

**FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEMBELIAN RUMAH
SEDERHANA DI KOTA BANDAR LAMPUNG
(Studi di Perumahan Dalam Wilayah Kecamatan Kemiling Kota Bandar Lampung)**

(Skripsi)

**Oleh:
FACHRUL ROZIE**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2019**

ABSTRACT

FACTORS AFFECTING PURCHASES SIMPLE HOUSE

IN THE CITY OF BANDAR LAMPUNG

(Study in Housing in the District Area of Kemiling, Bandar Lampung City)

Fachrul Rozie

The purpose of this study is to determine the factors considered by consumer making housing purchase decisions in the Kemiling sub-district of bandar Lampung city, includes sub-variable quality of housing product, prices, consumer income, locations, and housing facilities. The research was conducted using primary data obtained form interview and questionnaires. In this study using quatitative descriptive analisis method. Based on the result of the research it can be concluded that sub-variable that affect consumer considerations in purchasing housing have the highest results of ideal achievement, sub-variables price 82,4%, sub-variables consumer income 75,8% , sub-variables housing facilities 73,7% and locations 70,5%.

Keywords: Consumer Income, Housing Facilities, Locations, Prices, Purchase Decision,

ABSTRAK

FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEMBELIAN RUMAH SEDERHANA DI KOTA BANDAR LAMPUNG

(Studi di Perumahan Dalam Wilayah Kecamatan Kemiling Kota Bandar Lampung)

Oleh

Fachrul Rozie

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui faktor yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam melakukan keputusan pembelian rumah perumahan di Kecamatan Kemiling Kota Bandar Lampung meliputi sub-variabel harga, pendapatan konsumen, lokasi perumahan, dan kualitas layanan fasilitas perumahan. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan data primer yang diperoleh dari hasil wawancara dan kuisioner. Dalam penelitian menggunakan metode Analisis Deskriptif Kuantitatif. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel yang mempengaruhi pertimbangan konsumen dalam pembelian perumahan memiliki hasil tertinggi pencapaian ideal yaitu sub-variabel kualitas sub-variabel harga sebesar 82,4 persen, sub-variabel pendapatan konsumen sebesar 75,8 persen, sub-variabel kualitas layanan fasilitas perumahan sebesar 73,7 persen dan sub-variabel lokasi perumahan sebesar 70,5 persen.

Kata Kunci: Harga, ualitas Layanan Fasilitas Perumahan, Lokasi Perumahan, Pendapatan Konsumen, Pertimbangan Konsumen Dalam Keputusan Pembelian.

**FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEMBELIAN RUMAH
SEDERHANA DI KOTA BANDAR LAMPUNG
(Studi di Perumahan Dalam Wilayah Kecamatan Kemiling Kota Bandar Lampung**

Oleh

FACHRUL ROZIE

SKRIPSI

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA EKONOMI

Pada

Jurusan Ekonomi Pembangunan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2019**

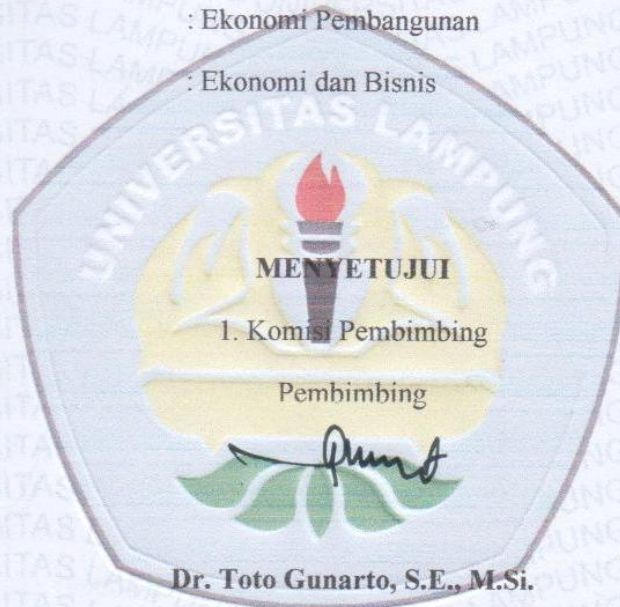
Judul Skripsi : **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEMBELIAN RUMAH SEDERHANA DI KOTA BANDAR LAMPUNG (Studi di Perumahan Dalam Wilayah Kecamatan Kemiling Kota Bandar Lampung)**

Nama Mahasiswa : **Fachrul Rozie**

No. Pokok Mahasiswa : **1211021047**

Jurusan : **Ekonomi Pembangunan**

Fakultas : **Ekonomi dan Bisnis**



Dr. Toto Gunarto, S.E., M.Si.

NIP 19560325 198303 1 002

2. Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan

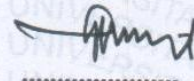
Dr. Neli Aida, S.E., M.Si.

NIP 19631215 198909 2 002

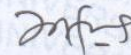
MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua : **Dr. Toto Gunarto, S.E.,M.Si.**



Penguji I : **Emi Maimunah, S.E.,M.Si.**



Penguji II : **Nurbetty Herlina, S.E.,M.Si.**



Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. Nanroji, S.E.,M.Si.

NIP 19660621 199003 1 003



Tanggal Lulus Ujian Skripsi : **19 Desember 2019**

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis dengan sungguh-sungguh dan bukan merupakan penjiplakan hasil karya orang lain. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman/sanksi sesuai ketentuan yang berlaku.

Bandar Lampung, 27 Januari 2020



Fachrul Rozie

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Bandar Lampung, pada tanggal 11 Maret 1995 dari pasangan Mujito Pramudianto dan Humaida Soelaiman . Penulis merupakan putra kedua dari ketiga bersaudara.

Pendidikan Sekolah Dasar (SD) di Sekolah Dasar Negeri 2 Rawalaut Teladan Kota Bandar Lampung dan lulus pada tahun 2006. Sekolah Menengah Pertama (SMP) diselesaikan pada tahun 2009 dari SMPN 2 Kota Bandar Lampung . Kemudian penulis melanjutkan ke tingkat Sekolah Menengah Atas (SMA) di SMAN Negeri 3 Kota Bandar Lampung dan lulus pada tahun 2012.

