$

E = *Disturbance Error*

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Objek Penelitian

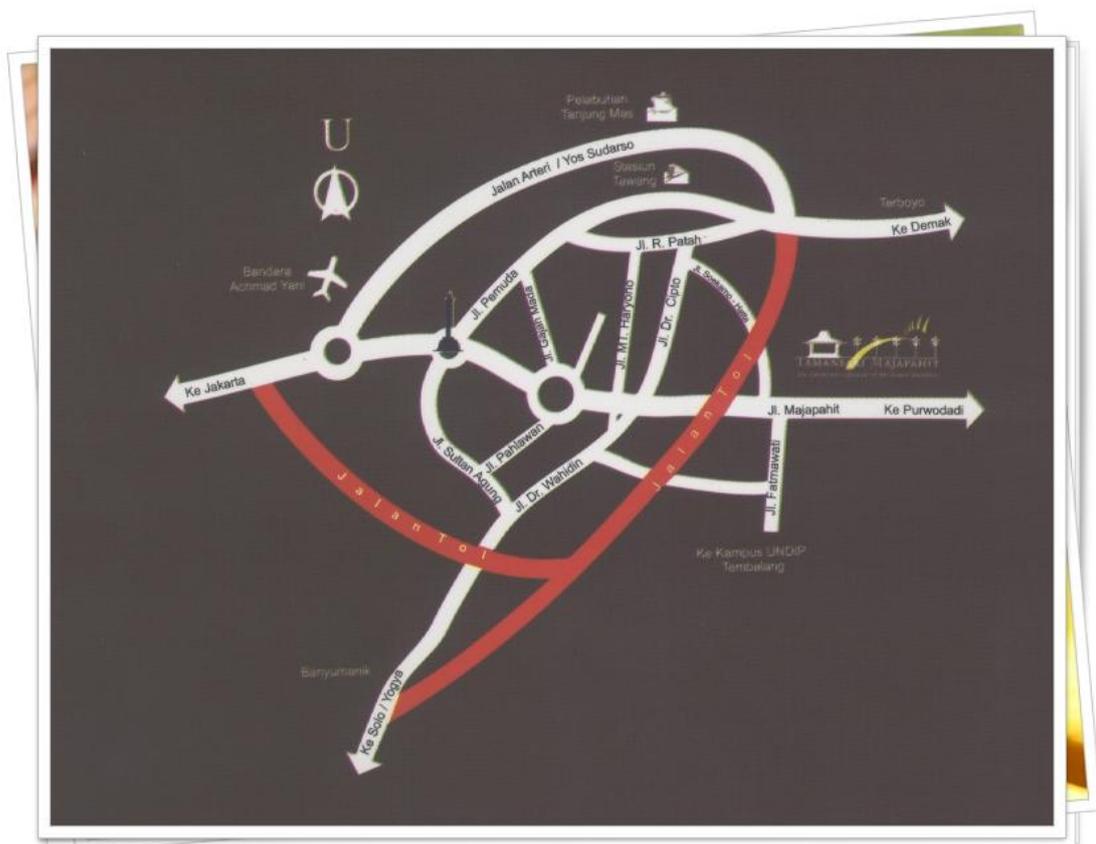
4.1.1 Lokasi Objek Penelitian

Tamansari Majapahit Semarang merupakan salah satu perumahan *real estate* dengan *one gate system* dengan *cluster type* yang ditangani oleh kontraktor sekaligus developer PT. Wika Realty yang merupakan anak perusahaan dari kontraktor BUMN PT. Wijaya Karya (Persero), Tbk. PT. Wika Realty memulai pengembangan properti di Jawa Tengah dengan mengembangkan kawasan hunian berkelas di Jalan Majapahit, Semarang. Hunian ini merupakan hunian bercita rasa artistik yang kental dengan nuansa budaya Jawa. Taman nan rindang dan berwarna-warni bunga serta dilengkapi fasilitas *premium* dan penataan lingkungan tamansari keraton. Dengan Tamansari Majapahit, nyamanya tinggal dalam puri para bangsawan dapat kita nikmati. Kawasan yang disekitar Tamansari Majapahit, direncanakan oleh Pemerintah kota Semarang sebagai pusat kota ke dua setelah Simpang Lima. Pada saat ini telah beroperasi Gelanggang Remaja Manunggal Jati, pusat perbelanjaan dan rumah sakit. Dengan lokasi di area bebas bencana banjir dan longsor yang kerap mengganggu Semarang, keluarga dapat dengan tenang dan nyaman menghuni rumah di Tamansari Majapahit.

Lokasi Tamansari Majapahit Semarang terletak di Jalan Tamansari Majapahit, Pedurungan, Semarang. Lokasi ini dekat dengan salah satu jalan utama kota Semarang yaitu Jalan Majapahit, dan hanya berjarak 5 km dari Simpang

Lima. Menjadikan Tamansari Majapahit sebagai lingkungan perumahan berkelas yang berlokasi terdepan di kota Semarang. Dekatnya jalan Arteri baru (Jl. Soekarno-Hatta) kemudian ditambah dengan pencapaian dari Pintu Tol Gayamsari yang hanya 5 menit, memudahkan para penghuni untuk menjangkau seluruh kota Semarang.

Gambar 4.1 Peta Lokasi Tamansari Majapahit Semarang



Sumber : PT Wika Reality

Batas-batas wilayahnya adalah :

1. Sebelah Utara : Jl. Arya Mukti Raya, Palebon

2. Sebelah Barat : Jl. Arya Mukti Selatan, Palebon
3. Sebelah Selatan : Manunggal Jati, Jl. Majapahit
4. Sebelah Timur : Majapahit Regency, Jl. Taman Ketapang

Gambar 4.2 Peta Lokasi Perumahan Tamansari Majapahit Semarang



Sumber : Google Earth

4.2 Gambaran Umum Responden

Berikut ini akan dikemukakan gambaran umum responden yang menjadi objek dalam penelitian ini, yaitu konsumen yang membeli dan tinggal di perumahan Tamansari Majapahit Semarang. Responden yang diambil sebagai

sampel adalah sebanyak 30 orang. Responden akan dibagi menjadi 4 kategori, yaitu : Responden menurut jenis kelamin, usia, status martial, pendidikan terakhir, pekerjaan, penghasilan perbulan, type rumah dan status rumah.

4.2.1 Responden Menurut Jenis kelamin

Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa dari sampel yang berjumlah 30 konsumen yang membeli dan tinggal di perumahan Tamansari Majapahit Semarang dapat diperoleh gambaran tentang jenis kelamin dari masing-masing responden yang dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.1
Responden Menurut Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Prosentase (%)
Pria	19	63,3%
Wanita	11	36,7%
Jumlah	30	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2010

Berdasarkan hasil penelitian pada konsumen yang membeli dan tinggal di perumahan Tamansari Majapahit Semarang, responden menurut jenis kelamin, menunjukkan bahwa lebih banyak responden dengan jenis kelamin pria dari pada responden wanita, responden pria sebanyak 19 orang atau 63,3% dan responden wanita sebanyak 11 orang atau 36,7%.

4.2.2 Responden Menurut Usia

Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa dari sampel yang berjumlah 30 konsumen yang membeli dan tinggal di perumahan Tamansari Majapahit Semarang dapat diperoleh gambaran tentang usia dari masing-masing responden yang dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.2
Responden Menurut Usia

Usia Responden	Jumlah	Prosentase
< 30 tahun	4	13,3%
30 – 40 tahun	18	60%
40 – 50 tahun	6	20%
> 50 tahun	2	6,7%
Jumlah	30	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2010

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden berusia 30 – 40 tahun dengan jumlah 18 orang atau 60%. Responden terbesar selanjutnya yaitu usia 40 – 50 tahun dengan jumlah 6 orang atau 20%. Responden berusia kurang dari 30 tahun berjumlah 4 orang atau 13,3% dan yang berusia lebih besar dari 50 tahun berjumlah 2 orang atau 6,7%. Sebagian besar responden berusia antara 30 – 40 tahun dikarenakan usia tersebut adalah usia para pasangan muda yang mulai menempati tempat tinggal mereka sendiri. Usia ini memiliki penghasilan yang cukup untuk membeli dimana mereka berada pada usia yang produktif.

