

**PENGARUH HARGA, LOKASI, KUALITAS BANGUNAN, DAN  
LINGKUNGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN RUMAH DI  
PERUMAHAN BUKIT BARISAN II PESAWARAN**

**(Skripsi)**

Oleh

***Abdur Rahman Saris***



**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG  
2018**

## **ABSTRACT**

### **EFFECT OF PRICE, LOCATION, BUILDING QUALITY, AND ENVIRONMENT TO PURCHASE DECISION HOUSE IN PERUMAHAN BUKIT BARISAN II PESAWARAN**

**By:**

**ABDUR RAHMAN HARIS**

Purchasing decisions are one part of consumer behavior that refers to the behavior of buying the ultimate consumer, who buys goods or services for consumption. The buying decision process on everyone is basically the same, but the decision-making process will be colored by personality traits, age, income, gender, lifestyle, education level, marital status and type of work.

Based on preliminary research conducted at Perumahan Bukit Barisan II Pesawaran , known that the decision to purchase a house in the housing is still relatively low. The purpose of this research is to obtain data and to know the positive influence of price, location, building quality and environment to decision of house purchase in Perumahan Bukit Barisan II Pesawaran. The population of this study is all home buyers in Perumahan Bukit Barisan II Pesawaran amounted to 105. Sampling technique is Sampling Proportional Methode using Slovin formula obtained as many as 83 respondents. The method used is descriptive verification by using epost facto approach and survey. The results showed that there is simultaneous influence price, location, quality of buildings and environment terhadap decision purchase home in Bukit Barisan II housing Pesawaran.

Based on the analysis obtained  $F_{count} 13.472 > F_{tabel} 2.49$  which is shown by multiple linear regression with coefficient of determination ( $r^2$ ) 0,409 which means that consumer purchase decision influenced by price variable, location, building quality and environment equal to 40,9% and 59,1% influenced by another factor.

**Keywords:** purchase decision, price, location, building quality, environment.

## ABSTRAK

### PENGARUH HARGA, LOKASI, KUALITAS BANGUNAN, DAN LINGKUNGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN RUMAH DI PERUMAHAN BUKIT BARISAN II PESAWARAN

Oleh:

**ABDUR RAHMAN HARIS**

Keputusan pembelian merupakan salah satu bagian dari perilaku konsumen yang menunjuk pada perilaku membeli konsumen akhir, yang membeli barang atau jasa untuk dikonsumsi. Proses pengambilan keputusan pembelian pada setiap orang pada dasarnya adalah sama, namun proses pengambilan keputusan tersebut akan diwarnai oleh ciri kepribadian, usia, pendapatan, jenis kelamin, gaya hidup, tingkat pendidikan, status perkawinan dan jenis pekerjaannya.

Berdasarkan penelitian pendahuluan yang dilakukan di Perumahan Bukit Barisan II Pesawaran, diketahui bahwa keputusan pembelian rumah di perumahan tersebut masih tergolong rendah. Tujuan penelitian ini adalah untuk memperoleh data dan mengetahui pengaruh positif harga, lokasi, kualitas bangunan dan lingkungan terhadap keputusan pembelian rumah di Perumahan Bukit Barisan II Pesawaran. Populasi penelitian ini adalah seluruh pembeli rumah di Perumahan Bukit Barisan II Pesawaran yang berjumlah 105. Teknik pengambilan sampling yaitu *Sampling Proportional Methode* dengan menggunakan rumus *Slovin* didapat sebanyak 83 responden. Metode yang digunakan adalah deskriptif verifikatif dengan menggunakan pendekatan *ecpost facto* dan *survey*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh secara simultan harga, lokasi, kualitas bangunan dan lingkungan terhadap keputusan pembelian rumah di Perumahan Bukit Barisan II Pesawaran.

Berdasarkan analisis diperoleh  $F_{hitung} 13,472 > F_{tabel} 2,49$  yang ditunjukkan dengan regresi linier multiple dengan koefisien determinasi ( $r^2$ ) 0,409 yang berarti keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh variabel harga, lokasi, kualitas bangunan dan lingkungan sebesar 40,9 % dan 59,1 % dipengaruhi oleh faktor lain.

**Kata kunci:** keputusan pembelian, harga, lokasi, kualitas bangunan, lingkungan.

**PENGARUH HARGA, LOKASI, KUALITAS BANGUNAN, DAN  
LINGKUNGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN RUMAH DI  
PERUMAHAN BUKIT BARISAN II PESAWARAN**

Oleh

***ABDUR RAHMAN SARIS***

**Skripsi**

Sebagai salah satu syarat mencapai gelar  
**SARJANA PENDIDIKAN**

**Pada**

Program Studi Pendidikan Ekonomi  
Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial



**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG  
2017**

Judul Skripsi : **PENGARUH HARGA, LOKASI, KUALITAS BANGUNAN,  
DAN LINGKUNGAN TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN RUMAH DI PERUMAHAN BUKIT  
BARISAN II PESAWARAN**

Nama Mahasiswa : **Abdur Rahman Haris**

No. Pokok Mahasiswa : **1413031001**

Program Studi : **Pendidikan Ekonomi**

Jurusan : **Pendidikan IPS**

Fakultas : **Keguruan dan Ilmu Pendidikan**

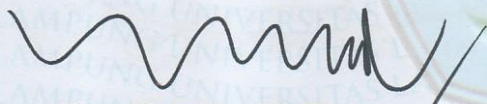


**MENYETUJUI**

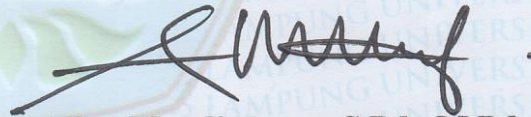
**1. Komisi Pembimbing**

Pembimbing I,

Pembimbing II,



**Drs. Nurdin, M.Si.**  
NIP 19600817 198603 1 003



**Albet Maydiantoro, S.Pd., M.Pd.**  
NIP 19870504 201404 1 001

**2. Mengetahui**

Ketua Jurusan  
Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

Ketua Program Studi  
Pendidikan Ekonomi



**Drs. Zulkarnain, M.Si.**  
NIP 19600111 198703 1 001

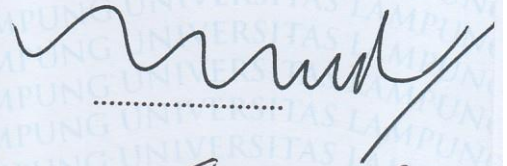


**Drs. Tedi Rusman, M.Si.**  
NIP 19600826 198603 1 001

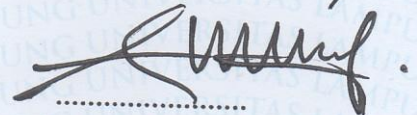
**MENGESAHKAN**

1. Tim Penguji

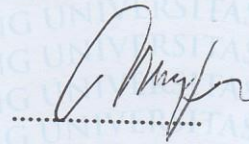
Ketua : **Drs. Nurdin, M.Si.**



Sekretaris : **Albet Maydiantoro, S.Pd., M.Pd.**



Penguji  
Bukan Pembimbing : **Drs. Yon Rizal, M.Si.**



Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan

**Dr. Muhammad Fuad, M.Hum.**

NIP 19590722 198603 1 003

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : **15 Februari 2018**



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN**

Jln. Soemantri Brojonegoro No.1 Gedung Meneng  
Bandar Lampung 35145  
Telpon (0721) 704 624 *faximile* (0721) 704 624

---

**SURAT PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Abdur Rahman Haris  
NPM : 1413031001  
Jurusan / Program Studi : Pendidikan IPS / Pendidikan Ekonomi  
Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan  
Alamat : Jalan Poros Bratasena Pendowo Asri RT/RW  
004/005 Kecamatan Dente Teladas Kabupaten  
Tulang Bawang.

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali disebutkan didalam daftar pustaka.

Bandarlampung, 21 Februari 2018



Abdur Rahman Haris  
NPM. 1413031001

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Penulis di lahirkan di Desa Sumber Sari , Tulang Bawang, Provinsi Lampung pada tanggal 20 Desember 1993 dengan nama lengkap Abdur Rahman Haris. Penulis merupakan anak ketiga dari empat bersaudara, pasangan Bapak Haris Sudin Yusuf dan Ibu Siti Nurinah.

Pendidikan formal yang diselesaikan penulis.

1. SD Negeri 1 Kalirejo diselesaikan pada tahun 2006
2. SMP Negeri 1 Kalirejo sampai dengan tahun 2008
3. SMP Negeri 1 Dente Teladas diselesaikan pada tahun 2009
4. SMA Mandala utama Bratasena diselesaikan pada tahun 2012

Pada tahun 2014, penulis diterima sebagai mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Jurusan IPS Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (FKIP) Universitas Lampung melalui jalur SBMPTN. Pada tahun 2017, penulis mengikuti Kuliah Kerja Lapangan (KKL) ke Solo, Bali, Malang, Yogyakarta dan Bandung. Pada bulan Juli - September mengikuti Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Gunung Sugih, Kecamatan Balik Bukit, Kabupaten Lampung Barat dan Program Pengalaman Lapangan (PPL) di MAN 1 Lampung barat.

Penulis,

Abdur rahman Haris





## **PERSEMBAHAN**

*Alhamdulillahirobbil alamin, segala puji untuk Mu Allah SWT atas segala kemudahan, limpahan rahmat dan karunia yang Engkau berikan selama ini.*

Dengan Bangga Kupersembahkan Karya Ini sebagai tanda bakti dan cinta tulus kepada

### ***BAPAK & MAMAK TERCINTA***

Dengan Penuh Keikhlasan, Kesabaran Membimbing serta Mendidikku agar Menjadi Manusia yang Lebih Baik di Dunia dan Akhirat. Selalu Berdoa, Memberi Nasehat dan Semangat untuk Masa Depan yang Lebih Baik. Terima Kasih atas Do'a, Nasehat, Pengorbanan, Kesabaran, Sayang serta Didikanmu selalu Mendampingiku dalam Keseharianku.

### ***KELUARGA BESARKU***

Terima Kasih telah Menjagaku dengan Penuh Kesabaran, Kasih Sayang serta Pengorbanan yang Tidak Akan Kulupakan Seumur Hidupku.

### ***PARA PENDIDIK***

Terima kasih Telah Berbagi Ilmu dan Pengalaman untuk Bekal Menghadapi Kehidupan.

### ***SAHABAT-SAHABATKU***

Terima kasih Telah Memberikan Warna dalam Hidup.

### ***ALMAMATER TERCINTA UNIVERSITAS LAMPUNG***

## Motto

*“Tidak ada balasan kebaikan kecuali kebaikan (pula). Maka nikmat tuhan kamu yang manakah yang kamu dustakan.” (QS. Arrahman : 60-61)*

*“Tetapi orang yang bersabar dan memaafkan sesungguhnya (perbuatan) yang demikian itu termasuk hal-hal yang diutamakan.” (QS. Asy-Syuura: 43)*

*“Sesungguhnya bersyukur akan menambah kenikmatan Allah, dan perbanyaklah berdo'a.” (HR. Ath-Thabrani)*

*“Hidup itu seperti proses pembuatan ikan asin, kadang kita merasakan teduh dan adakalanya kita merasakan panasnya terik matahari, selama proses janganlah mengeluh atau iri, karena semua orang pasti akan merasakan dua hal tersebut.” (Abdur Rahman Haris)*

## SANWACANA

Alhamdulillah rabbil'alamin, dengan mengucapkan puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah, petunjuk dan kemudahan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Harga, Lokasi, Kualitas Bangunan, dan Lingkungan terhadap Keputusan Pembelian Rumah di Perumahan Bukit Barisan II Pesawaran”**. Shalawat beserta salam tetap tersanjung agungkan kepada Nabi kita Rasulullah Muhammad *shallallahu 'alaihi wa salam*.

Selesainya penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, motivasi, bimbingan dan saran dari semua pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Muhammad Fuad, M.Hum., selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung.
2. Bapak Dr. Abdurrahman, M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kerja Sama Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung.
3. Bapak Drs. Hi. Buchori Asyik, M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Umum dan Keuangan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung.
4. Bapak Drs. Supriyadi, M.Pd., selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Alumni Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung.

5. Bapak Drs. Zulkarnain, M.Si., selaku Ketua Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung.
6. Bapak Drs. Tedi Rusman, M.Si., selaku Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung, dan sekaligus sebagai Dosen Pembimbing Akademik terima kasih atas saran, kritik, nasehat dan ilmu yang telah diberikan.
7. Bapak Drs. H. Nurdin ,M.Si., selaku pembimbing I dan pembimbing akademik yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran serta memberikan motivasi, arahan dan nasehat dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Bapak Albet Maydiantoro, S.Pd, M.Pd., selaku pembimbing II dan pembimbing akademik yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran serta memberikan motivasi, arahan dan nasehat dalam penyelesaian skripsi ini.
9. Bapak Drs. Yon Rizal, M.Si., selaku penguji skripsi penulis yang telah membantu mengarahkan dan memotivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Terimakasih kepada Bapak dan ibu Dosen pendidikan ekonomi Bapak Drs. I Komang Winatha, M.Si. ,Bapak Dr. Edy Purnomo, M.Pd. , Ibu Rahmah Dianti Putri, S.E., M.Pd., Ibu Dr. Pujiati , M.Pd dan Bunda Dr. Erlina Rupidah, M.Si.semoga Allah membalas ilmu yang telah bapak dan ibu ajarkan. Serta Kak Wardani, M.Pd. dan Om Herdi yang telah banyak membantu.

11. Bapak Yudi Handoko selaku pihak manajemen Direktur Utama PT. Siklus Jaya Abadi, terima kasih atas ketersediaannya memberikan kesempatan kepada saya untuk menjadikan Perumahan Bukit Barisan II Pesawaran sebagai tempat penelitian skripsi ini.
12. Kedua orang tuaku, Bapakku (Haris Sudin Yusuf) dan Mamaku (Siti Nurinah) yang sangat kukasihi dan kusayangi terima kasih atas limpahan kasih sayang semasa hidupmu dan selalu memberikan yang terbaik untukku.
13. Kakak – Kakakku ( Atikah Haris dan Usman Haris ) terimakasih telah memberiku motivasi dan nasehat nasehat yang benar benar membuatku percaya bahwa kerja keras selama proses tidak akan menghianti hasil.
14. Adikku , Lailatus Soimah terima kasih telah memberikan saran dan penyemangat untuk segera menyelesaikan skripsi ini.
15. Seluruh keluarga besarku, terima kasih telah turut menjagaku, merawatku, selalu berbagi kebahagiaan, memberi keceriaan dan memahamiku di saat-saat seperti apapun.
16. Sahabat terdekatku Yuni Riyanti, terima kasih karena telah menjadi seseorang yang penuh pengertian, selalu menemaniku dan membantuku dalam penyelesaian skripsi ini dan segala situasi.
17. Teman-teman seluruh angkatan 2014 Pendidikan Ekonomi terima kasih atas segala bantuan dan telah menjadi teman yang baik semasa kuliah ini.
18. Kakak dan adik tingkatku semuanya tanpa terkecuali terima kasih atas semua bantuan dan motivasinya.

19. Semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu oleh penulis.

Semoga segala bantuan, bimbingan, dorongan dan doa yang diberikan kepada penulis mendapat ridho dari Allah SWT. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Aamiin.