Pada tahun 2012 penulis diterima sebagai mahasiswa jurusan Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung. Selama mengikuti perkuliahan, penulis menjadi pengurus Himpunan Mahasiswa Ekonomi Pembangunan (HIMEPA) sebagai Kepala Bidang Publikasi , Kreativitas dan Media tahun 2014.

MOTTO

“Barangsiapa bersungguh-sungguh, sesungguhnya kesungguhannya itu adalah untuk dirinya sendiri.”

(QS Al-Ankabut [29]: 6)

“Barang siapa yang beriman kepada Allah Suhana Wa Ta’ala dan hari akhir maka hendaknya berkata yang baik atau diam”

(Hadist Riwayat Bukhari dan Muslim)

“Agama tuntunan hidup , harta penunjang hidup , passion membuat hidup lebih hidup ”

(Fachrul Rozie)

PERSEMBAHAN

Sujud syukurku kusembahkan kepadamu ALLAH SWT telah kau jadikan aku manusia yang senantiasa berpikir, berilmu, beriman dan bersabar dalam menjalani kehidupan ini. Semoga keberhasilan ini menjadi satu langkah awal bagiku untuk meraih cita-cita impianku.

Lantunan Al-fatihah beriring Shalawat dalam silahku merintih, menadahkan doa dalam syukur yang tiada terkira, terima kasihku untukmu. Kupersembahkan sebuah karya kecil ini untuk kedua orang tuaku tercinta, Bapak Mujito Pramudianto dan Ibu Humaida Soelaiman, yang tiada pernah hentinya selama ini memberiku semangat, doa, dorongan, nasehat dan kasih sayang serta pengorbanan yang tak tergantikan hingga aku selalu kuat menjalani setiap rintangan yang ada didepanku. Terimalah bukti kecil ini sebagai hadiah keseriusanku untuk membalas semua pengorbananmu. Dalam hidupmu demi hidupku kalian ikhlas mengorbankan segala perasaan tanpa kenal lelah, dalam lapar berjuang separuh nyawa hingga segalanya kalian berikan dan Almamater tercinta Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.

SANWACANA

Puji syukur kepada Allah SWT, atas karunia serta kemudahan yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Skripsi yang berjudul “Faktor - faktor yang mempengaruhi pembelian rumah sederhana di kota Bandar ” adalah salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung

Penulis menyadari bahwa dalam penyelesaian penelitian ini tidak akan berjalan lancar tanpa adanya dukungan dari pihak lain baik dari segi moral dan materi. Untuk itu dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Hi. Satria Bangsawan, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
2. Bapak Dr. Nairobi, S.E., M.Si. sebagai Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
3. Ibu Emi Maimunah, S.E., M.Si. selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
4. Bapak Dr. Toto Gunarto, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah banyak memberikan bimbingan, pelajaran, perhatian, motivasi dan nasihat yang sangat berharga bagi penulis.

5. Ibu Dr. Arivina Ratih Yulihar T, S.E., M.M. selaku dosen pembahas yang telah banyak memberikan pelajaran, bimbingan, masukan dan perhatian yang sangat berharga bagi penulis.
6. Ibu Emi Maimunah, S.E., M.Si. selaku dosen pembahas yang telah banyak memberikan bimbingan, pelajaran, perhatian, motivasi dan nasihat yang sangat berharga bagi penulis.
7. Bapak Muhammad Husaini, S.E., M.P. selaku pembimbing akademik yang memberikan nasehat dan bimbingan untuk perkembangan studi penulis.
8. Para Dosen dan Staf di Jurusan Ekonomi Pembangunan yang telah mengajar dengan penuh kedisiplinan namun penuh cinta.
9. Ayahku tercinta Mujito Pramudianto , Ibuku tercinta Humaida Soelaiman, Kakakku Fahmi Ferdianto , adikku Hasna Nurul Fathia, Ibu Tiri Asnawati, dan Bapak Tiri Fuzial Koto . serta semua keluarga yang telah mendukung selama ini.
10. Sisca Septiyani yang selalu menemani untuk memberikan semangat, dukungan, tenaga, waktu, dan doa.
11. Sahabat-sahabat sepermainan, Soulthan, Rifki, Idham, Razif, Hera, Gesa, Vania, Anggi, Dati, Mia, Vema, Indah, Putri, Sela, dan Vina yang telah memberikanku keceriaan, motivasi semangat dan pengalaman yang berharga.
12. Teman-teman dan sahabatku di Ekonomi Pembangunan 2012 Ketut, Khanif, Julian, Acong, Deri, Adib, Anto, Yaser, Boli, Rizki , Ageng, Asri, Handiki, Geri, Indra, Danti, Oci, Firdha, Deffa, dan semua teman-teman yang namanya tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terima kasih atas dukungannya kepada penulis dalam proses perkuliahan ini.

13. Kakak-Kakak Tingkatku , Alm Bang Ical, ban Yudi, bang Bolang, bang Rendi bang Ikram, bang Ruhan, bang Genio, mba Iin, mba Gita . terima kasih kalian selalu menemani penulis dan selalu memberikan semangat untuk berjuang dalam proses pembelajaran kehidupan di kampus ini.
14. Adik – adik tingkatku Boy, Yahya, Tio, Surya, Andan, Yofi, Untung, Syara, Arnoldhi, Udin, Retno, Febrina, Hani, Ilham , Habib, Keling, Oki, Feri, Tirta, dan Ade. Terima kasih kalian yang selalu membantu, memberikan semangat dan menemani penulis dalam proses pembelajaran kehidupan dikeseharian.
15. Teman-teman Demisioner Himepa, Adib , Yusmitha, Boy, Yahya, Sekar, Surya, dan Khanif yang menemani penulis selama masa perkuliahan, dan selalu memberikan semangat bagi penulis.
16. Teman seperjuangan KKN di Pampangan Lampung Barat . Iqbal , Melisa, Heru, Hanum, Aradila, Furqon, Dewi dan Ipnika yang selalu memberi doa dan dukungan agar skripsi ini selesai.
17. Teman – teman *Look Alike Creative Team* Kiki, Abah, Rifqy, Acong, Jafar, Tholha, dan Apri yang selalu memberikan semangat dan dukungan kepada penulis agar skripsi ini selesai

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini tentunya mempunyai banyak kekurangan sehingga informasi tambahan, saran dan kritik untuk pengembangan lebih lanjut sangatlah penulis harapkan. Akhir kata penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Bandar Lampung, Januari 2020