4.2.3 Responden Menurut Status Martial

Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa dari sampel yang berjumlah 30 konsumen yang membeli dan tinggal di perumahan Tamansari Majapahit Semarang dapat diperoleh gambaran tentang status martial dari masing-masing responden yang dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.3
Responden Menurut Status Martial

Status Martial	Jumlah	Prosentase
Menikah	25	83,3%
Belum/Tidak Menikah	5	16,7%
Jumlah	30	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2010

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden memiliki status martial menikah yaitu sebanyak 25 orang atau 83,3% dan yang tidak atau belum menikah sebanyak 5 orang atau 16,7%. Dengan demikian dapat disimpulkan sebagian besar responden adalah yang telah menikah karena mereka ingin tinggal di rumah sendiri untuk berumah tangga.

4.2.4 Responden Menurut Pendidikan Terakhir

Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa dari sampel yang berjumlah 30 konsumen yang membeli dan tinggal di perumahan Tamansari Majapahit Semarang dapat diperoleh gambaran tentang pendidikan terakhir dari masing-masing responden yang dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.4
Responden Menurut Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir	Jumlah	Prosentase
SLTP	2	6,7%
SLTA	5	16,7%
Diploma	7	23,3%
S1/S2/S3	16	53,3%
Jumlah	30	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2010

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa responden menurut pendidikan terakhir dari tingkat SLTP sebanyak 2 orang atau 6,7%, SLTA sebanyak 5 orang atau 16,7%, Diploma sebanyak 7 orang atau 23,3% dan pendidikan S1/S2/S3 sebanyak 16 orang atau 53,3%. Dengan demikian diketahui bahwa mayoritas responden berpendidikan terakhir S1/S2/S3 karena mereka adalah orang-orang yang memiliki pendidikan cukup tinggi sehingga memiliki kemampuan untuk bekerja dan memiliki penghasilan yang layak salah satunya untuk membeli rumah.

4.2.5 Responden Menurut Pekerjaan

Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa dari sampel yang berjumlah 30 konsumen yang membeli dan tinggal di perumahan Tamansari Majapahit Semarang dapat diperoleh gambaran tentang pekerjaan dari masing-masing responden yang dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.5
Responden Menurut Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Prosentase
PNS	4	13,3%
TNI/Polri	3	10%
Pegawai Swasta	11	36,7%
Profesional	1	3,3%
Wiraswasta	7	23,3%
Ibu Rumah Tangga	2	6,7%
BUMN	2	6,7%
Jumlah	30	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2010

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa responden menurut pekerjaan di PNS sebanyak 4 orang atau 13,3%, TNI/Polri sebanyak 3 orang atau 10%, pegawai swasta sebanyak 11 orang atau 36,7%, profesional sebanyak 1 orang atau 3,3%, wiraswasta sebanyak 7 orang atau 23,3%, ibu rumah tangga sebanyak 2 orang atau 6,7% dan BUMN sebanyak 2 orang atau 6,7%. Dengan demikian diketahui bahwa mayoritas responden adalah pegawai swasta yang memiliki penghasilan cukup untuk melakukan pembelian pada perumahan Tamansari Semarang.

4.2.6 Responden Menurut Penghasilan Perbulan

Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa dari sampel yang berjumlah 30 konsumen yang membeli dan tinggal di perumahan Tamansari Majapahit Semarang dapat diperoleh gambaran tentang penghasilan perbulan dari masing-masing responden yang dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.6
Responden Menurut Penghasilan Perbulan

Penghasilan Perbulan	Jumlah	Prosentase
< Rp. 1 juta	3	10%
Rp. 1 – 4 juta	4	13,3%
Rp. 4 – 8 juta	12	40%
> Rp. 8 juta	11	36,7%
Jumlah	30	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2010

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa responden menurut penghasilan terbanyak adalah 4 – 8 juta sebanyak 12 orang atau 40%, kemudian lebih besar dari 8 juta sebanyak 11 orang atau 36,7%, 1 – 4 juta sebanyak 4 orang atau 13,3% dan penghasilan kurang dari 1 juta sebanyak 3 orang atau 10%. Dengan demikian diketahui bahwa mayoritas responden adalah mereka yang berpenghasilan antara 4 sampai 8 juta yang merupakan penghasilan cukup tinggi sehingga mampu melakukan pembelian.

4.2.7 Responden Menurut Type Rumah

Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa dari sampel yang berjumlah 30 konsumen yang membeli dan tinggal di perumahan Tamansari Majapahit Semarang dapat diperoleh gambaran tentang type rumah dari masing-masing responden yang dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.7
Responden Menurut Type Rumah

Type Rumah	Jumlah	Prosentase
T.37/90	6	20%
T.45/90	11	36,7%
T.55/120	9	30%
T.60/120	3	10%
T.100/150	1	3,3%
Jumlah	30	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2010

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa responden menurut type rumah T.37/90 sebanyak 6 orang atau 20%, T.45/90 sebanyak 11 orang atau 36,7%, T.55/120 sebanyak 9 orang atau 30%, T.60/120 sebanyak 3 orang atau 10%, dan T.100/150 sebanyak 1 orang atau 3,3%. Dengan demikian diketahui bahwa mayoritas responden lebih memilih rumah tipe 45 karena tipe ini adalah kategori sedang dimana harganya lebih terjangkau bagi mereka.

4.2.8 Responden Menurut Status Rumah

Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa dari sampel yang berjumlah 30 konsumen yang membeli dan tinggal di perumahan Tamansari Majapahit Semarang diperoleh gambaran tentang status rumah dari masing-masing responden yang dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.8
Responden Menurut Status Rumah

Status Rumah	Jumlah	Prosentase
Rumah Sendiri	23	76,7%
Sewa/Kontrak	1	3,3%
Kredit	6	20%
Jumlah	30	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2010

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa responden menurut status rumah sendiri sebanyak 23 orang atau 76,7%, sewa atau kontrak sebanyak 1 orang atau 3,3% dan status kredit rumah sebanyak 6 orang atau 20%. Dengan demikian diketahui bahwa mayoritas responden memilih untuk memiliki rumah mereka sendiri untuk masa depan mereka.

4.3 Analisis Data dan Pembahasan

4.3.1 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas

4.3.1.1 Hasil Pengujian Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan dalam kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang diukur kuesioner tersebut (Ghozali, 2001).

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r-hitung dengan nilai r-tabel yang merupakan hasil dari analisis korelasi pearson. Apabila nilai r-hitung

lebih besar dari r-tabel maka pertanyaan dikatakan valid. Hasil pengujian validitas dapat dilihat pada Tabel 4.9 berikut.

Dari hasil pengujian validitas dengan $df = n - k$ ($30 - 6 = 24$) pada tabel dibawah ini dapat diketahui semua items pertanyaan pada kuesioner mempunyai nilai r-hitung lebih besar dari nilai r-tabel dengan nilai r semuanya positif sehingga dapat disimpulkan bahwa semua items pertanyaan dapat dinyatakan valid.

Tabel 4.9
Hasil Uji Validitas

No.	r – hitung	r – tabel	Keterangan
x1	0,805	0,388	Valid
x2	0,794	0,388	Valid
x3	0,867	0,388	Valid
x4	0,657	0,388	Valid
x5	0,621	0,388	Valid
x6	0,758	0,388	Valid
x7	0,896	0,388	Valid
x8	0,906	0,388	Valid
x9	0,932	0,388	Valid
x10	0,937	0,388	Valid
x11	0,871	0,388	Valid
x12	0,907	0,388	Valid
x13	0,881	0,388	Valid
x14	0,923	0,388	Valid
x15	0,918	0,388	Valid
x16	0,779	0,388	Valid
x17	0,860	0,388	Valid
x18	0,825	0,388	Valid
x19	0,905	0,388	Valid
x20	0,865	0,388	Valid
x21	0,878	0,388	Valid
x22	0,786	0,388	Valid
x23	0,541	0,388	Valid
x24	0,712	0,388	Valid
x25	0,399	0,388	Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2010

4.3.1.2 Hasil Pengujian Reliabilitas

Uji reabilitas adalah sebenarnya alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau *construct*. Suatu kuesioner dikatakan *reliable* atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2000).