Bandar Lampung, Februari 2018  
Penulis,

Abdur Rahman haris

## DAFTAR ISI

Halaman

<b>HALAMAN SAMPUL</b>	
<b>DAFTAR ISI</b>	
<b>DAFTAR TABEL</b>	
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b>	

### I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah.....	7
C. Pembatasan Masalah.....	8
D. Rumusan Masalah .....	8
E. Tujuan Penelitian .....	9
F. Manfaat Penelitian .....	9
G. Ruang Lingkup Penelitian .....	10

### II. TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PIKIR DAN HIPOTESIS

A. Tinjauan Pustaka .....	11
1. Defiinsi Manajemen Pemasaran .....	11
2. Prilaku Konsumen .....	12
3. Pengertian Perumahan .....	17
4. Harga.....	20
5. Lokasi .....	23
6. Kualitas Bangunan.....	24
7. Lingkungan .....	26
B. Penelitian yang Relevan .....	27
C. Kerangka Pikir .....	30
D. Hipotesis.....	33

### III. METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	34
B. Populasi dan Sampel .....	35
1. Populasi .....	35
2. Sampel.....	36
3. Teknik Pengambilan Sampel.....	37
C. Variabel Penelitian .....	38
D. Definisi Konseptual dan Definisi Operasional Variabel .....	39
1. Definisi Konseptual Variabel .....	39
2. Definisi Operasional Variabel.....	40
E. Teknik Pengumpulan Data .....	46

1. Dokumentasi.....	46
2. Observasi .....	46
3. Wawancara .....	46
4. Kuisisioner (Angket).....	47
F. Uji Persyaratan Instrumen .....	48
1. Uji Validitas .....	48
2. Uji Reliabilitas.....	51
G. Uji Persyaratan Analisis Data .....	54
1. Uji Normalitas .....	54
2. Uji Homogenitas .....	54
H. Uji Asusmsi Klasik .....	55
1. Uji Kelinieritas Garis Regresi .....	55
2. Uji Multikolinieritas .....	57
3. Uji Autokorelasi .....	57
4. Uji Heteroskedastisitas .....	58
I. Uji Hipotesis .....	59
1. Pengujian Secara Parsial .....	59
2. Pengujian Secara Simultan .....	61

#### **IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Gambaran Umum Perusahaan.....	63
1. Sejarah Singkat Perusahaan.....	63
2. Tujuan Serta Visi Misi Perusahaan .....	64
3. Struktur Organisasi perusahaan.....	66
B. Gambaran Umum Responden.....	71
1. Berdasarkan Jenis Kelamin.....	71
2. Berdasarkan Umur/Usia.....	72
3. Berdasarkan Status Perkawinan.....	73
4. Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	73
5. Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	74
6. Berdasarkan Jumlah pendapatan.....	75
C. Deskripsi Data.....	76
1. Data Harga.....	77
2. Data Lokasi.....	79
3. Data Kualitas Bangunan.....	81
4. Data Lingkungan.....	83
5. Data Keputusan Pembelian.....	85
D. Uji Persyaratan Statistik Parametrik.....	87
1. Uji Normalitas Data.....	87
2. Uji Homogenitas Data.....	88
E. Uji Asumsi Klasik .....	89
1. Uji Linier Garis Regresi.....	89
2. Uji Multikolinearitas.....	92
3. Uji Autokorelasi.....	94
4. Uji Heterokedastisitas.....	95



F. Analisis Data.....	97
1. Pengujian Secara Parsial.....	97
2. Pengujian Secara Simultan.....	107
G. Pembahasan.....	110
1. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Rumah di Perumahan Bukit Barisan II Pesawaran.....	110
2. Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah di Perumahan Bukit Barisan II Pesawaran.....	112
3. Pengaruh Kualitas Bangunan Terhadap Keputusan Pembelian Rumah di Perumahan Bukit Barisan II Pesawaran.....	113
4. Pengaruh Lingkungan Terhadap Keputusan Pembelian Rumah di Perumahan Bukit Barisan II Pesawaran.....	115
5. Pengaruh Harga, Lokasi, Kualitas Bangunan dan Lingkungan Terhadap Keputusan Pembelian Rumah di Perumahan Bukit Barisan II Pesawaran.....	116

## **V. KESIMPULAN DAN SARAN**

A. Kesimpulan.....	121
B. Saran.....	123

## **DAFTAR PUSTAKA**

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Penjualan Rumah di Perumahan Bukit Barisan II Pesawaran Tahun 2014 – 2017 .....	5
2. Hasil Wawancara pada 20 Orang Responden yang Membeli Rumah di Perumahan Bukit Barisan II Pesawaran .....	6
3. Penelitian yang relevan.....	27
4. Jumlah Rumah di Perumahan Bukit Barisan II Pesawaran .....	36
5. Data Pengambilan Sampel di Perumahan Bukit Barisan II Pesawaran .....	38
6. Definisi Operasional Variabel .....	45
7. Rekapitulasi Hasil Uji Coba Validitas Angket .....	49
8. Interpretasi Reliabilitas Instrumen .....	52
9. Rekapitulasi Hasil Uji Coba Reliabilitas Angket .....	52
10. Pemegang Saham PT. Siklus Jaya Abadi .....	64
11. Jenis Kelamin Responden .....	71
12. Umur / Usia Responden .....	72
13. Status Perkawinan Responden .....	73
14. Tingkat Pendidikan Responden.....	74
15. Jenis Pekerjaan Responden.....	75
16. Tingkat Pendapatan Responden.....	75
17. Distribusi Frekuensi Variabel Harga ( $X_1$ ).....	77
18. Kategori Harga ( $X_1$ ) pada Perumahan Bukit Barisan II Pesawaran.....	78
19. Distribusi Frekuensi Variabel Lokasi ( $X_2$ ).....	79
20. Kategori Lokasi ( $X_2$ ) pada Perumahan Bukit Barisan II Pesawaran.....	80
21. Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Bangunan ( $X_3$ ).....	81
22. Kategori Kualitas Bangunan ( $X_3$ ) pada Perumahan Bukit Barisan II Pesawaran.....	82
23. Distribusi Frekuensi Variabel Lingkungan ( $X_4$ ).....	83
24. Kategori Lingkungan ( $X_4$ ) pada Perumahan Bukit Barisan II Pesawaran.....	84
25. Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	86
26. Kategori Keputusan Pembelian (Y) pada Perumahan Bukit Barisan II Pesawaran.....	86
27. Rekapitulasi Hasil Uji Linearitas Regresi.....	91

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Halaman</b>
1. Kerangka Konseptual Penelitian .....	32
2. Struktur Organisasi PT. Siklus Jaya Abadi.....	66
3. Struktur Developer Perumahan Bukit Barisan II.....	69

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran.	Halaman
1. Daftar Harga <i>Cash</i> dan Kredit Rumah di Perumahan Bukit Barisan II Pesawaran.....	127
2. Kisi – Kisi Angket.....	128
3. Angket Uji Coba.....	130
4. Uji Validitas dan Realibilitas Angket Uji Coba $X_1$ .....	134
5. Uji Validitas dan Realibilitas Angket Uji Coba $X_2$ .....	135
6. Uji Validitas dan Realibilitas Angket Uji Coba $X_3$ .....	136
7. Uji Validitas dan Realibilitas Angket Uji Coba $X_4$ .....	137
8. Uji Validitas dan Realibilitas Angket Uji Coba Y.....	138
9. Rekapitulasi Uji Validitas dan Realibilitas.....	139
10. Angket Penelitian.....	144
11. Data Interval Angket Penelitian $X_1$ ( Harga).....	148
12. Data Interval Angket Penelitian $X_2$ ( Lokasi).....	150
13. Data Interval Angket Penelitian $X_3$ ( Kualitas Bangunan).....	152
14. Data Interval Angket Penelitian $X_4$ ( Lingkungan).....	154
15. Data Interval Angket Penelitian Y ( Keputusan Pembelian).....	156
16. Uji Normalitas Data.....	158
17. Uji Homogenitas data.....	159
18. Uji Linearitas Garis Regresi.....	160
19. Uji Multikolinearitas.....	162
20. Uji Autokorelasi.....	163
21. Uji Heterokedastisitas.....	164
22. Regresi $X_1$ Terhadap Y.....	165
23. Regresi $X_2$ Terhadap Y.....	166
24. Regresi $X_3$ Terhadap Y.....	167
25. Regresi $X_4$ Terhadap Y.....	168
26. Regresi $X_1, X_2, X_3$ , dan $X_4$ Terhadap Y.....	169
27. Regresi $X_1, X_2, X_3$ , dan $X_4$ Terhadap Y menggunakan metode <i>stepwise</i> .....	170
28. Surat Pengajuan Judul.....	172
29. Surat Keterangan Penelitian Pendahuluan.....	173
30. Surat Keterangan Izin Penelitian.....	174
31. Surat Keterangan Dari PT. Siklus Jaya Abadi.....	175

## **I. PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

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

Salah satu kebutuhan manusia yang mendasar adalah masalah perumahan. Rumah sebagai tempat tinggal adalah salah satu kebutuhan pokok manusia selain pakaian dan makanan. Tiap manusia membutuhkan rumah untuk tempat berlindung dan sebagai tempat berkumpul dan berlangsungnya aktivitas keluarga. Sekaligus sebagai sarana investasi. Fungsi rumah juga telah berubah, dari yang semula hanya sekedar sebagai tempat berlindung. Kini sebuah rumah tak cukup hanya untuk berteduh namun juga dituntut untuk mengakomodir kebutuhan dan keinginan pemiliknya. Seperti lokasi yang strategis, bangunan yang bagus & kokoh, dan lingkungannya yang nyaman. Dengan kata lain tak cukup untuk berteduh saja namun juga harus bisa menjadi tempat tinggal yang layak. Namun untuk beberapa negara yang tingkat kepadatan penduduknya tinggi dan persebarannya tidak merata seperti Indonesia, masalah tempat tinggal masih menjadi polemik. Masih banyak penduduk Indonesia, baik di desa maupun di kota, yang hidup di tempat yang kurang sehat bahkan bisa dikatakan kurang layak untuk ditinggali.

Permasalahan tempat tinggal yang dihadapi oleh penduduk yang tinggal di daerah pedesaan pada umumnya adalah lemahnya kemampuan ekonomi serta kurangnya pendidikan dan pengetahuan tentang bagaimana membangun rumah yang sehat dan layak. Sedangkan permasalahan yang dihadapi oleh penduduk di perkotaan adalah kurangnya lahan perumahan di kota yang mengakibatkan harga rumah atau tanah sangat tinggi dan sulit didapatkan, ditambah lagi dengan permasalahan seperti lemahnya tingkat ekonomi penduduk kota yang berpengaruh pada kemampuan untuk memiliki rumah.

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

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

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

*“Marketing is social and managerial process by which individual and group obtain what they need and want through creating and exchanging products and value with others.”* Artinya pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dengan mana seseorang atau kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk serta nilai dengan seseorang atau kelompok lainnya. (Kotler & Armstrong 2001: 7-8).

PT. Siklus Jaya Abadi merupakan salah satu pengembang perumahan yang menyediakan rumah dengan berbagai tipe. PT. Siklus Jaya Abadi sejauh ini telah mengembangkan dan memasarkan enam Perumahan di Bandarlampung dan daerah sekitarnya yaitu Perumahan Bukit Barisan I, Perumahan Bukit Barisan II, Pinang Asri, Cahaya Natar, Griya Pratiwi dan Griya Imopuro. Pemasaran perumahan pada umumnya memiliki atribut penawaran yang hampir sama. PT. Siklus Jaya Abadi mencoba memberikan penawaran perumahan yang salah satunya diberi nama Perumahan Bukit Barisan II Pesawaran, dimana perumahan ini memiliki keunggulan yaitu harga yang terjangkau, desain bangunan yang menarik, lokasi yang strategis, dan fasilitas-fasilitas yang lengkap. Dalam hal ini PT. Siklus Jaya Abadi sebagai pengembang Perumahan Bukit Barisan II Pesawaran tidak hanya sebatas memproduksi saja, akan tetapi berusaha menarik konsumen dan mempengaruhi tingkah laku konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan. Pemahaman terhadap perilaku dan sikap konsumen sangat mempengaruhi penjualan produk baik untuk saat ini maupun untuk memperkirakan penjualan dimasa yang akan datang. PT. Siklus Jaya Abadi bukanlah satu-satunya pengembang di Kota Bandarlampung, sehingga persaingan bisnis *real estate* ini sangat ketat. Untuk itu PT. Siklus Jaya Abadi



harus memperhatikan kebutuhan serta keinginan konsumennya dan kemudian merealisasikannya. Data mengenai pembangunan di Perumahan Bukit Barisan II Pesawaran beserta realisasinya dapat dilihat pada tabel 1. di bawah ini.

**Tabel 1. Penjualan Rumah di Perumahan Bukit Barisan II Pesawaran Tahun 2014 – 2017.**

<b>Tahun</b>	<b>Target Penjualan ( Unit )</b>	<b>Realisasi ( Unit )</b>	<b>Pencapaian (%)</b>
2014	42 Unit	13 Unit	30,95
2015	42 Unit	20 Unit	47,61
2016	42 Unit	39 Unit	92,85
2017	42 Unit	33 Unit	78,57
<b>Jumlah</b>	<b>168 Unit</b>	<b>105 Unit</b>	<b>62,50</b>

*Sumber : Data Penjualan PT. Siklus Jaya Abadi*

Berdasarkan data tabel tersebut bahwa tahun 2014 hingga tahun 2017 PT. Siklus Jaya Abadi mempunyai Target penjualan rumah di Perumahan Bukit Barisan II Pesawaran sebesar 168 Unit, namun hanya 105 Unit atau 62,5 % yang terealisasi. Hal ini menunjukkan bahwa PT. Siklus Jaya Abadi harus selalu *survive* agar dapat terus bersaing dengan perusahaan-perusahaan sejenis yang sama-sama bergerak dalam bisnis perumahan. Karena banyaknya perusahaan yang bergerak di bidang perumahan, maka perusahaan harus berhati-hati dalam memahami sikap konsumen, jangan sampai terdengar berbagai macam keluhan yang dapat merugikan perusahaan. Untuk mengetahui apakah produk perusahaan telah memenuhi harapan konsumen, maka pengembang perlu mengetahui bagaimana sikap konsumen terhadap atribut perumahan tersebut.

**Tabel 2. Hasil Wawancara pada 20 Orang Responden yang Membeli Rumah di Perumahan Bukit Barisan II Pesawaran Tentang Harga, Lokasi, Kualitas Bangunan, dan Lingkungan Perumahan.**

No	Keterangan	Tanggapan			Total
		Tinggi	Normal	Rendah	
1	Harga	11	5	4	20
2	Lokasi	8	10	2	20
3	Kualitas Bangunan	3	5	12	20
4	Lingkungan	1	9	10	20
<b>Jumlah</b>		<b>23</b>	<b>29</b>	<b>28</b>	<b>80</b>
<b>Rata – rata (%)</b>		<b>28,75</b>	<b>36,25</b>	<b>35,00</b>	<b>100,00</b>

*Sumber: penelitian / wawancara awal oleh peneliti*

Berdasarkan data tabel tersebut yang diambil acak dari beberapa konsumen dapat diketahui bagaimana tanggapan konsumen yang diharapkan dapat diperoleh gambaran tentang sejauh mana kepuasan konsumen terhadap atribut atau faktor-faktor perumahan. Setiap orang mempunyai sikap yang berbeda-beda terhadap suatu objek yang sama. Sebanyak 35% responden pada penelitian pendahuluan menganggap negatif faktor harga, lokasi, kualitas bangunan dan lingkungan Perumahan Bukit Barisan II Pesawaran, artinya sebanyak 35 % responden tersebut menganggap harga belum terjangkau, lokasi jauh dari pusat kota, kualitas bangunan tidak bagus dan lingkungan tidak aman. Perusahaan berusaha untuk memuaskan selera konsumen dengan cara memenuhi kenyataan sesuai dengan yang diharapkan. Hal ini harus benar-benar diperhatikan oleh perusahaan, sebab semua itu menyangkut hubungan berkesinambungan dengan konsumen secara tidak langsung karena menyangkut kelangsungan hidup perusahaan itu sendiri.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian. Sehingga berdasarkan penjelasan-penjelasan diatas, maka dirasakan perlu untuk membahas lebih lanjut mengenai **“Pengaruh harga, lokasi, kualitas bangunan, dan lingkungan terhadap keputusan pembelian rumah di Perumahan Bukit Barisan II Pesawaran”**.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut.