Penulis,

Fachrul Rozie

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	iii
DAFTAR GAMBAR	iv
DAFTAR LAMPIRAN	v
I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penulisan	9
D. Manfaat Penulisan	9
II. KAJIAN PUSTAKA KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	10
A. Tinjauan Teoritis	10
1. Teori Perilaku Konsumen	10
2. Teori Keputusan Pembelian	11
3. Teori Permintaan	14
4. Teori Kebutuhan	15
5. Teori Pendapatan	17
6. Teori Lokasi Perumahan	17
7. Pengertian Perumahan dan Pemukiman	18
8. Permintaan Rumah	18
9. Konsep dan Kategori Perumahan	20
10. Hubungan Teoritis antar Penelitian	25
B. Tinjauan Empiris	26
C. Kerangka Pemikiran	27
D. Hipotesis	28
III. METODE PENELITIAN	29
A. Jenis Penelitian dan Sumber Data	29
B. Waktu dan Tempat	29
C. Definisi Operasional Variabel Penelitian	30
D. Definisi Variabel	31
E. Populasi dan Sampel Penelitian	33
F. Metode Pengumpulan Data	35
G. Uji Signifikansi Instrumen Penelitian	36
1. Uji Validitas	36

2. Uji Realibilitas	37
H. Metode Analisis Data	37
1. Analisis Deskriptif	38
2. Analisis Faktor	39
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	39
A. Statistik Deskriptif	40
1. Gambaran Umum Daerah Penelitian	40
2. Profil Perumahan.....	41
3. Karakteristik Responden	41
B. Hasil Uji Signifikasi Instrumen Penelitian.....	44
1. Uji Validitas	44
2. Uji Realibilitas	45
C. Analisis Deskriptif Pencapaian Kondisi Ideal Faktor Perimbangan Konsumen dalam Pembelian Rumah	46
1. Capaian Kondisi Ideal Harga	46
2. Capaian Kondisi Ideal Pendapatan Konsumen	47
3. Capaian Kondisi Ideal Lokasi Perumahan	49
4. Capaian Kondisi Ideal Kualitas Layanan Fasilitas Perumahan	51
D. Pembahasan.....	53
E. Implikasi Penelitian.....	55
V. SIMPULAN DAN SARAN.....	56
A. Simpulan	56
B. Saran.....	58

DAFTAR PUSTAKA LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Data Jumlah Penduduk dan Rumah Tangga Kota Bandar Lampung Tahun 2014-20.	3
2. Prosentase Penyediaan Perumahan di Kota Bandar Lampung Tahun 2017-2018.....	5
3. Tinjauan Empiris.....	26
4. Pengukuran Variabel.....	30
5. Reliabilitas	37
6. Rancangan Analisis Variabel Keputusan Pembelian.....	38
7. Rancangan Frekuensi Tanggapan Responden	39
8. Hasil Uji Validitas Pada Responden.....	44
9. Hasil Uji Reabilitas Pada Responden	45
10. Hasil Presentase Pencapaian Kondisi Ideal Harga.....	46
11. Hasil Frekuensi Tanggapan Responden Harga	47
12. Hasil Presentase Pencapaian Kondisi Ideal Pendapatan	48
13. Hasil Frekuensi Tanggapan Responden Pendapatan.....	48
14. Hasil Presentase Pencapaian Kondisi Ideal Lokasi.....	49
15. Hasil Frekuensi Tanggapan Responden Lokasi	50
16. Hasil Presentase Pencapaian Kondisi Ideal Kualitas Layanan	51
17. Hasil Frekuensi Tanggapan Responden Kualitas Layanan	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Proses Keputusan Pembelian.....	13
2. Skema Kerangka Berpikir Penelitian	28
3. Responden Berdasarkan Umur	42
4. Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	43

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halamn
1. Kuisoner	L-1
2. Rekapitulasi Hasil Kuisoner	L-5
3. Uji Validitas dan Reabilitas	L-17
4. Tabel r-	L-21
5. Method Successful Interval	L-24

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perumahan dan pemukiman merupakan aspek penting dalam analisis ekonomi wilayah dan perkotaan. Hal ini beralasan karena kegiatan perumahan dan pemukiman merupakan salah satu kebutuhan pokok dalam kehidupan masyarakat yang sangat menentukan tingkat kemakmuran dan kesejahteraan sosial, bahkan perkembangan dalam pembangunan tersebut juga sekaligus mencerminkan kemajuan tingkat peradaban suatu masyarakat atau bangsa (Sjafrizal: 2014: 239).

Perumahan dan pemukiman merupakan salah satu kebutuhan dasar manusia yang menyangkut kelayakan dan taraf kesejahteraan hidup masyarakat. Rumah bukan hanya berfungsi sebagai tempat tinggal atau hunian, lebih dari itu rumah juga mempunyai fungsi strategis dalam perannya sebagai pusat pendidikan keluarga, persesuaian budaya dan peningkatan kualitas generasi mendatang.

Kebutuhan akan rumah merupakan salah satu kebutuhan dasar (*home needs*) bagi manusia setelah pangan dan sandang. Setiap individu manusia akan mengutamakan pemenuhan kebutuhan dasar daripada kebutuhan sekundernya. Begitu pula dengan kebutuhan akan rumah, setiap orang akan berusaha memenuhi kebutuhan akan rumah dalam setiap tingkat kehidupan masyarakat dengan memperhatikan selera dan kemampuan yang ada. Menurut pasal 5 ayat (1) UU No 4 tahun 1992 tentang

perumahan dan pemukiman setiap warga Negara mempunyai hak untuk menempati dan atau menikmati dan atau memiliki rumah yang layak dalam lingkungan yang sehat, aman, serasi, dan teratur. Masyarakat saat ini memiliki beberapa pilihan dalam memiliki rumah. Pilihan tersebut adalah dengan cara membangun sendiri atau dengan cara sewa, membeli secara tunai atau angsuran, hibah atau dengan cara lain yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Pengembangan perumahan dan pemukiman tidak dilandasi hanya untuk pembangunan fisik saja melainkan harus dikaitkan dengan dimensi sosial, ekonomi dan budaya yang mendukung kehidupan masyarakat secara berkelanjutan. Secara umum kota sebagai pusat permukiman mempunyai peran penting dalam memberi pelayanan di berbagai bidang kehidupan bagi penduduknya dan daerah sekitarnya. Kota adalah suatu wilayah geografis tempat bermukim sejumlah penduduk dengan tingkat kepadatan yang relatif tinggi dibandingkan dengan perdesaan, dengan kegiatan utamanya di sektor nonpertanian.