Pengujian reliabilitas dilakukan dengan alat ukur uji statistik Cronbach alpha. Suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai Cronbach alpha $> 0,60$. Hasil pengujian reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.10
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha
Persepsi harga	0,912
Fasilitas	0,824
Lokasi	0,967
Lingkungan	0,965
Pendapatan	0,910
Harga substitusi	0,940
Keputusan pembelian	0,719

Sumber : Data primer yang diolah, 2010

4.3.2 Hasil Pengujian Asumsi Klasik

4.3.2.1 Hasil Uji Normalitas

Untuk mendeteksi apakah dalam model regresi distribusi data normal atau tidak maka dapat dilihat pada grafik normal *probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif data normal. Distribusi normal akan membentuk suatu garis lurus diagonal, dan *plotting* data akan dibandingkan dengan garis normal. Jika distribusi

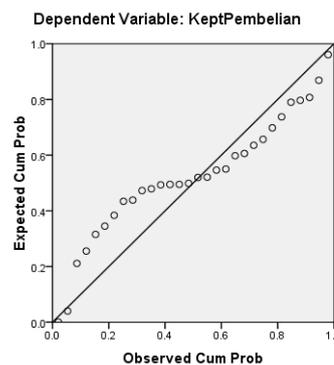
data normal, maka garis yang menggambarkan data yang sesungguhnya akan mengikuti garis diagonal.

Dari hasil *output* SPSS pada Gambar 4.1 dibawah ini dapat dilihat bahwa pada grafik normal plot titik-titik menyebar disekitas garis diagonal. Hal ini dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi distribusi data adalah normal.

Gambar 4.3

Grafik Normal Probability Plot

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber : Data primer yang diolah, 2010

4.3.2.2 Hasil Uji Multikolinearitas

Pendeteksian adanya multikolinearitas dapat dilihat pada besaran VIF dan *tolerance*. Jika nilai *tolerance* mendekati angka 1 dan nilai VIF tidak lebih dari 10, maka model regresi bebas dari adanya multikolinearitas.

Berikut ini disajikan besaran nilai *tolerance* dan VIF berdasarkan hasil analisis regresi berganda, yaitu :

Tabel 4.11
Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel Bebas	Tolerance	VIF
Persepsi harga	0,921	1,086
Fasilitas	0,789	1,267
Lokasi	0,745	1,343
Lingkungan	0,879	1,137
Pendapatan	0,902	1,109
Harga substitusi	0,861	1,161

Sumber : Data primer yang diolah, 2010

Dari tabel dapat diketahui bahwa nilai *tolerance* semua variabel bebas mendekati angka 1 dan nilai VIF tidak lebih dari 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terdapat multikolinieritas dan model regresi layak untuk dipakai.

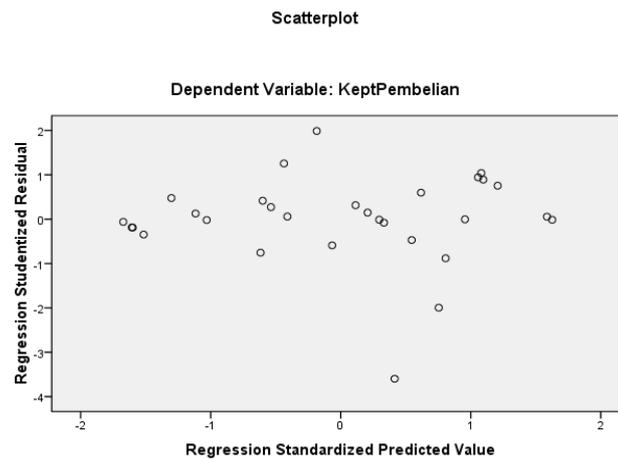
4.3.2.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Untuk mendeteksi ada tidaknya problem heteroskedastisitas, maka dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatter plot* antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi. dan sumbu X adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah di *standardized*.

Dari grafik *scatter plot* yang diperoleh pada Gambar 4.2 terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas sehingga model regresi layak dipakai untuk

memprediksi variabel kinerja berdasarkan variabel karakteristik distributor, pelatihan (*training*) dan lingkungan kerja.

Gambar 4.4
Grafik Scatter Plot



Sumber : Data primer yang diolah, 2010

4.3.3 Hasil Pengujian Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas atau *independen* terhadap variabel terikat atau *dependen*. Hasil analisis persepsi harga, fasilitas, lokasi, lingkungan, pendapatan dan harga subsidi terhadap keputusan pembelian konsumen yang membeli dan tinggal di perumahan Tamansari Majapahit Semarang dapat dilihat dalam tabel berikut ini :

Tabel 4.12

Hasil Pengujian Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	.117	.525		.223	.825
	Harga	.135	.055	.268	2.472	.021
	Fasilitas	.318	.077	.486	4.153	.000
	Lokasi	.148	.053	.340	2.816	.010
	Lingkungan	.139	.052	.296	2.668	.014
	Pendapatan	.246	.061	.443	4.042	.001
	HargaSubst	.150	.059	.283	2.523	.019

a. Dependent Variable: KeptPembelian

Sumber : Data primer yang diolah, 2010

Dari hasil analisis tersebut di atas konstanta dan koefisien regresi yang diperoleh apabila dimasukkan pada persamaan umum regresi adalah sebagai berikut :

$$Y = 0,055 X1 + 0,077 X2 + 0,053X3 + 0,052 X4 + 0,061 X5 + 0,059 X6$$

Dari tabel diatas dengan konstanta adalah 0 pada *standardized* menyadari bahwa jika variabel independen dianggap konstan, maka keputusan pembelian konsumen yang membeli dan tinggal di perumahan Tamansari Majapahit Semarang adalah tetap yang berarti bahwa bila tidak ada persepsi harga (X1), fasilitas (X2), lokasi (X3), lingkungan (X4), pendapatan (X5) dan harga substitusi (X6) maka tidak ada perubahan pada keputusan pembelian (Y). Dari persamaan regresi linier berganda tersebut, maka dapat di interpretasikan bahwa semua variabel bebas yaitu persepsi harga, fasilitas, lokasi, lingkungan, pendapatan dan harga substitusi mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian dengan

besarnya pengaruh yang berbeda-beda. Besarnya koefisien dari persepsi harga dalam mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 0,268; fasilitas dalam mempengaruhi keputusan pembelian besarnya 0,486; lokasi dalam mempengaruhi keputusan pembelian besarnya 0,340; lingkungan dalam mempengaruhi keputusan pembelian besarnya 0,296; pendapatan dalam mempengaruhi keputusan pembelian besarnya 0,443 dan harga substitusi dalam mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 0,283. Besarnya pengaruh masing-masing variabel dari yang terbesar sampai yang terkecil adalah fasilitas, pendapatan, lokasi, lingkungan, harga substitusi dan yang terakhir harga.

4.3.4 Hasil Pengujian Hipotesis

4.3.4.1 Hasil Pengujian Uji - F

Analisis uji – F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

Pengujian dengan cara membandingkan antara F tabel dengan F hitung. Mencari F tabel dengan kriteria $\alpha=5\%$, $df = n - k$ ($30 - 6 = 24$). Dari tabel didapat nilai F tabel adalah 2,51. Dari *output* SPSS pada lampiran dengan nilai F sebesar 11,564. Karena F hitung > F tabel maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Besarnya signifikansi 0,000 yang artinya lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan atas hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa model tersebut baik dan dapat diterima.