1. Tidak terealisasinya target penjualan rumah di Perumahan Bukit Barisan II Pesawaran, dari target penjualan tahun 2014 – 2017 yaitu 168 Unit rumah hanya terealisasi 105 Unit atau sekitar 62,5 %.
2. Banyaknya tanggapan negatif tentang kualitas bangunan rumah di Perumahan Bukit Barisan II Pesawaran .
3. Adanya persepsi harga yang cukup tinggi menyebabkan tingkat penjualan kurang optimal.
4. Banyaknya tanggapan lingkungan perumahan yang kurang aman sehingga menyebabkan tingkat penjualan kurang optimal.
5. Adanya tanggapan bahwa lokasi perumahan yang jauh pusat kota Bandarlampung sehingga menyebabkan tingkat penjualan kurang optimal.

### **C. Pembatasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka masalah dalam penelitian ini dibatasi pada kajian pengaruh harga ( $X_1$ ), lokasi ( $X_2$ ), kualitas bangunan ( $X_3$ ) dan lingkungan ( $X_4$ ) terhadap keputusan pembelian rumah ( $Y$ ).

### **D. Rumusan Masalah**

Mengacu pada uraian di atas yang telah dikemukakan, maka penulis merumuskan permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian rumah di Perumahan Bukit Barisan II Pesawaran ?
2. Apakah terdapat pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian rumah di Perumahan Bukit Barisan II Pesawaran ?
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas bangunan terhadap keputusan pembelian rumah di Perumahan Bukit Barisan II Pesawaran ?
4. Apakah terdapat pengaruh lingkungan terhadap keputusan pembelian rumah di Perumahan Bukit Barisan II Pesawaran ?
5. Apakah terdapat pengaruh antara harga, lokasi, kualitas bangunan, dan lingkungan terhadap keputusan pembelian rumah di Perumahan Bukit Barisan II Pesawaran ?

## **E. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian rumah di Perumahan Bukit Barisan II Pesawaran.
2. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian rumah di Perumahan Bukit Barisan II Pesawaran.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas bangunan terhadap keputusan pembelian rumah di Perumahan Bukit Barisan II Pesawaran.
4. Untuk mengetahui pengaruh lingkungan terhadap keputusan pembelian rumah di Perumahan Bukit Barisan II Pesawaran.
5. Untuk mengetahui pengaruh harga, lokasi, kualitas bangunan, dan lingkungan terhadap keputusan pembelian rumah di Perumahan Bukit Barisan II Pesawaran.

## **F. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian diharapkan dapat bermanfaat baik secara teoritis dan praktis.

1. Manfaat teoritis
  - a. Penelitian ini diharapkan dapat mendukung atau menolak *grand* teori yang dikembangkan oleh para ahli atau peneliti sebelumnya.
  - b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi pembaca dan pihak-pihak yang berkepentingan dalam mengetahui pengaruh harga, lokasi, kualitas bangunan, dan lingkungan terhadap keputusan pembelian rumah.

## 2. Manfaat Praktis

### a. Bagi Peneliti

Untuk mengetahui penerapan teori yang diperoleh dibangku kuliah dengan realita yang terjadi di lapangan, mengenai bauran promosi terhadap keputusan pembelian konsumen.

### b. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam melakukan kegiatan perusahaan seperti kegiatan pemasaran.

## **G. Ruang Lingkup Penelitian**

Ruang lingkup penelitian ini adalah sebagai berikut.

### 1. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah harga, lokasi, kualitas bangunan, lingkungan, dan keputusan pembeli.

### 2. Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah pembeli rumah.

### 3. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Perumahan Bukit Barisan II Pesawaran.

### 4. Ruang Lingkup Ilmu

Penelitian ini termasuk dalam ruang lingkup ilmu manajemen pemasaran.

## II. TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PIKIR DAN HIPOTESIS

### A. Tinjauan Pustaka

#### 1. Definisi Manajemen Pemasaran

Manajemen adalah Proses pengkoordinasian kegiatan-kegiatan pekerjaan sehingga pekerjaan tersebut terselesaikan secara efisien dan efektif dengan dan melalui orang lain (Robbins dalam Suci Mardela, 2017: 8). Menurut Kotler dan Armstrong (2001: 7-8), pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan lewat penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain. Definisi konsep pemasaran adalah mengelola pasar untuk menghasilkan pertukaran dan hubungan, dengan tujuan menciptakan nilai dan memuaskan kebutuhan dan keinginan. (Kotler dan Armstrong 2001:16-17)

Definisi pemasaran di atas bersumber pada konsep-konsep inti berikut ini (Kotler dan Armstrong, 2001: 7-9):

- 1) *Kebutuhan (needs)*  
Kebutuhan adalah keadaan dari perasaan kekurangan. Kebutuhan seseorang berupa kebutuhan primer dan sekunder. Contohnya adalah makanan, pakaian, tempat tinggal, dan lain-lain.
- 2) *Keinginan (wants)*  
Keinginan adalah kebutuhan manusia yang terbentuk oleh budaya dan kepribadian seseorang.

- 3) Permintaan (*demand*)  
Permintaan adalah keinginan manusia yang didukung oleh daya beli.
- 4) Produk (*product*)  
Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan.
- 5) Nilai, Biaya, dan Kepuasan (*value, cost, and satisfaction*)  
Nilai adalah perkiraan konsumen atas seluruh kemampuan produk untuk memuaskan kebutuhannya.
- 6) Pertukaran dan transaksi (*change and transaction*)  
Pertukaran adalah tindakan untuk mendapatkan obyek yang diinginkan dari seseorang dengan menawarkan sesuatu sebagai imbalannya. Transaksi adalah perdagangan nilai-nilai antara dua pihak atau lebih.
- 7) Pemasaran hubungan dan jaringan pemasaran (*relationship marketing and marketing network*)  
Pemasaran hubungan adalah praktek membangun hubungan jangka panjang yang memuaskan dengan pihak-pihak kunci (pelanggan, pemasok, dan penyalur) untuk mempertahankan preferensi dan bisnis jangka panjang. Jaringan pemasaran adalah pengembangan aset unik perusahaan.
- 8) Pasar (*Market*)  
Pasar adalah kumpulan semua pembeli aktual dan potensial dari suatu produk atau jasa.
- 9) Pemasaran dan Calon Pembeli (*marketer and potensial buyers*)  
Pemasaran adalah seseorang yang mencari satu atau lebih calon pembeli yang akan terlibat dalam pertukaran ini. Calon pembeli seseorang diidentifikasi oleh pemasar sebagai orang yang mungkin bersedia dan mampu terlibat dalam pertukaran nilai.

## 2. Prilaku Konsumen

### a. Pengertian Prilaku Konsumen

Perilaku Konsumen adalah tingkah laku dari konsumen, dimana mereka dapat mengilustrasikan pencarian untuk membeli, menggunakan, mengevaluasi dan memperbaiki suatu produk dan jasa mereka. Focus dari perilaku konsumen adalah bagaimana individu membuat keputusan untuk menggunakan sumber daya mereka yang telah tersedia untuk mengkonsumsi suatu barang. (Cahyo Prabowo dalam Agustinus Primananda 2010: 9) . Dua wujud perilaku konsumen :

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



Konsumen sangat beraneka ragam menurut usia, pendapatan, tingkat pendidikan, asal daerah atau tempat tinggal sebelumnya dan selera. Sangat bermanfaat bagi para pemasar untuk membeda-bedakan kelompok konsumen yang memang berbeda-beda, dan mengembangkan produk dan jasa yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen itu.

#### **b. Keputusan Pembelian**

Keputusan pembelian merupakan suatu keputusan yang diambil oleh konsumen melalui beberapa tahap yang pada akhirnya berujung pada pembelian. Menurut Kotler dan Armstrong (2001: 222) keputusan pembelian adalah beberapa tahapan yang dilakukan oleh konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian suatu produk.

Keputusan pembelian menurut Tjiptono dalam Agustinus Primananda (2010: 21) adalah sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian.

Menurut Lamb, Hair, Mc Daniel dalam Suci Mardela (2017: 19) menjelaskan bahwa yang mempengaruhi keputusan pembelian secara kuat dipengaruhi oleh faktor-faktor sebagai berikut. 1) Faktor budaya yang termasuk didalamnya adalah budaya dan nilai, sub budaya dan kelas. 2) Faktor Sosial menunjukkan interaksi social antara konsumen dan mempengaruhi sekelompok orang, 3) Faktor Individu termasuk jenis kelamin, umur, keluarga, daur hidup keluarga, pribadi. 4) Faktor psikologis menentukan bagaimana menerima dan berinteraksi dengan lingkungannya dan pengaruh pada keputusan yang akan diambil oleh konsumen yang didalamnya terdiri dari persepsi, motivasi pembelajaran, keyakinan, dan sikap.

### c. Tahapan Proses Pembelian

Perilaku konsumen memainkan peranan penting dalam proses pengambilan keputusan membeli suatu produk. Proses pengambilan keputusan setidaknya melewati beberapa tahapan.

Menurut Kotler dan Armstrong (2001: 223) para konsumen melewati lima tahap proses pengambilan keputusan yaitu: pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian. Namun, para konsumen tidak selalu melewati seluruh lima urutan tahapan ketika membeli produk. Mereka bisa melewati atau membalik beberapa tahap. Secara rinci, tahap-tahap keputusan pembelian dapat diuraikan sebagai berikut:

#### 1). Pengenalan masalah

Proses dimulai saat pembeli menyadari adanya masalah kebutuhan. Kebutuhan tersebut dapat dicetuskan oleh rangsangan internal maupun eksternal. Pada situasi ini, pembeli menyadari adanya perbedaan kondisi sesungguhnya dengan kondisi sebenarnya.

#### 2). Pencarian informasi

Minat konsumen mulai muncul untuk mencari informasi dari berbagai sumber. Pencarian informasi ini dapat berupa pencarian yang sedang-sedang saja sampai pada tingkat pencarian informasi aktif. Semakin banyak informasi yang didapat, kesadaran, dan pengetahuan konsumen tentang adanya keistimewaan sebuah merek dan fitur akan semakin meningkat.

#### 3). Evaluasi Alternatif

Konsumen menggunakan informasi yang diperoleh untuk mengevaluasi berbagai alternatif merek yang sudah diperoleh. Model proses evaluasi konsumen sekarang ini bersifat *kognitif*, artinya mereka memandang konsumen sebagai pembentuk penilaian terhadap produk terutama berdasarkan pada pertimbangan yang sadar dan rasional.

#### 4). Keputusan Pembelian

Proses keputusan dimana konsumen secara aktual melakukan pembelian produk. Terdapat dua keputusan yang mempengaruhi keputusan pembelian tersebut, yaitu: sikap orang lain dan faktor tidak terduga.

#### 5). Perilaku Pasca Pembelian

Tindakan yang diambil oleh konsumen setelah proses konsumsi dilakukan. Hal ini akan memberikan gambaran terhadap kinerja produk. Jika kinerja produk lebih rendah dari harapan, pelanggan akan kecewa, jika sesuai dengan harapan, pelanggan akan puas, jika melebihi harapan pembeli akan sangat puas.

### d. Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian

Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan membeli menurut Kotler dan Armstrong (2001: 197-199).

#### 1) Faktor – Faktor Kebudayaan

Kebudayaan memberikan pengaruh sangat luas pada keinginan dan perilaku konsumen. Orang pemasar perlu memahami peranan dari budaya, subbudaya, dan kelas sosial.

##### a) Budaya

Budaya adalah penyebab paling mendasar dari keinginan dan perilaku seseorang. Perilaku manusia dipelajari secara luas. Ketika tumbuh dalam suatu masyarakat, seorang anak mempelajari nilai – nilai dasar, persepsi, keinginan, dan perilaku dari keluarga.

##### b) Subbudaya

Setiap kebudayaan mengandung subkebudayaan yang lebih kecil atau kelompok orang yang mempunyai sistem nilai yang sama berdasarkan pengalaman dan situasi kehidupan yang sama.

##### c) Kelas Sosial

Hampir setiap masyarakat memiliki beberapa bentuk ke dalam golongan atau kelompok berdasarkan pertimbangan tertentu, misal tingkat pendapatan, dan lokasi tempat tinggal.

#### 2). Faktor – Faktor Sosial

Perilaku konsumen juga dipengaruhi oleh faktor faktor sosial, seperti kelompok kecil, keluarga serta aturan dan status sosial konsumen.

##### a) Kelompok

Perilaku seseorang banyak dipengaruhi oleh banyak kelompok kecil. Kelompok yang secara langsung mempengaruhi dan dimiliki seseorang disebut kelompok keanggotaan (*Membership Group*)

- b) Keluarga  
Keluarga adalah organisasi pembelian yang paling penting dalam masyarakat, dan pengaruh tersebut telah diteliti secara ekstensif.
- c) Peran dan Status  
Seseorang merupakan anggota berbagai kelompok keluarga, klub, organisasi. Posisi seseorang dapat ditetapkan baik lewat perannya maupun statusnya dalam organisasi tersebut.

### 3). Faktor – Faktor Pribadi

Keputusan seorang pembeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi seperti umur dan tahap siklus hidup , pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian dan konsep diri.

- a) Umur dan Tahap Siklus Hidup  
Seseorang mengubah barang dan jasa yang mereka beli selama hidup mereka. Selera terhadap makanan, pakaian, meubel, dan rekreasi sering kali berhubungan dengan usia.
- b) Pekerjaan  
Pekerjaan seseorang mempengaruhi barang dan jasa yang dibelinya. Semua itu tergantung pada kebutuhan yang sesuai dengan jenis pekerjaannya.
- c) Situasi Ekonomi  
Selain pekerjaan , status ekonomi juga akan berpengaruh terhadap pilihan produk yang akan dibeli. Semua itu tergantung pada jumlah pendapatannya.
- d) Gaya Hidup  
Gaya hidup adalah pola kehidupan seseorang. Untuk memahami kekuatan kekuatan ini kita harus mengetahui tentang aktivitas – aktivitas konsumen seperti pekerjaan, hobi, belanja, olahraga, kegiatan sosial dari konsumen.
- e) Kepribadian dan Konsep Diri  
Kepribadian merupakan karakteristik psikologis yang unik, yang menghasilkan tanggapan yang relatif konsisten dan menetap terhadap lingkungan seseorang.

### 4). Faktor – Faktor Psikologis

Pilihan – pilihan seseorang dalam membeli dipengaruhi oleh empat faktor psikologis yang penting yaitu motivasi, persepsi, pengetahuan, serta keyakinan dan konsep.