Kota Bandar Lampung merupakan Ibukota Provinsi Lampung yang memiliki wilayah pesisir, dengan panjang garis pantai 27,01 km dan luas kampung pesisir 56,57 km (dari kelurahan Srengsem kecamatan Panjang hingga kelurahan Keteguhan kecamatan Teluk Betung Barat). Kota Bandar Lampung memiliki jumlah penduduk 1.033.803 jiwa pada Tahun 2018 dan kepadatan penduduk sekitar 8.316 jiwa/km². Distribusi Produk Domestik Regional Bruto Kota Bandar Lampung menurut lapangan usaha atas dasar harga konstan Tahun 2018 (juta Rupiah). Dalam hal *real estate* (bangunan atau perumahan) sebagai faktor dominan dalam kebutuhan hidup manusia, dapat dilihat dari besarnya distribusi

bidang *Real Estate* yang jumlahnya terus meningkat setiap tahunnya terhadap Produk Domestik Bruto Kota Bandar Lampung. Dalam hal penunjang pembangunan perumahan yang menunjang kebutuhan manusia perlu di capai keseimbangan antara penyediaan dan permintaan perumahan.

Tabel 1. Data Jumlah Penduduk dan Rumah Tangga Kota Bandar Lampung Tahun 2014-2018

Tahun	Jumlah Penduduk (jiwa)	Rumah Tangga (KK)
2014	960.695	226.034
2015	979.287	230.354
2016	997.728	234.756
2017	1.015.910	239.242
2018	1.033.803	243.814

Sumber: BPS, Kota Bandar Lampung Dalam Angka, 2018.

Berdasarkan tabel 1. dijelaskan bahwa jumlah rumah tangga diukur dengan kepala rumah tangga dari Tahun 2014 sampai 2018 mengalami peningkatan di Kota Bandar Lampung. Pertumbuhan penduduk di Kota Bandar Lampung mendorong pertumbuhan pembangunan perumahan sederhana dan mewah. Semakin bertambahnya jumlah penduduk suatu wilayah, maka semakin banyak permintaan perumahan. Hal ini disebabkan karena lebih terjamin kualitas dan efisien dalam proses pembangunan perumahan.

Pada praktiknya pembangunan perumahan lebih menekankan pada fisik bangunan dan lingkungan yang aman. Pada kondisi saat ini, perumahan berdasarkan kepemilikannya bertipe subsidi dan non subsidi. Persaingan menjadi tidak seimbang karena perbedaan kelebihan dan kekurangannya. Perumahan bersubsidi memiliki harga yang terjangkau, pengembang atau *developer* yang terpercaya karena turut bekerja sama dengan program Kementerian Perumahan Rakyat (Kemenpera). Tetapi, akses perumahan sulit dijangkau, spesifikasi bangunan

standar dan jauh dari pusat kota. Hal ini yang menyebabkan untuk seseorang yang berpendapatan lebih tinggi enggan untuk membeli rumah bersubsidi. Sehingga lebih memilih membeli rumah tidak bersubsidi yang memiliki fasilitas dan akses menuju ke perumahan mudah dijangkau.

Kekhawatiran tersebut tentunya menjadi perhatian besar pemerintah pusat maupun daerah untuk terus berproduksi, karena kebutuhan masyarakat Indonesia akan hunian masih begitu vital. Seperti diketahui bahwa kebutuhan manusia akan rumah atau tempat tinggal merupakan salah satu bentuk kebutuhan primer. Pada titik tertentu, kebutuhan memiliki rumah tak terelakkan lagi dan menjadi sangat penting dalam daftar kebutuhan yang harus dipenuhi. Selain berlindung, bertumbuh dan beraktifitas, rumah bias jadi alat sosial. Alat sosial di sini berarti bahwa rumah menjadi bagian dari penghuni untuk berinteraksi dengan lingkungannya.

Kota Bandar Lampung memiliki banyak kawasan perumahan bersubsidi dan tidak bersubsidi. Terdapat 220 perumahan pada 20 kecamatan yang ada di Bandar Lampung. Sehingga menjadi ketertarikan penulis untuk meneliti perumahan yang berada di Kecamatan Kemiling Kota Bandar Lampung. Berikut ini data jumlah kawasan perumahan yang berada di Kota Bandar Lampung berdasarkan menurut Kecamatan yang dipublikasi oleh Dinas Tata Kota Kota Bandar Lampung.

Sistem Tata Kota yang diberlakukan di Bandar Lampung memberikan banyak peluang sehingga banyak pengembang yang mengajukan izin pembangunan kawasan perumahan. Namun demikian pemerintah juga mengajukan persyaratan kepada pengembang dalam mengembangkan usahanya diantaranya adalah proporsi mengenai tipe perumahan yang dibangun diantaranya adalah dengan kemauan

pengembang untuk membangun tipe rumah sederhana. Pembangunan rumah sederhana dinilai akan semakin memudahkan masyarakat untuk memperoleh tempat tinggal.

Tabel 2. Prosentase Penyediaan Perumahan di Kota Bandar Lampung Tahun 2017-2018

Tipe rumah	Tahun 2017		Tahun 2018	
	Jumlah	Persen	Jumlah	Persen
Rumah sederhana	4870	89.62	5771	89.33
Rumah non sederhana		10.38	689	10.67
Total	5434	100.00	6460	100.00

Sumber: Dinas Tata Kota dan Pemukiman Kota Bandar Lampung, 2018.

Tabel 2. menunjukkan data prosentase penyediaan perumahan di Kota Bandar Lampung dari tahun 2017 sampai tahun 2018. Prosentase realisasi penyediaan perumahan di Kota Bandar Lampung pada tahun 2017 sampai tahun 2018 yang terbesar adalah rumah sederhana, yaitu pada tahun 2017 berjumlah 4870 unit (89,62%), dan pada tahun 2018 sebanyak 5771 unit (89,33%). Hal ini mengindikasikan bahwa perumahan tipe sederhana masih tetap bertahan bagi kalangan menengah bawah, meskipun perkembangannya harus bersaing dengan perumahan-perumahan untuk kalangan menengah keatas.