4.3.4.2 Hasil Pengujian Uji - t

Analisis uji-t digunakan untuk menguji apakah variabel bebas secara parsial atau individual berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Dengan dilakukan uji-t ini akan dapat diketahui apakah variabel persepsi harga, fasilitas, lokasi, lingkungan, pendapatan dan harga substitusi berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen yang membeli dan tinggal di perumahan Tamansari Majapahit Semarang.

Pengujian dengan cara membandingkan antara t tabel dengan t hitung. Mencari t tabel dengan kriteria $\alpha=5\%$, $df = n - k$ ($30 - 6 = 24$). Besarnya t hitung masing-masing variabel dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.13

Hasil Pengujian Uji – t

Variabel Bebas	t - hitung	t - tabel	Probabilitas
Persepsi harga	2,472	2,064	0,021
Fasilitas	4,153	2,064	0,000
Lokasi	2,816	2,064	0,010
Lingkungan	2,668	2,064	0,014
Pendapatan	4,042	2,064	0,001
Harga substitusi	2,523	2,064	0,019

Sumber : Data primer yang diolah, 2010

Dari tabel didapat nilai t tabel adalah 2,064. Karena t hitung > t tabel maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Selain besarnya t hitung, dari tabel diatas dapat dilihat juga bahwa nilai probabilitas persepsi harga adalah 0,021; fasilitas adalah 0,000; lokasi adalah 0,010; lingkungan adalah 0,014; pendapatan adalah 0,001 dan

harga substitusi adalah 0,019. Nilai probabilitas keenam variabel tersebut $< 0,05$ yang artinya secara parsial atau individual masing-masing variabel ini berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen yang membeli dan tinggal di perumahan Tamansari Majapahit Semarang.

4.3.5 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Dari tabel pengujian regresi linier berganda dapat diketahui bahwa koefisien determinasi sebesar 0,686. Hal ini menunjukkan bahwa 68,6% dari variasi yang terjadi didalam variabel keputusan pembelian secara bersama-sama dipengaruhi oleh variabel persepsi harga, fasilitas, lokasi, lingkungan, pendapatan dan harga substitusi. Sedangkan sisanya sebesar 31,4% dipengaruhi oleh faktor-faktor diluar faktor-faktor tersebut.

4.3.6 Pembahasan

Berdasarkan hasil uji t dinyatakan bahwa persepsi harga, fasilitas, lokasi, lingkungan, pendapatan dan harga substitusi masing-masing berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung $> t$ tabel dengan signifikansi $< 0,05$. Variabel yang berpengaruh paling besar terhadap keputusan pembelian konsumen yang membeli dan tinggal di perumahan Tamansari Majapahit Semarang adalah fasilitas dengan t hitung sebesar 4,153; kemudian diikuti pendapatan dengan t hitung 4,042; lokasi dengan t hitung 2,816;

lingkungan dengan t hitung 2,668; harga substitusi dengan t hitung sebesar 2,523 dan yang terakhir harga dengan t hitung sebesar 2,472.

Hipotesis pertama yaitu faktor persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian rumah pada perumahan tipe cluster diterima. Hal ini dapat dilihat dari besarnya t hitung yang lebih besar dari t tabel dan probabilitas yang signifikan. Hasil penelitian menunjukkan hubungan antara harga dengan keputusan pembelian yaitu makin tinggi harga suatu barang maka makin sedikit permintaan terhadap barang tersebut.

Hipotesis kedua yaitu faktor fasilitas berpengaruh terhadap keputusan pembelian rumah pada perumahan tipe cluster diterima. Hal ini dapat dilihat dari besarnya t hitung yang lebih besar dari t tabel dan probabilitas yang signifikan. Hasil penelitian menunjukkan terdapat hubungan antara fasilitas dengan keputusan pembelian yang berarti semakin lengkap fasilitas yang ditawarkan semakin mendorong konsumen melakukan pembelian.

Hipotesis ketiga yaitu faktor lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian rumah pada perumahan tipe cluster diterima. Hal ini dapat dilihat dari besarnya t hitung yang lebih besar dari t tabel dan probabilitas yang signifikan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa letak perumahan tersebut atau lokasi menjadi pertimbangan pembeli dalam membeli rumah.

Hipotesis keempat yaitu faktor lingkungan berpengaruh terhadap keputusan pembelian rumah pada perumahan tipe cluster diterima. Hal ini dapat dilihat dari besarnya t hitung yang lebih besar dari t tabel dan probabilitas yang signifikan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kenyamanan dan keamanan dalam lingkungan juga mempengaruhi pembeli dalam menentukan pembelian rumah.

Hipotesis kelima yaitu faktor pendapatan berpengaruh terhadap keputusan pembelian rumah pada perumahan tipe cluster diterima. Hal ini dapat dilihat dari besarnya t hitung yang lebih besar dari t tabel dan probabilitas yang signifikan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa besar kecilnya pendapatan seseorang berpengaruh kepada kemampuan daya beli seseorang, termasuk dalam membeli rumah. Semakin tinggi pendapatan semakin beragam pula keinginan konsumen.

Hipotesis keenam yaitu faktor harga substitusi berpengaruh terhadap keputusan pembelian rumah pada perumahan tipe cluster diterima. Hal ini dapat dilihat dari besarnya t hitung yang lebih besar dari t tabel dan probabilitas yang signifikan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku konsumen dalam membeli rumah pasti membandingkan dengan perumahan lain.

Dengan adanya temuan bahwa fasilitas adalah variabel yang sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada perumahan Tamansari Majapahit Semarang maka dapat dikatakan bahwa keputusan pembelian perumahan Tamansari sangat dipengaruhi oleh fasilitas. Konsumen akan sangat mempertimbangkan fasilitas yang ditawarkan dikarenakan mereka memiliki daya beli dan beragam pilihan untuk memenuhi kebutuhan atas kebutuhan perumahan mereka. Oleh karena itu seiring berjalannya waktu semakin banyak variasi dari fasilitas yang ditawarkan kepada konsumen seperti perumahan dengan fasilitas clubhouse, sarana olahraga, jogging track, arena bermain, waterboom sampai cluster dengan fasilitas pantai. Hal ini dilakukan oleh pihak manajemen

perumahan untuk menarik para konsumen yang akan melakukan pembelian perumahan.

Dari hasil uji F yang dilakukan maka dapat diambil kesimpulan bahwa persepsi harga, fasilitas, lokasi, lingkungan, pendapatan dan harga substitusi secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian karena F hitung > F Tabel. F Hitung besarnya 11,564 dengan signifikansi 0,000.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian yang telah disusun pada bab-bab sebelumnya dan sesuai dengan data-data yang diperoleh selama penelitian, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Secara parsial dan individual variabel persepsi harga berpengaruh positif terhadap permintaan perumahan Tamansari Majapahit Semarang. Pengaruh variabel persepsi harga, fasilitas, lokasi, lingkungan, pendapatan, dan harga substitusi terbukti signifikan terhadap permintaan perumahan, dilihat dari hasil uji t yang menghasilkan uji statistik sebesar dengan P value harga. karena P value lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ maka dapat disimpulkan faktor harga, fasilitas, lokasi, lingkungan, pendapatan dan harga substitusi berpengaruh signifikan terhadap permintaan perumahan di Tamansari Majapahit Semarang.
2. Pengaruh keenam variabel tersebut terhadap keputusan pembelian ini ternyata cukup besar, hal ini ditunjukkan dengan besarnya angka koefisien *adjusted* determinasi yang tinggi yaitu 0,686 atau 68,6 % demikian tingkat perubahan tingkat keputusan pembelian konsumen yang membeli dan tinggal di perumahan Tamansari Majapahit Semarang dijelaskan oleh tingkat perubahan persepsi harga, fasilitas, lokasi, lingkungan, pendapatan

dan harga substitusi dan hanya 31,4 % sisanya dipengaruhi faktor-faktor lain yang tidak terdapat dalam model.