- a) **Motivasi**  
Suatu kebutuhan akan menjadi motif apabila dirangsang sampai suatu tingkat intensitas yang mencukupi. Sebuah motivasi atau dorongan adalah kebutuhan yang secara cukup dirangsang untuk mengarahkan seseorang untuk mencari kepuasan.
- b) **Persepsi**  
Persepsi adalah proses dimana seseorang memilih , mengatur dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk gambaran yang berarti mengenal dunia.
- c) **Pengetahuan**  
Pengetahuan melalui proses pembelajaran menggambarkan perubahan perilaku individu yang muncul karena pengalaman.
- d) **Keyakinan dan Konsep**  
Suatu keyakinan adalah pemikiran deskriptif seseorang mengenai sesuatu. Orang pemasaran tertarik pada keyakinan yang dirumuskan seseorang mengenai produk dan jasa tertentu.

### **3. Pengertian Perumahan**

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

- a. **Rumah**  
Bangunan yang berfungsi sebagai tempat tinggal atau hunian dan sarana pembinaan keluarga. Rumah sebagai tempat membina keluarga, tempat berlindung dari iklim dan tempat menjaga kesehatan keluarga.
- b. **Rumah Sehat**  
Rumah sebagai tempat tinggal yang memenuhi ketentuan atau ketentuan teknis kesehatan yang wajib dipenuhi dalam rangka melindungi penghuni rumah dari bahaya atau gangguan kesehatan, sehingga memungkinkan penghuni memperoleh derajat kesehatan yang optimal.
- c. **Perumahan**  
Kelompok rumah yang berfungsi sebagai lingkungan tempat tinggal atau lingkungan hunian yang dilengkapi dengan prasarana dan sarana lingkungan.

d. Permukiman

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

Beberapa pengertian perumahan yang lain.

a. Menurut UU RI No.4 Tahun 1992 Pasal 1 Ayat (2), rumah mempunyai arti bangunan dan lingkungan tempat tinggal dilengkapi dengan sarana dan prasarana fasilitas yang memenuhi syarat-syarat guna mendukung kehidupan manusia.

b. Menurut Arthur C.S. dalam Sutianingsih (2010: 12 ), filosofi rumah sama dengan tubuh manusia yang membutuhkan penutup berupa rumah atau *shelter*.

c. Menurut Sam Davis dalam Agustinus Primananda (2010: 35 ), rumah kemudian akan disebut menjadi perumahan apabila menjadi sekumpulan kesatuan di atas petak-petak lahan individu atau sebagai kelompok rumah gandeng atau sebagai bangunan apartemen.

d. Menurut Y.B. Mangunwijaya dalam Agustinus Primananda (2010: 35), rumah memang bisa dianggap mesin, alat pergandaan produksi. Tetapi lebih dari itu, rumah adalah citra, cahaya pantulan jiwa dan cita-cita kita. Ia adalah lambang yang membahasakan segala yang manusiawi, indah dan agung dari dia yang membangunnya; kesederhanaan dan kewajarannya yang memperteguh hati setiap manusia. Rumah memang kita gunakan, namun lebih dari itu, rumah adalah cerminan jiwa yang bermartabat.

### Standar dan Ketentuan Perumahan.

Sebagai wadah kehidupan manusia, rumah dituntut untuk dapat memberikan sebuah lingkungan binaan yang aman, sehat dan nyaman. Untuk itulah Pemerintah dengan wewenang yang dimilikinya memberikan arahan, standar peraturan dan ketentuan yang harus diwujudkan oleh pihak pengembang. Pembangunan perumahan dapat dilaksanakan oleh pemerintah ataupun pihak swasta. Sesuai dengan UU No 4 Tahun 1992, selain membangun unit rumah, pengembang juga diwajibkan untuk.

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

Lokasi kawasan perumahan harus memenuhi beberapa persyaratan antara lain.

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

Dalam menentukan lokasi kawasan perumahan harus pula diperhatikan segi-segi seperti adanya tempat-tempat keramat / bersejarah dan penghidupan penduduknya. Selain itu, pembangunan diselenggarakan berdasarkan rencana tata ruang wilayah perkotaan dan rencana tata ruang wilayah bukan perkotaan yang telah ditetapkan oleh pemerintah daerah.

Unsur-unsur permukiman.

Menurut C.A. Doxiadis dalam Sutianingsih (2010: 14), terdapat lima unsur permukiman, yang menurutnya cukup tepat untuk sebuah pendekatan yang menyeluruh terhadap permukiman, unsur-unsur itu disebut *Ekistic Element*, yaitu.

- a. Individu (*man*)  
Yang dimaksud disini adalah manusia sebagai individu, meliputi perempuan dan laki-laki.
- b. Masyarakat (*society*)  
Kegiatan berhadapan dengan orang-orang dan saling berinteraksi dengan kecenderungan populasi, menggolongkan perilaku, kebiasaan sosial, jabatan, pendudukan, pendapatan, dan pemerintahan. Meningkatkan arti pentingnya bermasyarakat adalah hal berharga yang tidak bisa dipisahkan dalam komunitas masyarakat kecil setelah menjadi komunitas yang lebih besar (permukiman).
- c. Alam (*nature*)  
Menghadirkan ekosistem untuk orang (individu) dan masyarakat beroperasi dan menempatkan kota dan permukiman. Interelasi antara manusia, mesin, permukiman dan alam adalah arti penting seperti halnya daya dukung daerah, benua dan terakhir keseluruhan planet.
- d. Pelindung (*shells*)  
Pelindung digunakan sebagai istilah yang umum untuk semua bangunan dan struktur.
- e. Jaringan (*network*)  
Jaringan untuk transportasi, komunikasi dan kegunaan mendukung permukiman, mengikatnya bersama dengan organisasi dan struktur. Perubahan sangat mempengaruhi pola kota dan sering juga pengembangan di (dalam) jaringan dapat mengakibatkan pengembangan baru terhadap kota besar dan masyarakatnya.

#### 4. Harga

Harga menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia dalam Suci Mardela (2017: 24 ) adalah nilai sesuatu barang yang ditentukan atau dirupakan dengan uang. Harga adalah jumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu



produk atau jasa. Harga merupakan jumlah nominal yang harus dibayar oleh masyarakat untuk mendapatkan produk. Harga ini ditentukan oleh berbagai faktor, diantaranya pangsa pasar, persaingan, biaya material, produk identitas, dan nilai yang dirasakan pelanggan pada produk. Setiap perusahaan memiliki strategi sendiri dalam menetapkan harga produk supaya perusahaan mereka tetap memperoleh laba dan bersaing dari sisi penjual, namun masih terjangkau dan menguntungkan dari sisi konsumen.

Terdapat enam langkah pokok dalam penetapan harga jual suatu produk yang dapat dilakukan oleh produsen (Kotler dan Armstrong 2001: 440-442), yaitu.

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

Penetapan harga yang dilakukan oleh produsen, dalam hal ini *developer* perumahan, memiliki beberapa tujuan menurut Anisa Budi Utami (2015: 4) , antara lain.

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

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

a. Harga tanah

1. Status tanah

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

2. Lokasi tanah

Dalam hal ini tidak membandingkan lokasi di pinggir kota dan di tengah kota yang harganya sudah pasti berbeda. Tetapi lokasi tanah yang terkait dengan NJOP (Nilai Jual Obyek Pajak). Misalnya pada suatu kawasan banyak terdapat NJOP yang sama tetapi harga jual tanahnya berbeda untuk seluruh kawasan tersebut. Karena dalam kawasan itu ada tanah yang terdapat dalam gang dan ada yang di tepi jalan besar. Contoh lain, ada tanah yang terdapat pada lokasi yang sama tetapi salah satu tanah yang dimaksud kondisinya ada di bawah permukaan jalan, jadi sebelum dibangun harus diuruk dulu. Sehingga harganya lebih murah padahal menurut NJOP mempunyai nilai yang sama.

b. Harga bangunan

1. Permanensi bangunan

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

2. Usia bangunan  
Semakin tua usia sebuah bangunan atau rumah maka akan semakin murah harganya. Karena dianggap ada penyusutan (4% per tahun). Nilai penyusutan ini bisa berubah, semakin terawat sebuah rumah, maka nilai penyusutannya akan semakin kecil dan begitu juga sebaliknya.
3. Bentuk dan ukuran bangunan  
Dari segi bentuk, sebaiknya konsumen menilai bentuk bukan dalam arti model saja, tetapi juga pengorganisasian ruang. Dalam arti, apakah sudah sesuai dengan kebutuhan atau belum. Dari segi ukuran sudah bisa dipastikan bahwa semakin besar sebuah rumah maka harganya akan semakin tinggi. Tetapi untuk rumah yang luasnya sama harganya bisa berbeda - beda tergantung jumlah pembagian ruang di dalamnya.

## 5. Lokasi

Menurut Sudharto P. Hadi (2000: 10) tahapan dalam pengembangan permukiman secara garis besar dibagi ke dalam tahap perencanaan awal dan pada tahap operasional (ketika permukiman telah mulai dihuni).  
Dilihat dari sisi lingkungan, setidaknya ada dua persoalan yang muncul ketika letak pembangunan permukiman telah diputuskan, yaitu.

- a. Apakah daerah tersebut layak secara ekologis. Karena banyak permukiman yang dibangun di daerah yang seharusnya menjadi daerah konservasi seperti di daerah perbukitan atau daerah resapan air. Sehingga menimbulkan banjir dan berkurangnya cadangan air tanah.
- b. Permukiman yang dibangun oleh suatu badan usaha (*real estate*) hampir seluruhnya menempati daerah pinggiran kota. kondisi ini dianggap memperburuk dampak lingkungan di perkotaan. Karena menciptakan penghuni kota yang bergantung pada alat transportasi kendaraan bermotor, terutama mobil.

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

- a. Secara geografis  
Setidaknya ada tiga hal pokok yang dapat digunakan sebagai dasar pertimbangan untuk mencegah risiko besar yang dapat terjadi, yaitu.
  1. Kelengkapan administrasi
  2. Kondisi geografi
  3. Kondisi geologi
- b. Kebutuhan strategis  
Kebutuhan strategis meliputi tiga hal penting, yaitu.
  1. Kebutuhan Kepala Keluarga
  2. Kebutuhan Ibu rumah tangga
  3. Kebutuhan untuk anak

## **6. Kualitas Bangunan**

Menurut Kotler dan Armstrong (2001: 268) Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kesuatu pasar untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan. Definisi dari kualitas produk dalam penelitian ini atau kualitas bangunan adalah cerminan kemampuan produk untuk menjalankan tugasnya yang mencakup daya tahan, kehandalan atau kemajuan, kekuatan, kemudahan dalam pengemasan dan reparasi produk serta ciri-ciri lainnya. Baik buruknya kualitas dinilai oleh pelanggan yang berdasarkan persepsi pelanggan. Suatu produk dikatakan berkualitas jika memenuhi kebutuhan dan keinginan pembeli.

Kualitas ditentukan oleh pelanggan, dan pengalaman mereka terhadap produk atau jasa. Adapun tujuan kualitas produk adalah sebagai berikut

Menurut Kotler dan Armstrong (2001: 267)

1. Mengusahakan agar barang hasil produksi dapat mencapai standar yang telah ditetapkan.
2. Mengusahakan agar biaya inspeksi dapat menjadi sekecil mungkin.

3. Mengusahakan agar biaya desain dari produksi tertentu menjadi sekecil mungkin.
4. Mengusahakan agar biaya produksi dapat menjadi serendah mungkin.

Fenomena desain bangunan tema arsitektur perumahan memang menjadi tren yang berkembang pesat pada masa kini, hingga masing-masing perumahan selalu tampil dengan desain bangunan tema tertentu untuk mengembangkan lingkungannya. Perkembangannya desain arsitektur perumahan masa kini muncul sebagai sebuah komoditi konsumsi manusia sehingga terjadi perubahan makna fungsi hunian sebagai rumah tinggal yang dapat dikembangkan ruang-ruangnya bertambah pada kenyamanan, keamanan, kebanggaan dan keindahan yang akan ditempati. Fenomena bangunan tematik berawal dari semakin tipisnya batas ruang dan waktu di era teknologi informasi sehingga kita bisa melihat karya-karya arsitektur di tempat yang berbeda hanya dengan berupa visualisasi gambar, hal ini membuat sumber-sumber ide dapat diambil dari mana saja. Namun sampai sejauh mana makna yang ingin ditampilkan perancang melalui visualisasi bangunan.

Kualitas bahan bangunan dan desain bangunan menjadi pertimbangan konsumen karena kualitas yang baik akan memberikan ketahanan dan nyaman dalam rumah, serta desain bangunan yang sesuai dengan kriteria konsumen akan berpengaruh terhadap harga rumah itu dan akhirnya mempengaruhi keputusan pembelian akan rumah tersebut, seperti dikutip dari hasil penelitian terdahulu yang dilakukan Efendi (2006: 79).

Bila kita mengingat kembali teori *Vitruvius* tentang *venustas* yang berarti keindahan, memang pengertian keindahan luas sekali yang didalamnya terdapat ekspresi, proporsi, dan komposisi yang pada prinsipnya masih

tergantung dari persepsi pengamatnya seperti yang dikatakan Raskin dalam Agustinus Primananda (2010: 46 ). Maka dari itu diperlukan wawasan yang cukup bagi konsumen yang akan membeli rumah untuk mengetahui sejauh mana nilai keindahan dari bangunan tersebut.

## **7. Lingkungan**

Dalam peraturan perundangan lingkungan diberi arti "keseluruhan air, tanah, udara, manusia, hewan, tumbuhan, barang beserta nasabah antar masing-masing" Anon dalam Tuti Ediati (2014: 13 ).

Di dalam Ketentuan Umum Undang-Undang RI Nomor 4 Tahun 1982 tentang Ketentuan-ketentuan Pokok Pengelolaan Lingkungan Hidup, lingkungan hidup adalah "kesatuan ruang dengan semua benda, daya, keadaan dan makhluk hidup, termasuk di dalamnya manusia dan perilakunya, yang mempengaruhi kelangsungan perikehidupan dan kesejahteraan manusia dan makhluk hidup lainnya".

Dengan demikian maka pengelolaan lingkungan bermakna pengaturan keadaan komponen lingkungan masing-masing dan nasabahnya untuk saling memperoleh maslahat sebaik-baiknya secara berkelanjutan bagi perikehidupan manusia. Menurut tinjauan produksi, istilah lingkungan dapat dipadankan dengan istilah lahan. Lahan ialah keseluruhan lingkungan alamiah dan budaya yang di dalamnya dilangsungkan kegiatan berproduksi (Shoper & Baird. dalam Agustinus Primananda, 2010: 49 ).

Dalam penelitian Adib Abadi (2001: 102 ) faktor lingkungan merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi keputusan pembelian rumah.