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

Menurut Kimtaru (dalam Widiastuti dan Handayani, 2013) bahwa kebutuhan akan perumahan pada dasarnya dapat dibagi atas dua hal pokok, yaitu: Kebutuhan akan

perumahan berdasar tren (kecenderungan) pertumbuhan penduduk secara alamiah serta kebutuhan dan penyediaan rumah berdasarkan atas banyaknya rumah layak huni. Berdasar poin kedua di atas sesuai dengan kebutuhan akan perumahan berdasar kebutuhan dan penyediaan rumah berdasarkan atas banyaknya rumah layak huni banyak pengembang properti perumahan yang menawarkan perumahan bersubsidi dengan bekerjasama dengan bank pemerintah, seperti Bank Negara Indonesia dan Bank Tabungan Negara dalam pendanaannya dengan sasaran masyarakat berpendapatan menengah ke bawah

Awang Firdaus (dalam Widiastuti dan Handayani, 2013) menjelaskan bahwa permintaan rumah dipengaruhi oleh faktor-faktor diantaranya adalah lokasi atau pertumbuhan penduduk, pendapatan, kemudahan pendanaan, fasilitas, dan sarana umum. Harga pasar rumah, selera konsumen serta peraturan perundang-undangan. Sementara penelitian Mulyo Budi S (2009) mendapatkan bahwa permintaan rumah sederhana dipengaruhi oleh pendapatan, harga dan central business district.

Penelitian ini sedikit berbeda dengan penelitian sebelumnya dalam hal pendekatan analisisnya, cara penelitian, variable atau atribut yang digunakan. Alat analisis yang digunakan adalah analisis konjoin yang sejalan dengan penelitian Vorel dan Maier (2007). Dengan pendekatan analisis konjoin, diasumsikan bahwa permintaan rumah adalah merupakan implementasi dari preferensi konsumen perumahan atas rumah yang diinginkannya. Dalam analisis konjoin, dasar dalam analisis yang digunakan adalah preferensi terhadap atribut-atribut dari perumahan yang diharapkan atau diinginkan oleh konsumen. Penelitian Handayani (2009) menggunakan beberapa

atribut dalam memilih perumahan yaitu: Aksibilitas, keamanan, jenis jalan, fasilitas, *lucky location*.

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti mengenai permintaan perumahan sederhana dengan menggunakan konsep analisis yang digunakan dalam Handayani (2009) dengan menggunakan atribut atau variabel yang digunakan dalam penelitian Budi (2009). Selain itu penelitian ini juga menggunakan variable tipe pembayaran. Variabel ini digunakan mengingat bahwa harga perumahan yang relatif mahal memungkinkan banyak konsumen yang cenderung memilih membeli rumah secara kredit.

Sebaliknya, pengembang perumahan dalam pembangunan perumahan perlu mempertimbangkan faktor karakteristik perumahan itu sendiri (harga, lokasi, Aksibilitas, keamanan maupun jenis jalan menuju lokasi), aspek konsumen (pendapatan konsumen dan kemampuan konsumen target maupun persepsi konsumen mengenai lokasi misalnya persepsi mengenai *lucky location*). Fakta ini merupakan fenomena yang terjadi pada beberapa perumahan sederhana di Bandar Lampung, sehingga penelitian mengenai hal ini masih relevan untuk dilakukan.

Penelitian ini difokuskan pada faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian rumah oleh konsumen. Pada penelitian ini penulis menggunakan variabel yang diduga dapat mempengaruhi pembelian rumah di Perumahan dalam Kecamatan Kemiling Kota Bandar Lampung, diantaranya kualitas produk rumah, harga, pendapatan konsumen, lokasi perumahan, kualitas layanan fasilitas. Beberapa faktor yang mempengaruhi pembelian rumah yaitu harga rumah, pendapatan konsumen, lokasi, fasilitas. Dari segi harga, melihat dari tipe rumah di Perumahan yang cukup

tinggi dan permintaan akan perumahan semakin tinggi karena *developers* memberikan kebebasan dalam mendesign rumah sesuai keinginan konsumen, maka harga tidak terlalu berpengaruh.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul: **Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Rumah Sederhana di Kota Bandar Lampung (Studi di Perumahan dalam Wilayah Kecamatan Kemiling Kota Bandar Lampung)**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apa sajakah faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian rumah sederhana di Kota Bandar Lampung yang terdiri dari:

1. Apakah harga berpengaruh terhadap pembelian rumah sederhana di Kota Bandar Lampung?
2. Apakah pendapatan konsumen berpengaruh terhadap pembelian rumah sederhana di Kota Bandar Lampung?
3. Apakah lokasi Perumahan berpengaruh terhadap pembelian rumah sederhana di Kota Bandar Lampung?
4. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap pembelian rumah sederhana di Kota Bandar Lampung?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk menganalisis pengaruh pendapatan konsumen terhadap pembelian rumah sederhana di Kota Bandar Lampung.

2. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap pembelian rumah sederhana di Kota Bandar Lampung.
3. Untuk menganalisis pengaruh fasilitas terhadap pembelian rumah sederhana di Kota Bandar Lampung.
4. Untuk menganalisis pengaruh lokasi perumahan terhadap pembelian rumah sederhana di Kota Bandar Lampung.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan peneliti dari penelitian ini adalah:

1. Bagi penulis, penelitian ini sebagai syarat kelulusan untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi.
2. Bagi Pengembang Perumahan dan Pemerintah, hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan informasi dan bahan masukan dalam menetapkan kebijakan.
3. Bagi masyarakat luas, diharapkan dapat menjadi bahan referensi pada penelitian selanjutnya.