3. Dalam penelitian ini faktor fasilitas berpengaruh paling besar terhadap keputusan pembelian konsumen yang membeli dan tinggal di perumahan Tamansari Majapahit Semarang. Hal ini dapat dilihat dari besarnya koefisien dari fasilitas dalam mempengaruhi keputusan pembelian besarnya 0,486; pendapatan sebesar 0,443; lokasi sebesar 0,340; lingkungan sebesar 0,296; harga substitusi sebesar 0,298; dan terakhir harga sebesar 0,268.
4. Dengan adanya temuan bahwa fasilitas adalah variabel yang sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada perumahan Tamansari Majapahit Semarang maka dapat dikatakan bahwa keputusan pembelian perumahan Tamansari Majapahit sangat dipengaruhi oleh fasilitas. Semakin lengkap dan bagus fasilitas yang ditawarkan maka akan mendorong adanya pembelian perumahan di Tamansari Majapahit.

5.2 Keterbatasan

Setelah dilakukan analisis dan interpretasi penelitian ini memiliki keterbatasan yaitu peneliti hanya memfokuskan penelitian ini pada faktor-faktor permintaan yang bersifat mikro (khusus) yaitu meliputi lokasi, harga, fasilitas, pendapatan, dan harga substitusi saja.

5.3 Saran-saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, variabel persepsi harga, fasilitas, lokasi, lingkungan, pendapatan dan harga substitusi berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen yang membeli dan tinggal di perumahan Tamansari Majapahit Semarang. Berikut ini adalah beberapa saran yang bisa dipertimbangkan dalam perkembangan perumahan Tamansari Majapahit Semarang :

1. Variabel fasilitas adalah variabel yang mempunyai pengaruh paling besar dalam permintaan perumahan di Tamansari Majapahit Semarang. Fasilitas seperti taman bermain, kolam renang, minimarket, *clubhouse* tersebut dapat ditingkatkan dengan meningkatkan kualitas dan mutu pelayanan dalam fasilitas perumahan yang bisa memberikan manfaat lebih bagi pengguna fasilitas Tamansari Majapahit kepada penghuni perumahan Tamansari Majapahit pada khususnya dan masyarakat umum pada umumnya.
2. Variabel pendapatan mempengaruhi keputusan pembelian perumahan Tamansari Majapahit Semarang, upaya yang dapat dilakukan pengembang adalah menawarkan produk perumahan sesuai dengan pendapatan masyarakat kota Semarang pada umumnya sehingga bisa diterima dan terjangkau oleh lapisan masyarakat.
3. Variabel lokasi juga mempengaruhi keputusan pembelian perumahan Tamansari Majapahit Semarang, Oleh karena itu perlu pertimbangan dalam pemilihan lokasi yang strategis, mudah dijangkau, dan bebas banjir.

4. Variabel harga juga mempengaruhi keputusan pembelian perumahan Tamansari Majapahit Semarang. Upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan keputusan pembelian pada perumahan Tamansari adalah memberikan harga yang bersaing, memberikan kredit yang lunak dengan tempo pembayaran lebih lama atau yang lainnya. Pemberian harga khusus pada masa promosi dapat mempengaruhi keputusan pembelian perumahan Tamansari.
5. Variabel lingkungan juga mempengaruhi keputusan pembelian perumahan Tamansari Majapahit Semarang. Pengembang perlu menciptakan lingkungan yang kondusif dalam perumahan. Adanya keamanan dan kegiatan-kegiatan dalam bersosialisasi dalam lingkungan yang akan mempererat hubungan dari keluarga dalam perumahan.
6. Harga barang substitusi juga memberikan pengaruh kepada keputusan pembelian walaupun pengaruh tersebut kecil. Upaya yang perlu dilakukan oleh pengembang yaitu terus mencari perkembangan terbaru dari perumahan-perumahan lainnya dari pesaing sehingga dapat bertahan dalam usaha perumahan.

DAFTAR PUSTAKA

- AIREA, 2001. *The Appraisal of Real Estate 12th edition*, Chicago USA.
- Appraisal Institute, 1993. *The Dictionary of Real Estate Appraisal*. Illinois: Appraisal Institute.
- Anonim, UU No. 4 tahun 1992 tentang *Perumahan dan Permukiman*.
- Arsyad, Lincolin, 1997. *Ekonomi Mikro Ikhtisar Teori dan Soal Jawab*, Edisi 2, BPFE, Yogyakarta.
- Awang Firdaos. 1997. “ *Permintaan dan Penawaran Perumahan*” Valuestate, Vol. 007, Jakarta.
- Awang Firdaos, 2005, ” Analisis Pengaruh Jarak ke Jalan Lingkar Luar terhadap Nilai Jual Properti Perumahan di Kecamatan Depok Sleman Yogyakarta,” *Jurnal Survey dan Penilaian*, Vol. 001, Jakarta.
- Augusty Ferdinand , 2006, *Metode Penelitian Manajemen, Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen* , Edisi 2, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Daljoeni, 1987. *Geografi Kota dan Desa*, Alumni, Bandung.
- Doli Siregar, 1999. *Pemahaman Investasi dan Pasar Properti dalam Proses Pengambilan Keputusan*, SGT-BI Research Division, Jakarta.
- Edih Mulyadi, 2005, ”*Pengaruh Pertumbuhan Tenaga Kerja Sektor Industri Terhadap Permintaan Perumahan Sederhana dan Sangat Sederhana di Kabupaten Bekasi*,” Direktorat PBB dan BPHTB, Jakarta.
- Engel, James F, Blackwell, Roger D and Miniard, Paul W, 1994, *Perilaku Konsumen Jilid I*, Binarupa Aksara, Jakarta,
- Gujarati, Damodar, 1997. *Ekonometrika Dasar*. Jakarta. Erlangga. Terjemahan : Sumarno Zain.
- Iman Ghozali, 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ismail, 2004. ”Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Jumlah Rumah yang diminta di Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta,” *Jurnal Survey dan Penilaian*, Vol. 028, Jakarta.

- Karsidi.2002. "Analisis Permintaan Dan Penawaran Rumah Sederhana Di Kota Semarang". *Tesis Tidak Dipublikasikan*, Universitas Diponegoro Semarang.
- Lusht Kenneth M, 1997. *Real Estate Valuation Principles and Application*, Chicago:Irwin.
- Mudrajat Kuncoro, 2001. *Metode Kuantitatif Teori dan Aplikasi Untuk Bisnis dan Ekonomi*, UPP AMP YKPN, Yogyakarta.
- Mulyo Hendarto, 2006. *Materi Perkuliahan Ekonomi Perkotaan*, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Muara Nanga, 2001. *Makro Ekonomi-Teori, Masalah, dan Kebijakan*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Pandju, 1999. *Pengadaan Perumahan Perkotaan dengan Peran Serta Masyarakat Berpenghasilan Rendah*, Alumni, Bandung.
- Sadono Sukirno, 2003. *Pengantar Teori Mikroekonomi*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Said Kelana,1996. *Teori Ekonomi Mikro*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Surat Keputusan Bersama Menteri Dalam Negeri, Menteri Pekerjaan Umum, dan Menteri Negara Perumahan Rakyat No. 634-384 Tahun 1992, No. 739/KPTA/1992 tentang *Pedoman Pembangunan Perumahan dan Permukiman dengan Lingkungan Hunian yang Berimbang*.
- Sulvian, Arthur O, 2000. *Urban Economics 4th edition*, Irwin McGraw-Hill, USA.
- Yuni Yoga Kinarso, 2004. " Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan Rumah Sederhana di Kotamadya Bandung, " *Jurnal Survey dan Penilaian*, Vol. 028, Jakarta.
-, *Wika Reality*, <http://www.wikareality.com>

KUESIONER PENELITIAN
ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUTUSAN PEMBELIAN RUMAH
DI PERUMAHAN TAMANSARI MAJAPAHIT SEMARANG
digunakan dalam rangka penyusunan skripsi
pada program S1 Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro

Petunjuk Umum Pengisian Kuesioner:

1. Kuesioner ini diharapkan diisi oleh Kepala Keluarga (KK), jika Kepala Keluarga berhalangan dapat diisi oleh anggota keluarga yang lain yang telah dewasa.
2. Pilih salah satu jawaban yang berupa pilihan dengan memberi tanda silang (X) pada kotak yang disediakan.
3. Jika jawaban yang tersedia tidak sesuai, silahkan mengisi dengan pendapat sendiri.
4. Sangat diharapkan, kuesioner ini diisi dengan lengkap dan benar.