## B. Penelitian Yang Relevan

**Tabel 3. Penelitian yang relevan.**

<b>Tahun</b>	<b>Nama</b>	<b>Judul Skripsi</b>	<b>Kesimpulan</b>
2001	Adib Abadi	Menuju Lingkungan Perumahan Perkotaan yang Berkualitas.	Hasil dari analisa ini diketahui bahwa ketersediaan prasarana dasar berpengaruh negatif terhadap kualitas lingkungan perumahan. Sedangkan utilitas lingkungan juga belum berpengaruh positif terhadap lingkungan
2010	Agustinus Primananda	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Membeli Rumah.	Hasil analisa menunjukkan bahwa variabel yang memiliki pengaruh positif dan signifikansi terbesar terhadap keputusan pembelian adalah variabel lokasi. Selanjutnya diikuti variabel harga dan variabel lingkungan.
2003	Eri Susanti	Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Produk Keramik Milan Di Surabaya.	Hasil dari analisa tersebut dapat dilihat bahwa variabel Kualitas produk, Manfaat inti, Produk generik, Produk harapan, Produk tambahan, Produk potensial berpengaruh positif terhadap persepsi konsumen. Sedangkan variabel yang paling berpengaruh terhadap persepsi konsumen adalah variabel kualitas produk.

Tabel lanjutan.

2006	effendi	Analisa Lima Faktor Terhadap Pembelian Rumah Sederhana dan Sangat Sederhana.	Hasil dari analisa ini diketahui bahwa faktor harga merupakan faktor yang dominan mempengaruhi pembelian rumah sederhana dan sangat sederhana. Sedangkan produk, harga, tempat, promosi memiliki sumbangan terhadap keputusan pembelian.
2007	Muhammad Taufiq & Eduardus Tandelilin	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Transaksi Rumah Sederhana Tipe 36 di Kabupaten Boyolali Provinsi Jawa Tengah.	Hasil dari analisa tersebut diketahui bahwa faktor PDRB per kapita yang paling dominan diantara faktor yang lain dikarenakan pertumbuhan tingkat kepadatan penduduk yang signifikan. Sedangkan kenaikan harga berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian rumah.

Penelitian relevan yang pertama yaitu penelitian yang dilakukan oleh Adib Abadi (2001) dalam penelitian tentang "Menuju Lingkungan Perumahan Perkotaan yang Berkualitas." Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kualitas lingkungan perumahan yang terdiri dari faktor prasarana dasar dan utilitas lingkungan. Alat analisis yang digunakan yaitu Regresi. perumahan dikarenakan masih banyaknya rumah tak berpenghuni atau kosong yang menyebabkan lingkungan perkotaan tidak sehat secara ekologis. Hasil dari analisa ini diketahui bahwa ketersediaan prasarana dasar berpengaruh negatif terhadap



kualitas lingkungan perumahan. Sedangkan utilitas lingkungan juga belum berpengaruh positif terhadap lingkungan.

Penelitian relevan yang kedua yaitu penelitian yang dilakukan oleh Agustinus Primananda. Hasil penelitian dari Primananda ini menunjukkan bahwa variabel yang memiliki pengaruh positif dan signifikansi terbesar terhadap keputusan pembelian adalah variabel lokasi dengan koefisien sebesar 0,405. Selanjutnya variabel kedua adalah harga dengan koefisien sebesar 0,276. Sedangkan yang ketiga adalah variabel lingkungan dengan koefisien sebesar 0,228.

Penelitian relevan yang ketiga yaitu penelitian yang dilakukan oleh Eri Susanti (2002) dengan judul penelitian Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Produk Keramik Milan Di Surabaya dengan variabel bebas Kualitas produk, Manfaat inti, Produk generik, Produk harapan, Produk tambahan, Produk potensial yang semuanya berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi konsumen. Sedangkan variabel yang paling berpengaruh terhadap persepsi konsumen adalah variabel kualitas produk yaitu sebesar 0,46.

Penelitian relevan yang keempat yaitu penelitian yang dilakukan oleh Effendi (2006) dengan judul penelitian Analisa Lima Faktor Terhadap Pembelian Rumah Sederhana dan Sangat Sederhana. Dalam penelitian ini yang diukur pengaruh variabel produk ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ), tempat ( $X_3$ ), promosi ( $X_4$ ), dan pribadi ( $X_5$ ) terhadap pembelian rumah sederhana dan sangat sederhana. Alat analisis yang digunakan yaitu Regresi. Hasil dari analisa ini diketahui bahwa faktor harga merupakan faktor yang dominan mempengaruhi pembelian

rumah sederhana dan sangat sederhana yaitu sebesar 49,02%. Sedangkan produk, harga, tempat, promosi memiliki sumbangan terhadap keputusan pembelian.

Penelitian relevan yang kelima yaitu penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Taufiq & Eduardus Tandelilin. Tujuan dari penelitian itu yaitu menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian rumah terdiri dari Harga, Jarak rumah, Kepadatan penduduk, Jumlah rumah tangga, PDRB per kapita, *dummy*. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian tersebut menggunakan Regresi. Hasil dari analisa tersebut diketahui bahwa faktor PDRB per kapita yang paling dominan diantara faktor yang lain dikarenakan pertumbuhan tingkat kepadatan penduduk yang signifikan. Sedangkan kenaikan harga berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian rumah.

### **C. Kerangka Pikir**

Developer atau pengembang perumahan harus memiliki strategi khusus supaya bisa menarik perhatian konsumen dalam hal ini bisa membuat calon konsumen memutuskan untuk membeli rumah. sebelum merencanakan strateginya developer terlebih dahulu menentukan pangsa pasar atau calon konsumen yang ingin dituju, misalnya masyarakat kelas menengah kebawah ataupun masyarakat menengah keatas. Setelah menentukan pangsa pasar yang ingin dituju developer hendaknya menentukan lokasi yang ingin dibangun disebuah perumahan, hendaknya lokasi yang dipilih adalah semakin dekat dengan pusat perkotaan ataupun pendidikan dan tempat rekreasi karena itu

akan menarik calon pembeli. lokasi yang dipilih juga harus memiliki lingkungan yang baik yaitu lingkungan yang aman dari bencana alam seperti banjir, gunung berapi ataupun gempa bumi. Serta lingkungan yang baik adalah lingkungan yang masyarakatnya ramah serta aman dari kejahatan kriminalitas.

Faktor-faktor yang mempengaruhi individu atau sebuah keluarga memilih lokasi tempat tinggal menurut Lichfield, N dan Drabkin, Darin. (1980: 24), yaitu.

1. Aksesibilitas yang terdiri dari kemudahan transportasi dan jarak ke pusat kota.
2. Lingkungan, dalam hal ini terdiri dari lingkungan sosial dan fisik seperti kebisingan, polusi dan lingkungan yang nyaman.
3. Peluang kerja yang tersedia, yaitu kemudahan seseorang dalam mencari pekerjaan untuk kelangsungan hidupnya.
4. Tingkat pelayanan, lokasi yang dipilih merupakan lokasi yang memiliki pelayanan yang baik dalam hal sarana dan prasarana dan lain-lain.

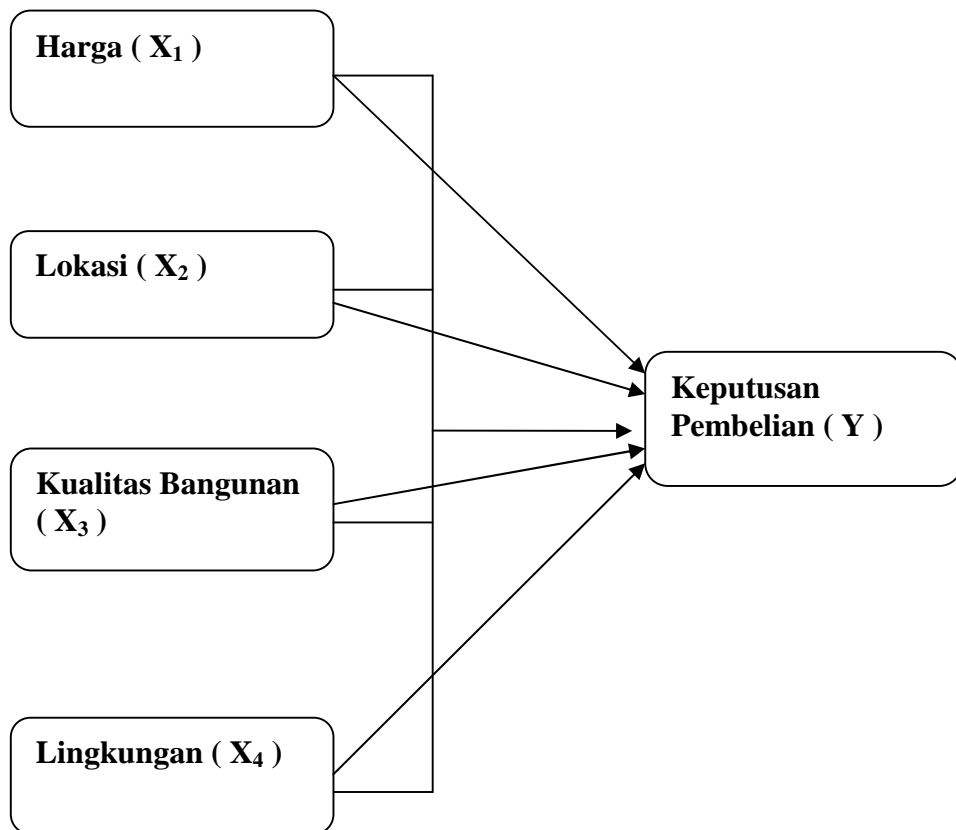
Setelah itu developer perlu juga menentukan kualitas bahan bahan bangunan yang akan digunakan untuk membangun perumahan, kualitas bahan bangunan akan sangat menentukan kualitas perumahan yang kuat dan tahan lama. Dan yang terakhir yang sangat menarik minat beli konsumen adalah harga. Semakin sesuai harga dengan kualitas perumahan maka semakin menarik konsumen untuk membeli perumahan.

Hal ini sejalan dengan pendapat Kotler & Armstrong, (2001: 439) menyebutkan, harga adalah jumlah nilai uang yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Konsumen akan selalu memilih produk mana yang dapat memenuhi kebutuhannya namun dengan biaya pengeluaran yang seminimal mungkin. Pada umumnya konsumen akan memilih produk yang memiliki harga yang sebanding dengan manfaat yang akan diterima.

Berdasarkan tersebut peneliti menggunakan 4 faktor yang dirasa penting untuk diteliti lebih lanjut, yaitu faktor harga, lokasi, kualitas bangunan, dan lingkungan. Faktor-faktor tersebut secara tidak sadar saling berurutan dan

berpengaruh penting sebagai pertimbangan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian rumah.

Maka dari itu, peneliti mencoba menganalisa lebih lanjut dan guna memudahkan suatu penelitian maka dibawah ini digambarkan kerangka Konseptual Penelitian sebagai berikut.



Gambar 1. kerangka Konseptual Penelitian

Kerangka Pemikiran Konseptual Penelitian tersebut menjelaskan bahwa Keputusan Pembelian (Y) dipengaruhi oleh Faktor Harga (X<sub>1</sub>), Lokasi (X<sub>2</sub>), Kualitas Bangunan (X<sub>3</sub>), dan Lingkungan (X<sub>4</sub>).

#### **D. Hipotesis**

Hipotesis adalah suatu dugaan-dugaan yang perlu di cari kebenarannya, yang mana dugaan itu mungkin benar dan mungkin salah, melalui cara mencari jawaban melalui penelitan yang dilakukan. Sebelum mengungkapkan hipotesis penelitan, peneliti harus mampu menjelaskan teori dan empiris mengapa hipotesis tersebut muncul.

Berdasarkan tinjauan pustaka, hasil penelitian yang relevan, kerangka pikir dan anggapan dasar yang telah diuraikan sebelumnya, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian rumah di Perumahan Bukit Barisan II Pesawaran.
2. Terdapat pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian rumah di Perumahan Bukit Barisan II Pesawaran.
3. Terdapat pengaruh kualitas bangunan terhadap keputusan pembelian rumah di Perumahan Bukit Barisan II Pesawaran.
4. Terdapat pengaruh lingkungan terhadap keputusan pembelian rumah di Perumahan Bukit Barisan II Pesawaran.
5. Terdapat pengaruh antara harga, lokasi, kualitas bangunan, dan lingkungan terhadap keputusan pembelian rumah di Perumahan Bukit Barisan II Pesawaran.

### **III. METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Metode penelitian merupakan strategi umum yang dianut dalam pengumpulan data dan analisis data yang diperlukan dalam sebuah penelitian, untuk menjawab persoalan yang diselidiki dan diteliti. Dengan kata lain, metode penelitian akan memberikan petunjuk bagaimana penelitian itu dilaksanakan.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan metode penelitian deskriptif verifikatif dengan pendekatan *ex post facto* dan survei. Metode deskriptif adalah penelitian yang bertujuan untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat, mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki, Sujarwo dalam Anisa Tintia (2017: 52). Tujuan penelitian ini merupakan verifikatif yaitu sebagai penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara dua variabel atau lebih.

Pendekatan *ex post facto* merupakan penelitian yang meneliti peristiwa yang telah terjadi dengan melihat kebelakang untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat menimbulkan kejadian tersebut, (Sugiyono, 2012: 7). Sedangkan pendekatan survei yaitu penyelidikan yang diadakan untuk memperoleh fakta-fakta dan gejala-gejala yang ada dan mencari keterangan-keterangan

secara faktual, baik institusi sosial, ekonomi atau politik dari suatu kelompok atau daerah, Muhammad Nazir, (2003: 56).

Penelitian survei pada umumnya dilakukan untuk mengambil suatu generalisasi dari pengamatan yang tidak mendalam. Menurut Kline dalam Sugiyono, (2012: 7), walaupun metode survei tidak memerlukan kelompok kontrol seperti halnya pada metode eksperimen, namun generalisasi yang dilakukan bisa lebih akurat bila digunakan sampel yang representatif.

## **B. Populasi dan Sampel**

### **1. Populasi**

Menurut Bungin dalam Suci Mardela (2017: 32 ) yang menyebutkan bahwa populasi adalah serumpun atau sekelompok objek yang menjadi sasaran. Oleh karena itu, populasi penelitian merupakan keseluruhan (*universum*) dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuh tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup dan sebagainya, sehingga objek-objek dapat menjadi data penelitian.

Menurut Sugiyono (2012: 15) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek maupun subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang telah membeli rumah di Perumahan Bukit Barisan II Peswaran sejak tahun 2014 sampai tahun 2017 . Yaitu sebanyak 105 unit rumah yang dihuni mencakup seluruh tipe rumah yang dibangun di 5 Blok yaitu Blok A, Blok B, Blok C, Blok D dan Blok E. Data rincian jumlah rumah di Perumahan Bukit Barisan II Peswaran dapat dilihat pada tabel 4. dibawah ini.

**Tabel 4. Jumlah Rumah di Perumahan Bukit Barisan II Pesawaran**

No	Blok	Jumlah Rumah ( Unit )
1	A	19
2	B	11
3	C	26
4	D	47
5	E	2
<b>Total</b>		<b>105</b>

*Sumber : Data Penjualan PT. Siklus Jaya Abadi.*

## 2. Sampel

Sampel adalah subset dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi. Subset ini diambil karena dalam banyak kasus tidak mungkin meneliti seluruh anggota populasi, oleh karena itu harus membentuk sebuah perwakilan populasi yang disebut sampel. Untuk menentukan jumlah sampel digunakan rumus Slovin (Amirin, T., 2011: 43) sebagai berikut.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

$n$  : jumlah sampel

$N$  : jumlah populasi

$e$  : batas toleransi kesalahan (*error tolerance*)

Untuk menggunakan rumus ini, pertama ditentukan berapa batas toleransi kesalahan. Batas toleransi kesalahan ini dinyatakan dengan persentase. Semakin kecil toleransi kesalahan, semakin akurat sampel menggambarkan populasi. Misalnya, penelitian dengan batas kesalahan



5% berarti memiliki tingkat akurasi 95%. Penelitian dengan batas kesalahan 2% memiliki tingkat akurasi 98%. Dengan jumlah populasi yang sama, semakin kecil toleransi kesalahan, semakin besar jumlah sampel yang dibutuhkan. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 105 Unit rumah, Penulis menggunakan toleransi kesalahan 5%. Maka jumlah sampel penelitian ini sebanyak  $105 / 1 + 105 (0.05)^2 = 83$  responden.