II. KAJIAN PUSTAKA DAN TINJAUAN EMPIRIS DAN HIPOTESIS

A. Tinjauan Teoritis

1. Teori Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen menggambarkan cara individu mengambil keputusan untuk memanfaatkan sumber daya mereka yang tersedia (waktu, uang dan usaha) guna membeli barang-barang yang berhubungan dengan konsumsi (Schiffman dan Kanuk, 2008: 6). Menurut Kotler dan Keller (2008) Perilaku konsumen adalah studi bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli menggunakan dan menempatkan barang, jasa dan ide atau pengalaman untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan.

a. Faktor-faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen sangat dipengaruhi oleh keadaan dan situasi lapisan masyarakat. Konsumen berasal dari lapisan masyarakat atau lingkungan yang berbeda akan mempunyai penilaian, kebutuhan, pendapat, sikap dan selera yang berbeda-beda, sehingga pengambilan keputusan dalam tahap pembelian akan dipengaruhi oleh beberapa faktor. Model diawali dengan rangsangan pemasaran yang terdiri dari:

1. Produk (*Product*) yaitu produk apa yang secara tepat diminati oleh konsumen, baik secara kualitas dan kuantitas.
2. Harga (*Price*) merupakan seberapa besar harga sebagai pengorbanan konsumen dalam memperoleh manfaat yang diinginkan.
3. Distribusi (*Place*) merupakan bagaimana pendistribusian barang sehingga produk dapat sampai ke tangan konsumen dengan mudah.
4. Promosi (*Promotion*) yaitu pesan-pesan yang dikomunikasikan sehingga keunggulan produk dapat sampai ke konsumen.

Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen untuk pengambilan keputusan menurut Kotler (2008) adalah:

1. Faktor Kebudayaan. Faktor kebudayaan berpengaruh luas dan mendalam terhadap perilaku konsumen. Faktor kebudayaan terdiri dari budaya, sub-budaya, kelas sosial.
2. Faktor Sosial. Selain faktor budaya, perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial seperti kelompok acuan, keluarga serta status sosial.
3. Faktor Pribadi. Faktor pribadi memberikan kontribusi terhadap perilaku konsumen terdiri dari usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan dan lingkungan ekonomi, gaya hidup.
4. Faktor Psikologis. Pilihan pembelian seseorang dipengaruhi oleh empat faktor yang utama yaitu motivasi, persepsi, pembelajaran, serta keyakinan pendirian.

2. Teori Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian konsumen adalah membeli merek yang paling

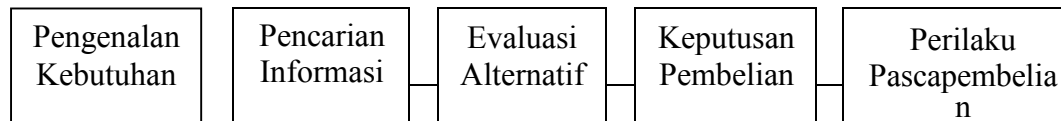
disukai, tetapi dua faktor bisa berada di antara niat pembelian dan keputusan pembelian (Kotler dan Armstrong, 2008). Faktor pertama adalah sikap orang lain, sikap orang lain tersebut dapat mempengaruhi tentang apa yang seharusnya dibeli.

Menurut Kotler (2008) bahwa keputusan untuk membeli yang diambil oleh pembeli sebenarnya merupakan kumpulan dari sejumlah keputusan. Setiap keputusan untuk membeli mempunyai suatu struktur sebanyak 7 komponen, yaitu:

- a. Keputusan tentang jenis produk adalah konsumen menentukan tentang produk apa yang akan dibeli.
- b. Keputusan tentang bentuk produk adalah konsumen menentukan untuk membeli suatu produk dengan bentuk tertentu.
- c. Keputusan tentang merek adalah konsumen menentukan tentang merek apa yang ingin dibeli.
- d. Keputusan tentang penjualnya adalah konsumen menentukan dimana ia akan membeli produk.
- e. Keputusan tentang jumlah produk adalah konsumen menentukan tentang berapa banyak jumlah produk yang akan dibeli.
- f. Keputusan tentang waktu pembelian adalah konsumen menentukan tentang kapan harus melakukan pembelian.

Keputusan tentang cara pembayaran adalah konsumen dapat mengambil keputusan tentang metode atau cara pembelian produk yang akan dibeli, apakah melakukan pembelian secara kredit atau tunai

Dalam memutuskan keputusan pembelian konsumen tidak serta merta langsung memutuskan, menurut Kotler dan Armstrong (2008) ada lima tahapan proses keputusan pembelian yaitu:



Gambar 1. Proses Keputusan Pembelian

Sumber : buku manajemen pemasaran, 2008

a. Pengenalan Kebutuhan (*Need Recognition*)

Tahap awal keputusan membeli konsumen mengenali adanya masalah kebutuhan akan produk yang akan dibeli. Kebutuhan dipicu oleh rangsangan internal dan eksternal.

b. Pencarian Informasi (*Information Search*)

Konsumen yang tertarik mungkin mencari lebih banyak informasi. Konsumen dapat memperoleh informasi dari beberapa sumber yaitu, sumber pribadi, sumber komersial, sumber publik atau sumber pengalaman.

c. Evaluasi Alternatif (*Alternative Evaluation*)

Proses yang dilakukan untuk menggunakan informasi yang didapat untuk mengevaluasi alternatif yang ada, proses memilih produk yang akan dibeli.

d. Keputusan Pembelian (*Purchase Decision*)

Konsumen merencanakan untuk membeli sebuah produk dan kemudian membeli produk tertentu untuk pemenuhan kebutuhan.

e. Perilaku Pascapembelian (*Postpurchase Behavior*)

Rasa puas atau tidak dalam memenuhi kebutuhan terhadap produk yang dibeli. Jika produk tidak memenuhi ekspektasi, konsumen kecewa dan apabila produk melebihi ekspektasi maka konsumen sangat puas.

3. Teori Permintaan

Dalam penemuan Marshall yang menyatakan bahwa permintaan bersumber pada marginal utility yang ditentukan oleh penilaian subjektif konsumen. Hal itu tercermin pada harga permintaan (*demand price*) dipasar yang ditentukan oleh para pembeli sebagai konsumen. Harga permintaan terletak pada suatu tingkat harga tertentu, barangnya akan diminta dalam sejumlah tertentu oleh pihak pembeli. Sadono Sukirno (2005) permintaan adalah keinginan konsumen membeli suatu barang pada berbagai tingkat harga tertentu selama periode tertentu.