A. Identitas Responden

1. Nama (*boleh tidak diisi*) :
2. Alamat :
3. Jenis Kelamin : Pria Wanita
4. Usia : < 30th 40 - 50th
 30 - 40th > 50th
5. Status Martial : Menikah Tidak/Belum
6. Pendidikan Terakhir : SLTP Diploma
 SLTA S1/S2/S3
7. Pekerjaan : PNS Profesional
 TNI/Polri Wiraswasta
 Pegawai Swasta Lainnya, sebutkan.....
8. Penghasilan Perbulan : < Rp 1 jt Rp 4 - 8 jt
 Rp 1 - 4 jt > Rp 8 jt
9. Type Rumah : T. 37/90 T.60/120
 T.45/90 T.100/150
 T.55/120

10 Status Rumah : Rumah Sendiri Lainnya, sebutkan.....
 Sewa/Kontrak

B. Pertanyaan Kuesioner

B1. Harga

1. Harga rumah sesuai / terjangkau dengan segmentasi konsumen yang dituju oleh pengembang ?
- | | | | |
|--------------------------|-------------------|--------------------------|-------------------------|
| <input type="checkbox"/> | Sangat terjangkau | <input type="checkbox"/> | Tidak terjangkau |
| <input type="checkbox"/> | Terjangkau | <input type="checkbox"/> | Sangat Tidak terjangkau |
| <input type="checkbox"/> | Cukup terjangkau | | |
2. Harga rumah sesuai dengan kualitas Rumah ?
- | | | | |
|--------------------------|---------------|--------------------------|---------------------|
| <input type="checkbox"/> | Sangat Sesuai | <input type="checkbox"/> | Tidak Sesuai |
| <input type="checkbox"/> | Sesuai | <input type="checkbox"/> | Sangat Tidak Sesuai |
| <input type="checkbox"/> | Cukup sesuai | | |
3. Harga rumah sesuai dengan manfaat yang diterima ?
- | | | | |
|--------------------------|---------------|--------------------------|---------------------|
| <input type="checkbox"/> | Sangat sesuai | <input type="checkbox"/> | Tidak Sesuai |
| <input type="checkbox"/> | Sesuai | <input type="checkbox"/> | Sangat Tidak Sesuai |
| <input type="checkbox"/> | Cukup Sesuai | | |

B2. Fasilitas

1. Fasilitas perumahan yang disediakan oleh pengembang cukup lengkap ?
- | | | | |
|--------------------------|----------------|--------------------------|----------------------|
| <input type="checkbox"/> | Sangat Lengkap | <input type="checkbox"/> | Tidak Lengkap |
| <input type="checkbox"/> | Lengkap | <input type="checkbox"/> | Sangat Tidak Lengkap |
| <input type="checkbox"/> | Cukup Lengkap | | |
2. Fasilitas perumahan sesuai dengan Kebutuhan
- | | | | |
|--------------------------|---------------|--------------------------|---------------------|
| <input type="checkbox"/> | Sangat sesuai | <input type="checkbox"/> | Tidak Sesuai |
| <input type="checkbox"/> | Sesuai | <input type="checkbox"/> | Sangat Tidak Sesuai |
| <input type="checkbox"/> | Cukup sesuai | | |

3. Fasilitas perumahan mampu melayani seluruh penghuni perumahan
- | | | | |
|--------------------------|---------------|--------------------------|---------------------|
| <input type="checkbox"/> | Sangat Setuju | <input type="checkbox"/> | Tidak Setuju |
| <input type="checkbox"/> | Setuju | <input type="checkbox"/> | Sangat Tidak Setuju |
| <input type="checkbox"/> | Ragu-ragu | | |

B3. Lokasi

1. Lokasi perumahan mudah dijangkau
- | | | | |
|--------------------------|---------------|--------------------------|---------------------|
| <input type="checkbox"/> | Sangat Setuju | <input type="checkbox"/> | Tidak Setuju |
| <input type="checkbox"/> | Setuju | <input type="checkbox"/> | Sangat Tidak Setuju |
| <input type="checkbox"/> | Ragu-ragu | | |

2. Akses menuju lokasi perumahan Lancar ?
- | | | | |
|--------------------------|---------------|--------------------------|---------------------|
| <input type="checkbox"/> | Sangat Setuju | <input type="checkbox"/> | Tidak Setuju |
| <input type="checkbox"/> | Setuju | <input type="checkbox"/> | Sangat Tidak Setuju |
| <input type="checkbox"/> | Ragu-ragu | | |

3. Lokasi perumahan dekat dengan pusat kota ?
- | | | | |
|--------------------------|---------------|--------------------------|---------------------|
| <input type="checkbox"/> | Sangat Setuju | <input type="checkbox"/> | Tidak Setuju |
| <input type="checkbox"/> | Setuju | <input type="checkbox"/> | Sangat Tidak Setuju |
| <input type="checkbox"/> | Ragu-ragu | | |

4. Lokasi perumahan dekat dengan tempat kerja/ aktivitas ?
- | | | | |
|--------------------------|---------------|--------------------------|---------------------|
| <input type="checkbox"/> | Sangat Setuju | <input type="checkbox"/> | Tidak Setuju |
| <input type="checkbox"/> | Setuju | <input type="checkbox"/> | Sangat Tidak Setuju |
| <input type="checkbox"/> | Ragu-ragu | | |

B4. Lingkungan

1. Lingkungan perumahan mempunyai udara yang bersih dan segar?
- | | | | |
|--------------------------|---------------|--------------------------|--------------|
| <input type="checkbox"/> | Sangat Setuju | <input type="checkbox"/> | Tidak Setuju |
|--------------------------|---------------|--------------------------|--------------|

- | | | |
|--|--|--|
| | <input type="checkbox"/> Setuju | <input type="checkbox"/> Sangat Tidak Setuju |
| | <input type="checkbox"/> Ragu-ragu | |
| 2. Persediaan air bersih di lingkungan perumahan memadai ? | <input type="checkbox"/> Sangat Setuju | <input type="checkbox"/> Tidak Setuju |
| | <input type="checkbox"/> Setuju | <input type="checkbox"/> Sangat Tidak Setuju |
| | <input type="checkbox"/> Ragu-ragu | |
| 3. Lingkungan perumahan di kawasan bebas banjir ? | <input type="checkbox"/> Sangat Setuju | <input type="checkbox"/> Tidak Setuju |
| | <input type="checkbox"/> Setuju | <input type="checkbox"/> Sangat Tidak Setuju |
| | <input type="checkbox"/> Ragu-ragu | |
| 4. Kondisi lingkungan di perumahan cukup aman ? | <input type="checkbox"/> Sangat Setuju | <input type="checkbox"/> Tidak Setuju |
| | <input type="checkbox"/> Setuju | <input type="checkbox"/> Sangat Tidak Setuju |
| | <input type="checkbox"/> Ragu-ragu | |
| 5. Lingkungan perumahan cukup tenang sehingga privasi penghuni terjaga ? | <input type="checkbox"/> Sangat Setuju | <input type="checkbox"/> Tidak Setuju |
| | <input type="checkbox"/> Setuju | <input type="checkbox"/> Sangat Tidak Setuju |
| | <input type="checkbox"/> Ragu-ragu | |