### 3. Teknik Pengambilan Sampel

Setelah menentukan jumlah sampel yang akan dijadikan responden dalam penelitian ini yaitu sebanyak 83 responden, langkah selanjutnya adalah menentukan siapa saja yang akan dijadikan sampel tersebut. Pengambilan sampel pada penelitian ini dilakukan dengan Teknik *Non Random Sampling*. jenis Metode Sampling Proporsional (*Sampling Proportional Methode*), artinya banyak anggota dari setiap petala diambil sebanding dengan ukuran tiap petala (Sudjana, 2005: 173). Jadi setiap Blok Perumahan akan diambil sampel yang banyaknya sampel tergantung pada jumlah rumah pada setiap Blok tersebut. adapun rumus pengambilan jumlah sampel per Blok adalah sebagai berikut.

$$\text{Jumlah sampel per Blok} = \frac{\text{Jumlah rumah di Blok}_x}{\text{Jumlah Populasi}} \times 83$$

Data pengambilan sampel per Blok di Perumahan Bukit Barisan II Pesawaran dapat dilihat pada tabel berikut.

**Tabel 5. Data Pengambilan Sampel di Perumahan Bukit Barisan II Pesawaran**

No	Blok	Jumlah Rumah ( Unit )	Jumlah Sampel	Keterangan
1	A	19	$19/105 \times 83 = 15,01$ dibulatkan 15	Responden yang berada ditempat saat penelitian.
2	B	11	$11/105 \times 83 = 8,69$ dibulatkan 9	Responden yang berada ditempat saat penelitian.
3	C	26	$26/105 \times 83 = 20,55$ dibulatkan 21	Responden yang berada ditempat saat penelitian.
4	D	47	$47/105 \times 83 = 37,15$ dibulatkan 37	Responden yang berada ditempat saat penelitian.
5	E	2	$2/105 \times 83 = 1,58$ dibulatkan 1	Responden yang berada ditempat saat penelitian.
<b>Total</b>		<b>105</b>	<b>83</b>	

*Sumber : Data Penelitian Perhitungan Rumus Slovin*

### C. Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono, (2012 :60), variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variabel tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Penelitian ini menggunakan dua variabel, yaitu variabel bebas (*independent*) dan variabel terikat (*dependent*). Variabel bebas sering disebut juga sebagai variabel independen, stimulus, prediktor, dan *antecedent* merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah harga ( $X_1$ ), lokasi ( $X_2$ ), kualitas bangunan ( $X_3$ ) dan lingkungan ( $X_4$ ). Sedangkan variabel terikat sering disebut sebagai variabel dependen, merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi akibat,

karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah keputusan pembelian rumah (Y).

#### **D. Definisi Konseptual dan Definisi Operasional Variabel**

##### **1. Definisi Konseptual Variabel**

Definisi konseptual variabel adalah penarikan batasan yang menjelaskan suatu konsep secara singkat, jelas, dan tegas (Basrowi, 2007: 197).

Definisi konseptual variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

##### **a. Keputusan Pembelian Rumah ( Y )**

Keputusan pembelian merupakan beberapa tahapan yang dilakukan oleh konsumen dengan mempertimbangkan faktor faktor tertentu sebelum melakukan keputusan pembelian suatu produk.

##### **b. Harga ( $X_1$ )**

Harga merupakan jumlah uang yang disesuaikan atas nilai suatu produk atau jasa, atau kesuaian nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.

##### **c. Lokasi ( $X_2$ )**

Lokasi merupakan kondisi lingkungan secara geografis dan kondisi lingkungan menurut kebutuhan strategis.

**d. Kualitas Bangunan (  $X_3$  )**

Kualitas bangunan merupakan produk dari perumahan yang dipertimbangkan. merupakan segala sesuatu baik yang bersifat fisik maupun non fisik yang dapat ditawarkan kepada konsumen untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan.

**e. Lingkungan (  $X_4$  )**

Lingkungan merupakan faktor eksternal dari suatu produk yang mencakup atas keseluruhan lingkungan alamiah dan budaya yang di dalamnya dilangsungkan kegiatan.

**2. Definisi Operasional Variabel**

Definisi operasional merupakan suatu konsep sehingga dapat diukur, dicapai dengan melihat pada dimensi tingkah laku atau properti yang ditunjukkan oleh konsep dan mengkategorikan hal tersebut menjadi elemen yang dapat diamati dan dapat diukur (Sujarwo, 2009: 174). Definisi konseptual dalam penelitian ini terdiri dari empat variabel bebas dan satu variabel terikat.

**a. Harga**

Harga merupakan kesesuaian nilai yang dibuat untuk menjadi patokan nilai suatu barang atau jasa. jumlah uang atau alat pembayaran lainnya yang dibayarkan untuk produk atau jasa harus sesuai dengan manfaat yang diperoleh.

Adapun variabel harga ini menggunakan indikator indikator berikut.

1. Kesesuaian harga dengan daya beli
2. Kesesuaian harga dengan kualitas bangunan
3. Kesesuaian harga melalui uang muka yang ringan
4. Kesesuaian harga melalui jangka waktu kredit yang lama.

Variabel tersebut diukur menggunakan skala interval dengan cara *semantic differential*, Skala ini adalah skala untuk mengukur sikap, dimana pernyataan yang bersifat sangat positif terdapat di sebelah kiri dan pernyataan yang bersifat sangat negatif terdapat di sebelah kanan. Data yang diperoleh melalui pengukuran dengan cara ini adalah data dengan skala interval dengan nilai 1 sampai dengan 7. Responden yang memberikan nilai 1 berarti memiliki penilaian sangat negatif terhadap variabel dan yang memberikan nilai 7 memiliki penilaian yang sangat positif terhadap variabel.

#### **b. Lokasi**

Lokasi merupakan daerah atau tempat dimana sesuatu (dalam hal ini Perumahan Bukit Barisan II Pesawaran) berada. Dua hal penting yang perlu diperhatikan sebagai dasar pertimbangan lokasi adalah kondisi lingkungan secara geografis dan kondisi lingkungan menurut kebutuhan strategis. Dari situ disusun indikator-indikator yang terkait dalam penentuan lokasi perumahan.

1. Kedekatan dengan tempat bekerja
2. Kedekatan dengan sekolah atau kampus
3. Kedekatan dengan tempat rekreasi atau hiburan
4. Kedekatan dengan pasar atau tempat belanja.

Variabel tersebut diukur menggunakan skala interval dengan cara *semantic differential*, Skala ini adalah skala untuk mengukur sikap, dimana pernyataan yang bersifat sangat positif terdapat di sebelah kiri dan pernyataan yang bersifat sangat negatif terdapat di sebelah kanan. Data yang diperoleh melalui pengukuran dengan cara ini adalah data dengan skala interval dengan nilai 1 sampai dengan 7. Responden yang memberikan nilai 1 berarti memiliki penilaian sangat negatif terhadap variabel dan yang memberikan nilai 7 memiliki penilaian yang sangat positif terhadap variabel.

### c. **Kualitas Bangunan**

Kualitas bangunan merupakan pertimbangan konsumen, karena kualitas bangunan yang baik dan sesuai selera dapat memberikan kenyamanan berhuni, serta desain bangunan yang sesuai dengan kriteria konsumen akan berpengaruh terhadap pilihan konsumen. Adapun indikator – indikator dalam variabel ini adalah sebagai berikut.

1. Kualitas bangunan terjamin.
2. Daya tahan bangunan terjamin.
3. Desain rumah menarik.
4. Tersedianya air bersih.

Variabel tersebut diukur menggunakan skala interval dengan cara *semantic differential*, Skala ini adalah skala untuk mengukur sikap, dimana pernyataan yang bersifat sangat positif terdapat di sebelah kiri dan pernyataan yang bersifat sangat negatif terdapat di sebelah kanan. Data yang diperoleh melalui pengukuran dengan cara ini adalah data

dengan skala interval dengan nilai 1 sampai dengan 7. Responden yang memberikan nilai 1 berarti memiliki penilaian sangat negatif terhadap variabel dan yang memberikan nilai 7 memiliki penilaian yang sangat positif terhadap variabel.

#### **d. Lingkungan**

Lingkungan merupakan faktor eksternal dari suatu produk yang sangat berpengaruh terhadap perilaku konsumen.

Lingkungan perumahan yang baik adalah lingkungan yang aman dan nyaman untuk di huni. Adapun indikator – indikator pada variabel ini adalah sebagai berikut.

1. Kondisi lingkungan ketetanggaan yang hidup (*liveable*).
2. Kondisi keamanan lingkungan sekitar.
3. Kondisi saluran air selokan (sanitasi)
4. Kondisi jalan masuk ke perumahan.

Variabel tersebut diukur menggunakan skala interval dengan cara *semantic differential*, Skala ini adalah skala untuk mengukur sikap, dimana pernyataan yang bersifat sangat positif terdapat di sebelah kiri dan pernyataan yang bersifat sangat negatif terdapat di sebelah kanan. Data yang diperoleh melalui pengukuran dengan cara ini adalah data dengan skala interval dengan nilai 1 sampai dengan 7. Responden yang memberikan nilai 1 berarti memiliki penilaian sangat negatif terhadap variabel dan yang memberikan nilai 7 memiliki penilaian yang sangat positif terhadap variabel.

#### e. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah proses dan sikap konsumen dalam mengenali masalah terhadap apa yang ia butuhkan, mencari informasi terkait produk atau merek yang ia butuhkan, mengevaluasi berbagai alternatif yang ditemukan, kemudian menentukan yang terbaik dan mengarah kepada pembelian. Keputusan pembelian pada penelitian ini diukur menggunakan indikator – indikator sebagai berikut.

1. Kemantapan dalam pembelian
2. memberikan rekomendasi pada orang lain.
3. Keputusan tentang harga, lokasi, kualitas bangunan, dan lingkungan perumahan.

Variabel tersebut diukur menggunakan skala interval dengan cara *semantic differential*, Skala ini adalah skala untuk mengukur sikap, dimana pernyataan yang bersifat sangat positif terdapat di sebelah kiri dan pernyataan yang bersifat sangat negatif terdapat di sebelah kanan. Data yang diperoleh melalui pengukuran dengan cara ini adalah data dengan skala interval dengan nilai 1 sampai dengan 7. Responden - yang memberikan nilai 1 berarti memiliki penilaian sangat negatif terhadap variabel dan yang memberikan nilai 7 memiliki penilaian yang sangat positif terhadap variabel.



**Tabel 6. Tabel definisi Operasional Variabel**

Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
Harga ( $X_1$ )	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kesesuaian harga dengan daya beli</li> <li>2. Kesesuaian harga dengan kualitas bangunan</li> <li>3. Kesesuaian harga melalui uang muka yang ringan</li> <li>4. Kesesuaian harga melalui jangka waktu kredit yang lama.</li> </ol>	Interval dengan <i>semantic differential</i>
Lokasi ( $X_2$ )	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kedekatan dengan tempat bekerja ( dalam satuan Km )</li> <li>2. Kedekatan dengan sekolah atau kampus ( dalam satuan Km )</li> <li>3. Kedekatan dengan tempat rekreasi atau hiburan ( dalam satuan Km )</li> <li>4. 4. Kedekatan dengan pasar atau tempat belanja ( dalam satuan Km )</li> </ol>	Interval dengan <i>semantic differential</i>
Kualitas Bangunan ( $X_3$ )	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kualitas bangunan terjamin</li> <li>2. Daya tahan bangunan terjamin</li> <li>3. Desain rumah menarik</li> <li>4. Sanitasi lancar.</li> <li>5. Tersedianya air bersih.</li> </ol>	Interval dengan <i>semantic differential</i>
Lingkungan ( $X_4$ )	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kondisi lingkungan ketetanggaan yang hidup (<i>liveable</i>)</li> <li>2. Kondisi keamanan lingkungan sekitar.</li> <li>3. Kondisi saluran air selokan.</li> <li>4. Kondisi jalan masuk ke perumahan.</li> </ol>	Interval dengan <i>semantic differential</i>
Keputusan Pembelian ( $Y$ )	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kemantapan dalam pembelian</li> <li>2. memberikan rekomendasi pada orang lain.</li> <li>3. Keputusan tentang harga, lokasi, kualitas bangunan, dan lingkungan perumahan.</li> </ol>	Interval dengan <i>semantic differential</i>

## **E. Teknik Pengumpulan Data**

### **1. Dokumentasi**

Menurut Sugiyono (2012: 329), dokumentasi adalah mencari dan mengumpulkan data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, majalah, agenda, notulen rapat dan sebagainya. Dalam penelitian sosial, dokumentasi berfungsi memberikan data atau informasi yang digunakan sebagai data pendukung atau pelengkap bagi data primer yang diperoleh melalui observasi dan wawancara. Teknik dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data terkait dengan harga, lokasi, kualitas bangunan, lingkungan dan keputusan pembelian.

### **2. Observasi**

Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Teknik ini digunakan apabila penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala, dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar Sugiyono (2012: 310). Observasi dilakukan untuk mengetahui keadaan Perumahan Bukit Barisan II Pesawaran.

### **3. Wawancara**

Menurut Sugiyono, (2012: 317), wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data, apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan

untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit atau kecil. Dalam hal ini peneliti melakukan wawancara kepada konsumen yang telah membeli rumah di Perumahan Bukit Barisan II Pesawaran untuk mengetahui lebih dalam tentang variabel bebas. Interview dilakukan untuk mendukung informasi yang diperoleh dari observasi.

#### **4. Kuesioner ( Angket )**

Menurut Sugiyono, (2012: 199), angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Angket yang digunakan bersifat tertutup dengan menggunakan skala semantik diferensial.

Penelitian ini menggunakan angket sebagai alat pengumpulan data untuk mendapatkan data tentang kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan. Selain itu, penggunaan rumus dalam pengambilan sampel secara tidak langsung membuat penelitian terjun ke dalam penggunaan statistik parametrik. Untuk itu, penelitian menggunakan *semantic deferensial* untuk menaikkan skala peneliti yang semulanya ordinal menjadi interval sebagai salah satu syarat dalam penggunaan *statistik parametric*.

## F. Uji Persyaratan Instrumen

Untuk mendapatkan data yang lengkap, maka alat instrument harus mempunyai persyaratan yang baik. Instrument yang baik dalam penelitian harus memenuhi dua syarat yaitu valid dan reliabel.

### 1. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrument Sugiyono, (2012: 177). Instrument dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang hendak diukur. Suatu instrument dikatakan valid apabila dapat mengungkapkan data dari variabel untuk mengukur tingkat validitas instrumen angket yang diteliti secara tepat. Untuk mengukur validitas instrumen angket menggunakan rumus korelasi *product moment* dengan rumus sebagai berikut.