Menurut Mankiw (2012), menyatakan bahwa permintaan adalah jumlah barang yang ingin dibeli konsumen dan ia mampu membelinya pada berbagai tingkat harga, waktu, tempat tertentu. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan yaitu:

a. Pendapatan

Penurunan pendapatan berarti uang yang tersedia untuk dibelanjakan lebih sedikit jumlahnya. Jika permintaan terhadap suatu barang menurun ketika pendapatan menurun, barang itu disebut barang normal.

b. Harga barang-barang terkait

Harga barang lain juga dapat mempengaruhi permintaan suatu barang, tetapi kedua macam barang tersebut harus mempunyai keterkaitan yang bersifat substitusi dan komplementer.

c. Selera atau kebiasaan

Selera adalah hal terpenting yang mempengaruhi permintaan suatu barang.

d. Ekspektasi

Bila kita memperkirakan bahwa harga suatu barang akan naik adalah lebih baik membeli barang itu sekarang hingga mendorong orang untuk membeli lebih banyak saat ini untuk menghemat di masa mendatang.

e. Jumlah pembeli

Menurut Mankiw (2012), menyatakan bahwa hukum permintaan (*law of demand*) adalah ketika harga suatu barang naik, jumlah permintaan untuk barang tersebut akan turun. Sebaliknya, ketika harganya turun maka jumlah permintaan naik dengan asumsi ceteris paribus

4. Teori Kebutuhan

Menurut Abraham Maslow hierarki kebutuhan adalah kebutuhan-kebutuhan di tingkat rendah harus terpenuhi atau paling tidak cukup terpenuhi terlebih dahulu sebelum kebutuhan-kebutuhan tingkat lebih tinggi menjadi hal yang memotivasi (Danang, 2014). Berikut tingkatan kebutuhan menurut Abraham Maslow:

a. Kebutuhan Fisiologis adalah kebutuhan paling dasar pada setiap orang, kebutuhan untuk mempertahankan hidupnya. Kebutuhan itu seperti kebutuhan makan, minum, tempat ibadah, tempat berteduh, tidur (sandang, pangan, papan) agar terasa terpuaskan.

b. Kebutuhan Akan Rasa Aman adalah kebutuhan setelah merasa terpuaskan secukupnya, muncullan kebutuhan akan rasa aman yang diantaranya rasa aman fisik, stabilitas, ketergantungan, perlindungan dan kebebasan. Kebutuhan ini tidak bisa terpenuhi secara total.

c. Kebutuhan Akan Rasa Memiliki dan Kasih Sayang adalah jika kebutuhan fisiologis dan kebutuhan akan rasa aman telah terpenuhi, maka muncullah

kebutuhan akan cinta, kasih sayang dan rasa memiliki-dimiliki. Kebutuhan-kebutuhan ini meliputi dorongan untuk dibutuhkan oleh orang lain agar ia dianggap sebagai warga komunitas sosialnya. Bentuk akan pemenuhan kebutuhan ini seperti bersahabat, keinginan memiliki pasangan dan keturunan, kebutuhan untuk dekat pada keluarga dan kebutuhan antarpribadi seperti kebutuhan untuk memberi dan menerima cinta. Bagi Maslow, cinta menyangkut suatu hubungan sehat dan penuh kasih mesra antara dua orang, termasuk sikap saling percaya.

d. Kebutuhan Akan Penghargaan adalah setelah kebutuhan dicintai dan dimiliki tercukupi, selanjutnya manusia akan bebas untuk mengejar kebutuhan egonya atas keinginan untuk berprestasi dan memiliki prestise. Maslow menemukan bahwa setiap orang yang memiliki dua kategori mengenai kebutuhan penghargaan, yaitu kebutuhan yang lebih rendah dan lebih tinggi. Kebutuhan yang rendah adalah kebutuhan untuk menghormati orang lain, kebutuhan akan status, ketenaran, kemuliaan, pengakuan, perhatian, reputasi, apresiasi, martabat bahkan dominasi. Kebutuhan yang tinggi adalah kebutuhan akan harga diri termasuk perasaan, keyakinan, kompetensi, prestasi, penguasaan, kemandirian dan kebebasan.

e. Kebutuhan Akan Aktualisasi Diri adalah tingkatan terakhir dari kebutuhan dasar Maslow adalah aktualisasi diri, yaitu kebutuhan untuk membuktikan dan menunjukkan dirinya kepada orang lain. Pada tahap ini,

seseorang mengembangkan semaksimal mungkin segala potensi yang dimilikinya. Kebutuhan aktualisasi diri adalah kebutuhan yang tidak melibatkan keseimbangan, tetapi melibatkan keinginan yang terus menerus untuk memenuhi potensi.

5. Teori Pendapatan

Menurut Sukirno (2005), pendapatan adalah pendapatan yang diperoleh dari pengusaha, setelah dikurangi oleh ongkos yang ada. Pendapatan merupakan suatu hasil yang diperoleh seseorang dari kegiatan usaha sebagai imbalan atas kegiatan yang dilakukan. Pendapatan bisa di artikan sebagai balas jasa yang di lakukan setiap pelaku usaha yang menghasilkan barang ataupun jasa, yang dilakukan dari setiap pekerjaannya. Faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan adalah usia, jenis kelamin, pendidikan, dan pengalaman.

6. Teori Lokasi Perumahan

Luhst (1997) menyebutkan bahwa kualitas kehidupan yang berupa kenyamanan, keamanan dari suatu rumah tinggal sangat ditentukan oleh lokasinya, dalam arti daya tarik dari suatu lokasi ditentukan oleh dua hal yaitu lingkungan dan aksesibilitas. Aksesibilitas merupakan daya tarik suatu lokasi dikarenakan akan memperoleh kemudahan dalam pencapaiannya dari berbagai pusat kegiatan seperti pusat perdagangan, pusat pendidikan, daerah industri, jasa pelayanan perbankan, tempat rekreasi, pelayanan pemerintahan, jasa profesional dan bahkan merupakan perpaduan antara semua kegiatan tersebut. Penilaian dari aksesibilitas bisa

berupa jarak dari Central Business Distrik atau CBD, kemudahan mendapat pelayanan dari transportasi umum yang menuju lokasi bersangkutan atau bisa juga dilihat dari lebar jalan yaitu semakin sempit lebar jalan suatu lahan, maka berarti aksesibilitas dari tempat yang bersangkutan kurang baik.