B5. Pendapatan

- | | | |
|--|--|--|
| 1. Penawaran yang diberikan oleh Perumahan Tamansari Majapahit Semarang sesuai dengan pendapatan saya? | <input type="checkbox"/> Sangat Sesuai | <input type="checkbox"/> Tidak Sesuai |
| | <input type="checkbox"/> Sesuai | <input type="checkbox"/> Sangat Tidak Sesuai |
| | <input type="checkbox"/> Ragu-ragu | |

2. Saya selalu memiliki daya beli untuk melakukan pembelian atas produk perumahan Tamansari Majapahit Semarang ?
- Sangat Setuju Tidak Setuju
- Setuju Sangat Tidak Setuju
- Ragu-ragu
3. Saya selalu memiliki sumber pendapatan lain untuk melakukan pembelian produk Tamansari Majapahit Semarang ?
- Sangat Setuju Tidak Setuju
- Setuju Sangat Tidak Setuju
- Ragu-ragu

B6 Harga Substitusi

1. Saya lebih memilih perumahan ini dibanding perumahan lainnya karena harga yang ditawarkan lebih sesuai dengan kriteria yang saya inginkan?
- Sangat Setuju Tidak Setuju
- Setuju Sangat Tidak Setuju
- Ragu-ragu
2. Saya lebih memilih perumahan ini dibanding perumahan lainnya karena fasilitas yang ditawarkan lebih sesuai dengan kriteria saya?
- Sangat Setuju Tidak Setuju
- Setuju Sangat Tidak Setuju
- Ragu-ragu
3. Saya lebih memilih perumahan ini dibandingkan dengan perumahan yang lain karena lokasi yang di tawarkan sesuai dengan kriteria yang saya inginkan
- Sangat Setuju Tidak Setuju
- Setuju Sangat Tidak Setuju
- Ragu-ragu
4. Saya lebih memilih perumahan ini dibandingkan dengan perumahan yang lain karena lingkungan yang di tawarkan sesuai dengan kriteria yang saya inginkan?
- Sangat Setuju Tidak Setuju
- Setuju Sangat Tidak Setuju
- Ragu-ragu

B7 **Keputusan Pembelian Rumah**

- 1 Ketika anda membeli perumahan ini di Semarang, and benar-benar telah merasa mantap/yakin
- Sangat Setuju
- Setuju
- Ragu-ragu
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju
- 2 Setelah memutuskan membeli rumah di Perumahan Tamansari Majapahit Semarang, anda merasa bahwa keputusan tersebut tepat bagi anda?
- Sangat Setuju
- Setuju
- Ragu-ragu
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju
- 3 Penawaran yang diberikan oleh Perumahan Tamansari Majapahit Semarang mendorong saya untuk melakukan pembelian?
- Sangat Setuju
- Setuju
- Ragu-ragu
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

Peneliti :

Intan Sari Z R

C2B307011

Mahasiswi Fakultas Ekonomi UNDIP Semarang

No	x1	x2	x3	Harga	x4	x5	x6	Fasilitas	x7	x8	x9	x10	Lokasi	x11	x12	x13	x14	x15	Lingkungan	x16	x17	x18	Pendapatan	x19	x20	x21	x22	HargaSubst	x23	x24	x25	Ke
1	2	3	3	2.67	4	5	4	4.33	3	3	3	3	3.00	3	3	5	4	3	3.60	4	3	4	3.67	4	4	4	5	4.25	4	4	5	
2	5	5	5	5.00	2	3	3	2.67	2	2	1	1	1.50	2	3	2	2	2	2.20	3	3	2	2.67	5	5	5	4	4.75	3	3	5	
3	4	5	5	4.67	3	4	3	3.33	4	5	4	4	4.25	1	2	2	2	2	1.80	4	4	4	4.00	2	2	2	2	2.00	5	4	4	
4	1	2	2	1.67	4	5	4	4.33	4	5	5	4	4.50	5	5	5	4	5	4.80	5	4	5	4.67	2	1	2	2	1.75	4	4	5	
5	5	4	5	4.67	3	4	4	3.67	2	1	1	1	1.25	3	2	3	2	2	2.40	4	5	4	4.33	5	5	5	5	5.00	4	5	4	
6	3	3	4	3.33	4	3	3	3.33	5	5	4	5	4.75	2	2	2	2	3	2.20	3	3	2	2.67	2	2	2	3	2.25	3	4	4	
7	5	5	4	4.67	5	5	5	5.00	3	4	3	3	3.25	5	3	5	3	3	3.80	4	4	4	4.00	5	4	5	4	4.50	5	5	5	
8	3	2	2	2.33	5	5	4	4.67	4	3	3	4	3.50	4	4	5	3	4	4.00	5	5	5	5.00	2	3	2	3	2.50	4	5	4	
9	5	5	5	5.00	4	3	4	3.67	5	4	4	5	4.50	5	3	4	3	3	3.60	4	4	3	3.67	5	5	4	5	4.75	5	5	5	
10	2	3	3	2.67	5	3	4	4.00	5	5	5	4	4.75	2	1	1	2	1	1.40	2	3	4	3.00	4	4	4	4	4.00	4	4	4	
11	2	3	2	2.33	4	5	5	4.67	2	1	2	1	1.50	5	5	5	5	5	5.00	3	2	2	2.33	5	5	5	5	5.00	3	4	5	
12	3	4	3	3.33	4	3	3	3.33	5	5	5	5	5.00	5	4	5	5	5	4.80	2	1	1	1.33	3	3	4	4	3.50	4	4	4	
13	2	2	3	2.33	3	2	3	2.67	2	1	1	1	1.25	3	2	3	2	2	2.40	4	5	4	4.33	3	4	3	3	3.25	4	3	3	
14	4	4	3	3.67	4	3	4	3.67	4	5	5	5	4.75	4	3	4	4	4	3.80	5	4	5	4.67	4	3	4	4	3.75	5	5	5	
15	4	4	4	4.00	3	4	4	3.67	5	4	4	5	4.50	5	5	5	5	5	5.00	3	2	2	2.33	3	2	2	2	2.25	5	5	4	
16	5	5	5	5.00	3	2	2	2.33	2	1	2	2	1.75	4	5	5	5	4	4.60	5	5	4	4.67	5	5	5	4	4.75	5	4	4	
17	3	4	3	3.33	2	3	1	2.00	5	5	5	5	5.00	1	2	2	1	2	1.60	3	2	3	2.67	4	4	3	4	3.75	4	3	3	
18	5	5	5	5.00	4	3	3	3.33	3	4	4	4	3.75	4	5	5	4	5	4.60	3	4	5	4.00	4	5	5	3	4.25	5	5	4	
19	2	1	2	1.67	4	5	5	4.67	2	2	2	3	2.25	5	5	5	5	5	5.00	5	5	5	5.00	5	5	5	4	4.75	5	5	5	
20	2	2	2	2.00	4	3	3	3.33	1	2	2	2	1.75	4	3	3	3	3	3.20	4	5	5	4.67	3	2	2	3	2.50	3	4	4	
21	1	2	2	1.67	5	4	4	4.33	4	5	5	5	4.75	3	4	3	4	4	3.60	3	4	4	3.67	4	5	4	5	4.50	5	5	4	
22	4	5	5	4.67	5	5	5	5.00	5	4	4	5	4.50	3	4	4	3	3	3.40	4	4	4	4.00	3	4	3	4	3.50	5	5	5	
23	4	3	3	3.33	5	3	5	4.33	4	4	5	4	4.25	2	2	3	2	3	2.40	1	2	2	1.67	4	4	3	4	3.75	3	4	4	
24	3	5	5	4.33	3	3	4	3.33	2	2	1	1	1.50	4	5	4	4	4	4.20	4	4	3	3.67	3	3	4	2	3.00	4	4	4	
25	3	2	4	3.00	2	2	3	2.33	2	2	2	2	2.00	5	5	5	5	5	5.00	3	2	2	2.33	4	3	4	5	4.00	4	3	3	
26	5	3	5	4.33	5	5	5	5.00	3	4	4	3	3.50	5	5	5	5	4	4.80	5	4	4	4.33	1	2	1	1	1.25	5	5	5	
27	5	5	5	5.00	3	5	3	3.67	4	3	4	4	3.75	5	5	5	5	5	5.00	3	3	3	3.00	3	3	3	3	3.00	3	3	4	
28	4	5	5	4.67	2	2	3	2.33	3	2	3	3	2.75	5	5	4	5	5	4.80	5	5	5	5.00	3	4	4	4	3.75	5	4	4	
29	5	3	4	4.00	3	2	2	2.33	4	3	4	4	3.75	2	2	3	2	2	2.20	4	3	4	3.67	2	1	1	2	1.50	3	4	3	
30	4	4	4	4.00	4	3	4	3.67	5	5	5	5	5.00	2	2	2	1	2	1.80	5	5	5	5.00	4	3	4	3	3.50	4	4	4	