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

Keterangan:

$r_{xy}$  = Koefisien korelasi antara variabel x dan y

X = Skor butir instrumen

Y = Skor total

N = Jumlah responden/sampel

$\sum XY$  = Skor rata-rata dari X dan Y

$\sum X$  = Jumlah skor item X

$\sum Y$  = Jumlah skor total (item)

Dengan kriteria pengujian apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dengan  $\alpha = 0,05$  maka

alat ukur tersebut dinyatakan valid, dan sebaliknya apabila  $r_{hitung} < r_{tabel}$

maka alat ukur tersebut adalah tidak valid.

Berdasarkan analisis uji coba validitas angket diperoleh hasil sebagai berikut.

**Tabel 7. Rekapitulasi Hasil Uji Coba Validitas Angket**

Variabel	Butir Soal	r Tabel	r Hitung	Keterangan
<b>Harga ( X<sub>1</sub> )</b>	1	0,4444	0,753	Valid
	2	0,4444	0,609	Valid
	3	0,4444	0,714	Valid
	4	0,4444	0,795	Valid
<b>Lokasi ( X<sub>2</sub> )</b>	5	0,4444	0,558	Valid
	6	0,4444	0,728	Valid
	7	0,4444	0,685	Valid
	8	0,4444	0,807	Valid
<b>Kualitas bangunan ( X<sub>3</sub> )</b>	9	0,4444	0,630	Valid
	10	0,4444	0,103	Tidak Valid
	11	0,4444	0,624	Valid
	12	0,4444	0,770	Valid
	13	0,4444	0,669	Valid
	14	0,4444	0,635	Valid
<b>Lingkungan ( X<sub>4</sub> )</b>	15	0,4444	0,831	Valid
	16	0,4444	0,472	Valid
	17	0,4444	0,815	Valid
	18	0,4444	0,698	Valid
<b>Keputusan Pembelian ( Y )</b>	19	0,4444	0,633	Valid
	20	0,4444	0,644	Valid
	21	0,4444	0,657	Valid
	22	0,4444	0,723	Valid
	23	0,4444	0,680	Valid
	24	0,4444	0,663	Valid

a. Harga ( X<sub>1</sub> )

Berdasarkan tabel tersebut, kriteria yang digunakan adalah jika  $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$  maka soal tersebut valid dan sebaliknya jika  $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$  maka soal tersebut tidak valid. Berdasarkan kriteria tersebut dari 4 pernyataan semua valid, sehingga angket yang digunakan dalam penelitian ini untuk variabel harga ( X<sub>1</sub> ) berjumlah 4 pernyataan.

b. Lokasi ( $X_2$ )

Berdasarkan tabel tersebut, kriteria yang digunakan adalah jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel maka soal tersebut valid dan sebaliknya jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel maka soal tersebut tidak valid. Berdasarkan kriteria tersebut dari 4 pernyataan semua valid, sehingga angket yang digunakan dalam penelitian ini untuk variabel lokasi ( $X_2$ ) berjumlah 4 pernyataan.

c. Kualitas Bangunan ( $X_3$ )

Berdasarkan tabel tersebut, kriteria yang digunakan adalah jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel maka soal tersebut valid dan sebaliknya jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel maka soal tersebut tidak valid. Berdasarkan kriteria tersebut dari 6 pernyataan terdapat 5 pernyataan yang valid dan 1 pernyataan yang tidak valid. Pernyataan yang tidak valid di drop atau tidak digunakan, sehingga angket yang digunakan dalam penelitian ini untuk variabel Kualitas Bangunan ( $X_3$ ) berjumlah 5 pernyataan.

d. Lingkungan ( $X_4$ )

Berdasarkan tabel tersebut, kriteria yang digunakan adalah jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel maka soal tersebut valid dan sebaliknya jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel maka soal tersebut tidak valid. Berdasarkan kriteria tersebut dari 4 pernyataan semua valid, sehingga angket yang digunakan dalam penelitian ini untuk variabel lingkungan ( $X_4$ ) berjumlah 4 pernyataan.

e. Keputusan Pembelian ( Y )

Berdasarkan tabel tersebut, kriteria yang digunakan adalah jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel maka soal tersebut valid dan sebaliknya jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel maka soal tersebut tidak valid. Berdasarkan kriteria tersebut dari 6 pernyataan semua valid, sehingga angket yang digunakan dalam penelitian ini untuk variabel keputusan pembelian ( Y ) berjumlah 6 pernyataan.

## 2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjuk pada satu pengertian bahwa suatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrument tersebut sudah baik Sudjarwo, (2009: 241). Reliabilitas digunakan untuk menguji sejauh mana alat ukur dapat dipercaya.

Penelitian ini menggunakan rumus *alpha crombach* sebagai berikut.

$$r_{11} = \left[ \frac{n}{n-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right]$$

keterangan :

$r_{11}$  = Reliabilitas tes secara keseluruhan

$n$  = Banyak butir soal (item)

$\sum s_i^2$  = Jumlah varians skor tiap item

$s_t^2$  = Varians skor total

Dengan kriteria pengujian jika harga  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel dengan taraf signifikansi 0.05 maka alat ukur tersebut dinyatakan reabel, dan

sebaliknya apabila  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel, maka alat ukur tersebut dinyatakan tidak reabel (Suharsimi Arikunto, 2010: 85).

**Tabel 8. Interpretasi Reliabilitas Instrumen**

Besaran Dalam Nilai	Kriteria
0,8 – 1,00	Sangat Tinggi
0,6 – 0,79	Tinggi
0,4 – 0,59	Sedang / Cukup
0,2 – 0,39	Rendah
Kurang dari 0,2	Sangat rendah

Sumber: (Arikunto, 2010 : 75)

Berdasarkan analisis uji coba reliabilitas angket diperoleh hasil sebagai berikut.

**Tabel 9. Rekapitulasi Hasil Uji Coba Reliabilitas Angket**

Variabel	r Tabel	r Hitung	Keterangan	Tingkat Reliabilitas
Harga ( $X_1$ )	0,4444	0,664	Reliabel	Tinggi
Lokasi ( $X_2$ )	0,4444	0,632	Reliabel	Tinggi
Kualitas Bangunan ( $X_3$ )	0,4444	0,711	Reliabel	Tinggi
Lingkungan ( $X_4$ )	0,4444	0,672	Reliabel	Tinggi
Keputusan Pembelian (Y)	0,4444	0,747	Reliabel	Tinggi

a. Harga ( $X_1$ )

Berdasarkan hasil analisis SPSS tersebut, diketahui bahwa koefisien alpha variabel harga ( $X_1$ ) yaitu  $0,664 > 0,444$ , maka angket atau alat pengukuran data tersebut bersifat reliabel. Dengan demikian, semua pernyataan untuk variabel  $X_1$  dapat digunakan untuk



mengumpulkan data yang diperlukan dan perhitungan alpha 0,664 dinyatakan reliabel dengan tingkat reliabilitas tinggi.

b. Lokasi ( $X_2$ )

Berdasarkan hasil analisis SPSS tersebut, diketahui bahwa koefisien alpha variabel lokasi ( $X_2$ ) yaitu  $0,632 > 0,444$ , maka angket atau alat pengukuran data tersebut bersifat reliabel. Dengan demikian, semua pernyataan untuk variabel  $X_2$  dapat digunakan untuk mengumpulkan data yang diperlukan dan perhitungan alpha 0,632 dinyatakan reliabel dengan tingkat reliabilitas tinggi.

c. Kualitas Bangunan ( $X_3$ )

Berdasarkan hasil analisis SPSS tersebut, diketahui bahwa koefisien alpha variabel kualitas bangunan ( $X_3$ ) yaitu  $0,711 > 0,444$ , maka angket atau alat pengukuran data tersebut bersifat reliabel. Dengan demikian, semua pernyataan untuk variabel  $X_3$  dapat digunakan untuk mengumpulkan data yang diperlukan dan perhitungan alpha 0,711 dinyatakan reliabel dengan tingkat reliabilitas tinggi.

d. Lingkungan ( $X_4$ )

Berdasarkan hasil analisis SPSS tersebut, diketahui bahwa koefisien alpha variabel lingkungan ( $X_4$ ) yaitu  $0,672 > 0,444$ , maka angket atau alat pengukuran data tersebut bersifat reliabel. Dengan demikian, semua pernyataan untuk variabel  $X_4$  dapat digunakan untuk mengumpulkan data yang diperlukan dan perhitungan alpha 0,672 dinyatakan reliabel dengan tingkat reliabilitas tinggi.

e. Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil analisis SPSS tersebut, diketahui bahwa koefisien alpha variabel keputusan pembelian (Y) yaitu  $0,747 > 0,444$ , maka angket atau alat pengukuran data tersebut bersifat reliabel. Dengan demikian, semua pernyataan untuk variabel Y dapat digunakan untuk mengumpulkan data yang diperlukan dan perhitungan alpha  $0,747$  dinyatakan reliabel dengan tingkat reliabilitas tinggi.

## G. Uji Persyaratan Analisis Data

### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas ini digunakan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh berdistribusi normal atau tidak dengan menggunakan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* (Uji K-S). Dengan kriteria pengujian sebagai berikut.

Jika Asymp. Sig. (2-tailed)  $> 0,025$  maka berdistribusi normal.

Jika Asymp. Sig. (2-tailed)  $< 0,025$  maka tidak berdistribusi normal.

(Riduwan, 2004: 350)

### 2. Uji Homogenitas

Uji homogenitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah data sampel yang diperoleh berasal dari populasi yang bervariasi homogen atau tidak.

Uji homogenitas dalam penelitian ini adalah uji *Levene statistic* menggunakan model *Anova* dengan rumus sebagai berikut.

$$W = \frac{(n-k) \sum_{i=1}^k n_i (\bar{Z}_{i.} - \bar{Z}_{..})^2}{(k-1) \sum_{i=1}^k \sum_{j=1}^{n_i} (Z_{ij} - \bar{Z}_{i.})^2}$$

Dimana:

N = jumlah observasi

K = banyaknya kelompok

ZU = YU-YT

YT = rata-rata dari kelompok ke i Zt = rata-rata kelompok dari Zi

Z = rata-rata menyeluruh (overall mean) dari Zi Daerah kritis

Untuk melakukan pengujian homogenitas populasi diperlukan hipotesis sebagai berikut.

H<sub>0</sub>: Data populasi bervarians homogen.

H<sub>1</sub>: Data populasi tidak bervarians homogen.

### **Kriteria Pengujian**

Jika probabilitas (Sig.) > 0,05 maka H<sub>0</sub> diterima, sebaliknya jika (Sig.)

< 0,05 maka H<sub>0</sub> ditolak, Tedi Rusman (2015: 48).

## **H. Uji Asumsi Klasik**

### **1. Uji Kelinearitas Garis Regresi**

Sebelum menganalisis uji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat atau uji hipotesis, maka terlebih dahulu di uji kelinearitas garis regresi. Dalam penelitian ini uji kelinearitas garis regresi menggunakan tabel *anova* dengan rumusan hipotesis sebagai berikut.

H<sub>0</sub> : Model regresi berbentuk linier

H<sub>1</sub> : Model regresi berbentuk non linier

Dengan kriteria pengambilan keputusan apabila nilai signifikansi pada tabel *anova* lebih besar dari alpha ( 0,05 ) maka  $H_0$  diterima yang menyatakan regresi berbentuk linier. Dan sebaliknya  $H_0$  ditolak..

Atau dengan membandingkan antara F hitung dan F tabel.

$H_0$  diterima apabila F hitung  $<$  F tabel dengan dk pembilang =  $k - 2$  dan dk penyebut =  $n - k$  . dan sebaliknya  $H_0$  ditolak.

Untuk mencari F hitung digunakan Rumus *Anava* berikut.

Sumber Variasi	dk	JK	KT	F
Total	N	$\sum Y^2$	$\sum Y^2$	
Koefisien (a)	1	JK (a)	JK (a)	
Koefisien (b)	1	JK (b/a)	$s^2_{reg} = JK(b/a)$	$\frac{s^2_{reg}}{s^2_{sisa}}$
Sisa	(n-2)	JK (S)	$s^2_{sisa} = \frac{JK(S)}{n-2}$	
Tuna Cocok	k-2	JK (TC)	$s^2_{TC} = \frac{JK(TC)}{k-2}$	$\frac{s^2_{TC}}{s^2_G}$
Galat	n-k	JK (G)	$s^2_G = \frac{JK(G)}{n-k}$	

Keterangan:

JK = Jumlah kuadrat

KT = Kuadrat tengah

N = Banyaknya responden

Ni = Banyaknya anggota

JK (T) =  $\sum Y^2$

JK (a) =  $(\sum Y)^2/n$

JK (b/a) =  $b \sum XY - X (\sum Y)n$

JK (S) = JK (T) - JK (a) - JK (b/a)

JK (G) =  $\sum Y^2 - (\sum Y)^2/n$

JK (TC) = JK (S) - JK (G)

(Sudjana, 2005: 330-332)

## 2. Uji Multikolinieritas

Penelitian ini untuk menguji Multikolinieritas, peneliti menggunakan model *Partial Correlations*. Model ini adalah membandingkan antara nilai *R Square* dengan nilai koefisien korelasi parsial untuk semua independent variable yang diteliti dengan rumus berikut.

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

Keterangan

$r_{xy}$  : Koefisien validitas

$N$  : Banyaknya subjek

$X$  : Nilai pembanding

$Y$  : Nilai dari instrument yang akan dicari validitasnya.

Kriteria.

Apabila nilai *R Square* > *Correlations Partial* dari masing-masing variabel bebas, maka pada model regresi yang terbentuk tidak terjadi gejala multikolinier (Suliyanto, 2011: 90)

## 3. Uji Autokorelasi

Menurut Sudjarwo (2009: 286), pengujian autokorelasi dimaksudkan untuk mengetahui apakah ada korelasi di antara serangkain data observasi menurut waktu atau ruang. Adanya autokorelasi dapat mengakibatkan penaksir mempunyai varian tidak minimum dan uji t tidak dapat digunakan, karena akan memberikan kesimpulan yang salah. Ada atau tidaknya autokorelasi dapat dideteksi dengan menggunakan uji *Durbin-Watson*.

### Rumus Hipotesis

$H_0$  : tidak terjadi autokorelasi diantara data pengamatan.

$H_1$  : terjadinya autokorelasi diantara data pengamatan.

### Kriteria Pengujian

Apabila nilai statistik *Durbin-Watson* berada diantara angka 2 atau mendekati angka 2 dapat dinyatakan data pengamatan tersebut tidak memiliki autokorelasi (Tedi Rusman, 2005: 63).

Atau jika nilai *Durbin-Watson*  $> DU$  dan nilai  $(4-DW) > DU$  maka dapat dinyatakan bahwa data pengamatan tersebut tidak memiliki autokorelasi dan sebaliknya jika nilai *Durbin-Watson*  $< DL$  dan nilai  $(4-DW) < DL$  maka dapat dinyatakan bahwa data pengamatan tersebut terjadi autokorelasi (Suliyanto, 2011: 108)

## 4. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Sudarmanto, (2005: 147-148), uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah *varian residual absolut* sama atau tidak sama untuk semua pengamatan. Pengamatan yang digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas yaitu *rank* korelasi dari *Spearman*. Dengan rumus berikut.

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum d_i^2}{n(n^2 - 1)}$$

Dimana :

$r_s$  = Koefisien Korelasi Rank Spearman  
 $d_i$  = Selisih Setiap Rank  
 $n$  = Banyaknya Pasangan Data

Rumusan Hipotesis.

$H_0$  : Tidak ada hubungan yang sistematis antara variabel yang menjelaskan dan nilai mutlak dari residualnya.

$H_1$  : Ada hubungan yang sistematis antara variabel yang menjelaskan dan nilai mutlak dari residualnya.

Kriteria Pengujian.

Apabila koefisien signifikansi (Sig.) lebih besar dari  $\alpha = 0,05$ , maka dapat dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas diantara data pengamatan tersebut, yang berarti menerima  $H_0$  dan sebaliknya (Suliyanto, 2011: 32).

## I. Uji Hipotesis

### 1. Pengujian secara parsial

Pengujian secara parsial menggunakan uji regresi linier sederhana, Pengujian ini digunakan untuk menguji hipotesis pertama, kedua, ketiga dan keempat dengan melihat *statistic t* masing masing variabel pada bagian *coefficients* melalui *regresi* linier, dengan rumus.

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{(n_1 - 1)s_1^2 + (n_2 - 1)s_2^2}{n_1 + n_2 - 2} \left( \frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2} \right)}}$$

Keterangan:

$t$  : nilai *t* hitung

$\bar{X}_1$  : rata-rata nilai kelompok *kesatu*

$\bar{X}_2$  : rata-rata nilai kelompok *kedua*

$s_1^2$  : varians kelompok *kesatu*

$s_2^2$  : varians kelompok *kedua*

$n_1$  : banyak subjek kelompok *kesatu*

$n_2$  : banyak subjek kelompok *kedua*

Rumusan hipotesisnya adalah sebagai berikut.

Hipotesis pertama.

$H_0$  : tidak terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian rumah di Perumahan Bukit Barisan II Pesawaran.

$H_1$  : terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian rumah di Perumahan Bukit Barisan II Pesawaran.

Hipotesis Kedua.

$H_0$  : tidak terdapat pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian rumah di Perumahan Bukit Barisan II Pesawaran.

$H_1$  : terdapat pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian rumah di Perumahan Bukit Barisan II Pesawaran.

Hipotesis Ketiga.

$H_0$  : tidak terdapat pengaruh kualitas bangunan terhadap keputusan pembelian rumah di Perumahan Bukit Barisan II Pesawaran.

$H_1$  : terdapat pengaruh kualitas bangunan terhadap keputusan pembelian rumah di Perumahan Bukit Barisan II Pesawaran.

Hipotesis Keempat.

$H_0$  : tidak terdapat pengaruh lingkungan terhadap keputusan pembelian rumah di Perumahan Bukit Barisan II Pesawaran.

$H_1$  : terdapat pengaruh lingkungan terhadap keputusan pembelian rumah di Perumahan Bukit Barisan II Pesawaran.



Kriteria pengambilan keputusan.

Apabila  $T_{hitung} > T_{tabel}$  dengan  $dk = n-2$  dan  $\alpha 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan sebaliknya  $H_0$  diterima.

Serta apabila probabilitas ( $sig.$ )  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan sebaliknya  $H_0$  diterima.

## 2. Pengujian secara simultan

Pengujian hipotesis secara simultan menggunakan statistic (F) melalui regresi linier simultan suatu model untuk menganalisis pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y), untuk menguji hipotesis digunakan model regresi linier multipel yaitu.

$$= a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan:

= Keputusan pembelian rumah

$b_1$  = Koefisien regresi variabel  $X_1$  (harga)

$b_2$  = Koefisien regresi variabel  $X_2$  (lokasi)

$b_3$  = Koefisien regresi variabel  $X_3$  (kualitas bangunan)

$b_4$  = Koefisien regresi variabel  $X_4$  (lingkungan)

$X_1$  = harga

$X_2$  = lokasi

$X_3$  = kualitas bangunan

$X_4$  = lingkungan

$e$  = error / variabel pengganggu

Untuk menguji hipotesis penelitian secara simultan menggunakan

statistik F dengan rumus.

$$F = \frac{JK (Reg) / k}{JK S / n - k - 1}$$

Dimana.

$$JK (Reg) = b_1 ( \sum x_1y ) + b_2 ( \sum x_2y )$$

$$JK (S) = \sum y^2 - JK (Reg)$$

rumusan hipotesisnya.

$H_0$  : tidak terdapat pengaruh secara simultan antara harga, lokasi, kualitas bangunan, dan lingkungan terhadap keputusan pembelian rumah di Perumahan Bukit Barisan II Pesawaran.

$H_1$  : terdapat pengaruh secara simultan antara harga, lokasi, kualitas bangunan, dan lingkungan terhadap keputusan pembelian rumah di Perumahan Bukit Barisan II Pesawaran.

Kriteria pengambilan keputusan.

Apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dengan dk pembilang  $k$  dan dk penyebut  $n-k-1$  dan alpha tertentu maka  $H_0$  ditolak. Dan sebaliknya  $H_0$  diterima.

Serta apabila signifikansi ( $sig.$ )  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan sebaliknya  $H_0$  diterima.

## **V. KESIMPULAN DAN SARAN**

### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan mengenai harga, lokasi, kualitas bangunan dan lingkungan terhadap keputusan pembelian rumah di Perumahan Bukit Barisan II Pesawaran, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut.

1. Terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian rumah di Perumahan Bukit Barisan II Pesawaran. Semakin terjangkau harga rumah di Perumahan Bukit Barisan II Pesawaran maka tingkat keputusan pembelian konsumen akan tinggi, sebaliknya Semakin tidak terjangkau harga rumah di Perumahan Bukit Barisan II Pesawaran maka tingkat keputusan pembelian konsumen akan rendah.
2. Terdapat pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian rumah di Perumahan Bukit Barisan II Pesawaran. Semakin baik lokasi perumahan maka tingkat keputusan pembelian konsumen akan tinggi, sebaliknya Semakin tidak baik lokasi perumahan maka tingkat keputusan pembelian konsumen akan rendah.
3. Terdapat pengaruh kualitas bangunan terhadap keputusan pembelian rumah di Perumahan Bukit Barisan II Pesawaran. Semakin baik kualitas bangunan maka tingkat keputusan pembelian konsumen akan tinggi,

sebaliknya Semakin tidak baik kualitas bangunan maka tingkat keputusan pembelian konsumen akan rendah.

4. Terdapat pengaruh lingkungan terhadap keputusan pembelian rumah di Perumahan Bukit Barisan II Pesawaran. Semakin baik lingkungan maka tingkat keputusan pembelian konsumen akan tinggi, sebaliknya Semakin tidak baik lingkungan maka tingkat keputusan pembelian konsumen akan rendah.
5. Terdapat pengaruh harga, lokasi, kualitas bangunan dan lingkungan terhadap keputusan pembelian rumah di Perumahan Bukit Barisan II Pesawaran. Semakin baik harga, lokasi, kualitas bangunan dan lingkungan maka tingkat keputusan pembelian konsumen akan tinggi, sebaliknya semakin tidak baik harga, lokasi, kualitas bangunan dan lingkungan, maka tingkat keputusan pembelian konsumen rendah. Namun pada pengujian secara simultan lokasi menjadi variabel yang sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti konsumen yang membeli rumah di Perumahan Bukit Barisan II Pesawaran lebih memperhatikan lokasi sebelum membeli rumah tersebut dan tidak begitu memperhatikan harga, kualitas bangunan dan lingkungan. Karena yang terpenting rumah tersebut dekat dengan tempat – tempat tujuan seperti pusat perkotaan, kantor (tempat kerja), sekolah, pasar ataupun tempat wisata.

## B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai harga, lokasi, kualitas bangunan dan lingkungan terhadap keputusan pembelian rumah di Perumahan Bukit Barisan II Pesawaran, maka penulis menyarankan kepada PT. Siklus Jaya Abadi selaku developer Perumahan Bukit Barisan II Pesawaran hal – hal berikut.

1. Hasil penelitian ini menunjukkan seluruh uji hipotesis membuktikan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian rumah. Oleh karena itu, hendaknya PT. Siklus Jaya Abadi selaku developer Perumahan Bukit Barisan II Pesawaran untuk mempertahankan harga rumah yang murah dengan syarat dan ketentuan yang mudah.
2. Lokasi merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian rumah di Perumahan Bukit Barisan II Pesawaran. Oleh karena itu, hendaknya PT. Siklus Jaya Abadi bisa memilih lokasi yang lebih baik lagi dari perumahan Bukit Barisan II Pesawaran sebelum membangun dan mengembangkan Perumahan baru.
3. Kualitas bangunan merupakan faktor penting dalam Perumahan. Semakin baik kualitas bangunan maka semakin awet dan tahan lama bangunan tersebut. Untuk itu hendaknya PT. Siklus Jaya Abadi selalu menjaga kepercayaan konsumen perumahan dengan mendirikan bangunan yang kokoh dengan harga terjangkau serta mendengarkan komplain ataupun masukan masukan yang diberikan oleh konsumen perumahan, sehingga konsumen tersebut akan memberi apresiasi yang baik terhadap perumahan tersebut dan apresiasi baik konsumen yang telah membeli rumah di

Perumahan Bukit Barisan II Pesawaran tersebut akan menarik konsumen – konsumen baru untuk membeli rumah di Perumahan Bukit Barisan II Pesawaran.

4. Variabel lingkungan biarpun berpengaruh tetapi masih terdapat 19,28% responden yang memberikan tanggapan rendah seperti keamanan, saluran pembuangan air (Sanitasi) dan jalan masuk ke perumahan. Untuk itu sebaiknya PT. Siklus Jaya Abadi selaku Developer Perumahan Bukit Barisan II Pesawaran lebih meningkatkan keamanan di perumahan tersebut dengan mempekerjakan tenaga keamanan (*security*) yang memberikan penjagaan 24 jam. Kemudian manajemen saluran pembuangan air dengan baik serta memperbaiki jalan masuk ke perumahan sehingga akses keluar masuk ke perumahan lancar.
5. PT. Siklus Jaya Abadi selaku Developer Perumahan Bukit Barisan II Pesawaran sebaiknya untuk menyempurnakan bauran pemasaran (*marketing mix*) yang terdiri dari *product*, *price*, *place* dan *promotion*. Untuk periklanan (*promotion*) lebih di gencarkan lagi, karena masih banyak calon konsumen di Bandarlampung dan sekitarnya yang menginginkan rumah seperti rumah di Perumahan Bukit Barisan II Pesawaran namun tidak mengetahui info mengenai Perumahan tersebut. Tim *marketing* PT. Siklus Jaya Abadi bisa mengiklankan lewat media konvensional seperti koran, baleho, brosur ataupun memanfaatkan media online seperti media sosial, situs jual beli online dan blogger. Jika penjualan rumah di Perumahan Bukit Barisan II Pesawaran ingin meningkat, maka keempat bauran pemasaran tersebut harus diterapkan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, Adib. 2001. *Menuju Lingkungan Perumahan Perkotaan yang Berkualitas*. Skripsi. Bandung . Institute Teknologi Bandung.
- Amirin, T., 2011, *Populasi Dan Sampel Penelitian 4: Ukuran Sampel Rumus Slovin*, Erlangga, Jakarta.
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Basrowi. (2007). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta
- Budi Utami, Anisa. 2015. *Pengaruh Harga, Pendapatan dan Lokasi Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Rumah di D'Kranji Residence Tahap II Bekasi Barat*. Jurnal Penellitian. Jakarta . Politeknik Negeri Jakarta.
- Ediati , Tuti. 2014. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Membeli Rumah di Surakarta*. Jurnal Penelitian. Surakarta. Universitas tunas Pembangunan.
- Effendi. 2006. *Analisa Lima Faktor Terhadap Pembelian Rumah Sederhana dan Sangat Sederhana*. Skripsi.Jakarta. Universitas Negeri jakarta.
- Eri , Susanti, 2003, *Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Produk Keramik Milan Di Surabaya*. Skripsi. Surabaya. Fakultas Ekonomi Unika Widya Mandala Surabaya.
- Kanuk.2008. *Prilaku Konsumen, Edisi 7. Jakarta*
- Keputusan Menteri Permukiman dan Prasarana Wilayah No. 403 Tahun 2002 *Tentang Pedoman Teknis Pembangunan Rumah Sehat*.
- Kotler dan Armstrong . 2001, *Prinsip – Prinsip Pemasaran* . Erlangga. Jakarta.

- Lichfield, N dan Drabkin, Darin. 1980. *Land Policy in Planning*. George Allen & Unwim LTD, London, United Kingdom
- Luhst. 1997. *Real Estate Valuation. Principles Application*, USA.
- Mardela, Suci. 2017. *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mie Ayam Laziza Bandar Lampung*. Skripsi. Bandarlampung. Universitas lampung.
- Muhammad Taufiq & Eduardus Tandelilin. 2007, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Transaksi Rumah Sederhana Tipe 36 di Kabupaten Boyolali Provinsi Jawa Tengah*. Skripsi. Semarang. Universitas Negeri Semarang.
- Nazir, Muhammad.2003.*Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Primananda, Agustinus. 2010. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Membeli Rumah*. Skripsi . Semarang .Universitas Diponegoro.
- Riduwan. 2004. *Dasar-Dasar Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Rusman, Tedi. 2015. *Statistika Penelitian Ekonomi Menggunakan Aplikasi SPSS 16* . Bandarlampung.
- Schiffman. 2010 *Consumer Behavior Tenth. Pearson Education*. Jakarta.
- Sopiah dan Syiahbudhin 2008.*Faktor – Faktor Keputusan Pembelian Konsumen*. Jakarta.
- Sudarmanto, Gunawan. 2005. *Analisis Regresi Linier Ganda dengan SPSS*. Yogyakarta:Graha Ilmu.
- Sudharto, P. Hadi. 2000. *Tahapan Pengembangan Permukiman* (Pdf) (<https://media.neliti.com/media/publications/30458-ID-analisis-faktor-faktor-yang-mempengaruhi-konsumen-memilih-hunian-apartemen-panda.pdf> diakses tanggal 06 November 2017).
- Sudjana.2005. *Metode Statistik*. Bandung: Tarsito.
- Sudjarwo, Basrowi. 2009. *Manajemen Penelitian Sosial*. Bandung: CV Mandar Maju.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto. 2011.*Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta: PenerbitAndi.



- Surowiyono, Tutu TW. 2007. *Dasar Perencanaan Rumah Tinggal*. Jakarta.
- Suryani.2008. *Analisa Prilaku Konsumen, Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Graha Ilmu. Jogjakarta.
- Sutianingsih. 2010. *Keputusan Konsumen dalam Membeli Rumah* . Jurnal Penelitian. Surakarta . Manajemen dan Akuntansi STIE Atma Bhakti.
- Tintia, Anisa. 2017. *Pengaruh Harga, Promosi, Lokasi, Kelas Sosial, Peran dan Status serta Konsep DiriKonsumen terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Chandra Super Store Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung*. Skripsi. Bandarlampung . Universitas lampung.
- Tjiptono.2008. *Bauran Pemasaran dan Keputusan Pembelian*.Erlangga. Jakarta
- Undang Undang No. 4 Tahun 1982 *tentang Ketentuan-ketentuan Pokok Pengelolaan Lingkungan Hidup*.
- Undang Undang No. 4 Tahun 1992 *Tentang Pengertian Perumahan*.
- Undang Undang No. 4 Tahun 1992 *Tentang Standar dan Ketentuan Perumahan*.
- Von Thünen, J.H. (1826) *Negara yang terisolasi dalam kaitannya dengan pertanian dan ekonomi*. Bagian 1. Hamburg: Friedrich Perthes.