VALIDITAS DAN RELIABILITAS

- HARGA**

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.910	.912	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x1	7.33	5.264	.805	.672	.886
x2	7.23	5.564	.794	.650	.892
x3	7.10	5.610	.867	.751	.836

- FASILITAS**

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.821	.824	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x4	7.20	3.614	.657	.483	.772
x5	7.33	3.333	.621	.410	.815
x6	7.27	3.306	.758	.581	.672

- **LOKASI**

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.966	.967	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x7	10.20	17.269	.896	.832	.962
x8	10.30	15.666	.906	.840	.958
x9	10.27	15.789	.932	.882	.950
x10	10.23	15.357	.937	.892	.949

- **LINGKUNGAN**

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.965	.965	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x11	14.23	24.323	.871	.789	.961
x12	14.30	24.148	.907	.861	.955
x13	14.03	24.999	.881	.791	.959
x14	14.43	23.771	.923	.862	.952
x15	14.33	24.782	.918	.868	.954

• **PENDAPATAN**

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.910	.910	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x16	7.27	5.030	.779	.614	.904

x17	7.37	4.309	.860	.743	.834
x18	7.37	4.309	.825	.700	.866

- HARGA SUBSTITUSI**

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.940	.940	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x19	10.50	11.017	.905	.836	.906
x20	10.53	10.533	.865	.753	.919
x21	10.57	10.461	.878	.819	.914
x22	10.50	11.914	.786	.645	.942

- KEPUTUSAN PEMBELIAN**

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.721	.719	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x23	8.43	1.426	.541	.423	.638
x24	8.37	1.344	.712	.517	.411
x25	8.40	1.903	.399	.225	.785

HASIL OLAH DATA REGRESI

Regression

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	HargaSubst, Fasilitas, Pendaptan, Lingkungan, Harga, Lokasi ^a		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: KeptPembelian

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.867 ^a	.751	.686	.32415	2.033

a. Predictors: (Constant), HargaSubst, Fasilitas, Pendaptan, Lingkungan, Harga, Lokasi

b. Dependent Variable: KeptPembelian

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	7.291	6	1.215	11.564	.000 ^a
	Residual	2.417	23	.105		
	Total	9.707	29			

a. Predictors: (Constant), HargaSubst, Fasilitas, Pendaptan, Lingkungan, Harga, Lokasi

b. Dependent Variable: KeptPembelian

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.117	.525		.223	.825		
Harga	.135	.055	.268	2.472	.021	.921	1.086
Fasilitas	.318	.077	.486	4.153	.000	.789	1.267
Lokasi	.148	.053	.340	2.816	.010	.745	1.343
Lingkungan	.139	.052	.296	2.668	.014	.879	1.137
Pendaptan	.246	.061	.443	4.042	.001	.902	1.109
HargaSubst	.150	.059	.283	2.523	.019	.861	1.161

a. Dependent Variable: KeptPembelian

Coefficient Correlations^a

Model		HargaSubst	Fasilitas	Pendaptan	Lingkungan	Harga	Lokasi	
1	Correlations	HargaSubst	1.000	-.134	.179	.054	-.109	.353
		Fasilitas	-.134	1.000	-.197	-.287	.268	-.312
		Pendaptan	.179	-.197	1.000	.048	-.050	.272
		Lingkungan	.054	-.287	.048	1.000	-.044	.262
		Harga	-.109	.268	-.050	-.044	1.000	-.100
		Lokasi	.353	-.312	.272	.262	-.100	1.000
1	Covariances	HargaSubst	.004	.000	.001	.000	.000	.001
		Fasilitas	.000	.006	.000	-.001	.001	-.001
		Pendaptan	.001	.000	.004	.000	.000	.001
		Lingkungan	.000	-.001	.000	.003	.000	.001
		Harga	.000	.001	.000	.000	.003	.000
		Lokasi	.001	-.001	.001	.001	.000	.003

a. Dependent Variable: KeptPembelian

Collinearity Diagnostics^a

Dimensi	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions							
			(Constant)	Harga	Fasilitas	Lokasi	Lingkungan	Pendapatan	HargaSubstansi	
1	6.530	1.000	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00
2	.157	6.448	.00	.00	.00	.43	.07	.01	.07	.07
3	.109	7.746	.00	.34	.05	.00	.24	.01	.08	.08
4	.082	8.945	.00	.08	.01	.03	.01	.38	.35	.35
5	.079	9.100	.00	.23	.03	.00	.43	.18	.12	.12
6	.033	14.166	.00	.19	.84	.28	.16	.16	.12	.12
7	.011	24.679	1.00	.15	.07	.25	.09	.25	.27	.27

a. Dependent Variable:
KeptPembelian

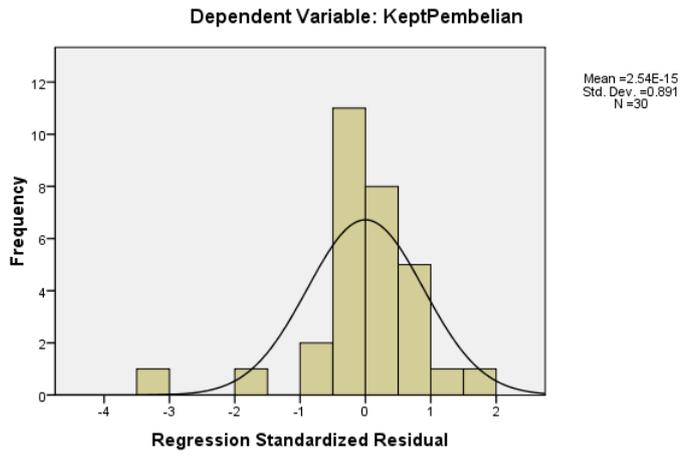
Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	3.3504	5.0042	4.1889	.50140	30
Std. Predicted Value	-1.672	1.626	.000	1.000	30
Standard Error of Predicted Value	.098	.195	.155	.022	30
Adjusted Predicted Value	3.3567	5.0053	4.1859	.50289	30
Residual	-1.06343	.57025	.00000	.28868	30
Std. Residual	-3.281	1.759	.000	.891	30
Stud. Residual	-3.597	1.987	.004	.998	30
Deleted Residual	-1.27813	.72766	.00301	.36304	30
Stud. Deleted Residual	-5.318	2.136	-.053	1.250	30
Mahal. Distance	1.685	9.481	5.800	1.797	30
Cook's Distance	.000	.373	.036	.077	30
Centered Leverage Value	.058	.327	.200	.062	30

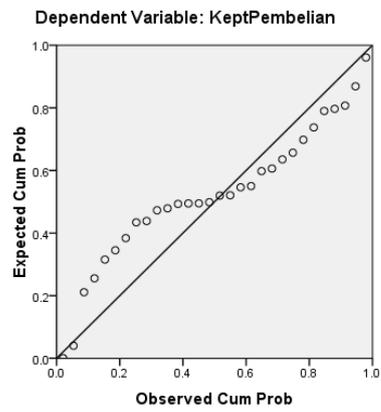
a. Dependent Variable: KeptPembelian

Charts

Histogram



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Scatterplot

Dependent Variable: KeptPembelian