7. Pengertian Perumahan, Pemukiman

Yusminar (2002) menyatakan bahwa dalam pembangunan dan penyediaan perumahan, pertimbangan terhadap jenis rumah merupakan bagian yang harus dipertimbangkan oleh para pelaku pembangunan perumahan. Berbagai jenis rumah dibangun sebagai penyesuaian terhadap preferensi konsumen yang membutuhkannya. Berikut jenis-jenis rumah:

- a. Rumah bukan permanen, yaitu rumah yang terbangun dari bahan bangunan bukan permanen, yang memiliki ciri mudah dibongkar dan dipindahkan, seperti kayu dan bambu.
- b. Rumah semi permanen, yaitu rumah yang memiliki bahan bangunan campuran antara bahan bangunan yang bukan permanen dan permanen (tidak mudah dibongkar dan dipindahkan), misalnya terdiri dari sebagian dinding batu bata dan dinding bambu atau kayu.
- c. Rumah permanen, yaitu rumah yang memiliki bahan bangunan yang bersifat tidak mudah dibongkar atau dipindahkan, misalnya dinding batu bata dan beton.

8. Permintaan Rumah

Menurut case & fair (2007), permintaan adalah jumlah atau banyaknya unit suatu produk yang akan dibeli oleh rumah tangga pada suatu periode tertentu

jika rumah tangga tersebut bisa membeli semua yang diinginkan pada harga pasar saat ini. Permintaan akan rumah memainkan peranan penting dalam mempengaruhi nilai

pasar properti jenis perumahan. Hal ini dikarenakan penawaran tanah untuk pembangunan terbatas dari segi keluasaan akan tetap dari segi permintaan selalu

berubah dan bertambah. Awang Firdaos (1997) menjelaskan bahwa permintaan konsumen terhadap rumah dipengaruhi oleh faktor – faktor sebagai berikut :

1. Lokasi

Keberadaan lokasi rumah, apakah dipusat di pinggir kota sangat mempengaruhi minat konsumen dalam membeli rumah. Semakin strategis letak rumah tersebut berarti semakin baik dan memiliki tingkat permintaan yang semakin tinggi. Jarak menuju tempat kerja, tempat hiburan, dan fasilitas umum sebagai motif efisiensi waktu dan biaya transportasi merupakan faktor ekonomi yang menjadi pertimbangan konsumen di dalam memilih lokasi rumah yang dimaksud.

2. Pertambahan penduduk

Dengan alasan bahwa setiap orang memerlukan tempat tinggal sebagai tempat berlindung, maka setiap pertambahan penduduk baik secara alami maupun non alami (karena urbanisasi) akan meningkatkan permintaan akan rumah. Sehingga dalam suatu keluarga apabila jumlah anggota keluarga bertambah maka kebutuhan akan rumah ikut meningkat.

3. Pendapatan Konsumen

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

4. Fasilitas dan Sarana Umum

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

5. Harga Pasar Rumah yaitu apabila harga rumah menengah naik, sementara kecenderungan memiliki rumah dengan tingkat harga tersebut akan berkurang dan permintaan akan beralih ke rumah dengan harga yang lebih rendah.

9. Konsep dan Kategori Perumahan

Ada beberapa pengertian mengenai rumah dan perumahan. Menurut *The Dictionary of Real Estate Appraisal* (2012:313) pengertian properti perumahan adalah tanah kosong atau sebidang tanah yang dikembangkan, digunakan atau disediakan untuk tempat kediaman, seperti *single family houses*, apartemen, rumah susun. Berdasarkan Undang-Undang No 4 Tahun 1992 tentang Perumahan dan Permukiman.

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

Menurut *American Institute Of Real Estate Appraisal* (2010), residential property dibagi menjadi *single family residential* dan *multifamily residential*. Menurut Rahman (2012: 170) properti perumahan bisa dikategorikan kepada beberapa jenis, yaitu, Rumah tinggal, dapat dibedakan menjadi rumah elit, rumah menengah, rumah sederhana dan rumah murah., Flat dapat dibedakan menjadi rumah susun, apartemen, dan kondominium.

Menurut Harvey (1989), rumah memiliki 2 arti penting rumah sebagai kata benda, menunjukkan bahwa tempat tinggal (rumah dan tanah) sebagai suatu komoditi. Dan rumah sebagai kata kerja, menunjukkan suatu proses dan aktivitas manusia yang terjadi dalam pembangunan, pengembangan maupun sampai proses penghuninya.

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

a. Rumah sederhana adalah rumah yang dibangun di atas tanah dengan luas kaveling antara 54 m² sampai 200 m² dan biaya pembangunan per m² tidak melebihi dari harga satuan per m² tertinggi untuk pembangunan perumahan dinas pemerintahan kelas C yang berlaku. Berdasarkan PMK 113/PMK.03/2014 rumah dan rumah sederhana yang diberikan fasilitas PPN adalah yang memiliki kriteria berikut:

- 1) Luas bangunan tidak melebihi 36 m².
- 2) Harga jual tidak melebihi batasan harga jual dengan ketentuan bahwa batasan harga jual didasarkan pada kombinasi zona dan tahun yang diatur dalam PMK.
- 3) Merupakan rumah pertama yang dimiliki, digunakan sendiri sebagai tempat tinggal, dan tidak dipindahtangankan dalam jangka waktu 5 tahun sejak dimiliki.
- 4) Luas tanah tidak kurang dari 60 m².
- 5) Perolehannya secara tunai ataupun dibiayai melalui fasilitas kredit bersubsidi maupun tidak bersubsidi atau melalui pembiayaan berdasarkan prinsip syariah.

Terkait dengan batasan harga rumah, diatur berdasarkan zona, yakni sebagai berikut:

- 1) Jawa (kecuali Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang dan Bekasi/Jabodetabek) batasan harganya adalah Rp 130 juta.
- 2) Sumatera (kecuali Kepulauan Riau dan Bangka-Belitung) batasan harganya adalah Rp 130 juta.
- 3) Kalimantan, batasan harganya adalah Rp 142 juta.

- 4) Sulawesi, batasan harganya adalah Rp 136 juta.
 - 5) Maluku dan Maluku Utara, batasan harganya adalah Rp 148,5 juta.
 - 6) Bali dan Nusa Tenggara, batasan harganya adalah Rp 148,5 juta.
 - 7) Papua dan Papua Barat, batasan harganya adalah Rp 205 juta.
 - 8) Kepulauan Riau dan Bangka-Belitung, batasan harganya adalah Rp 136 juta.
 - 9) Jabodetabek, batasan harganya adalah Rp 148,5 juta.
- b. Rumah menengah adalah rumah yang dibangun di atas tanah dengan luas kaveling antara 200 m² sampai 600 m² dan/atau biaya pembangunan per m² antara harga satuan per m² tertinggi untuk pembangunan perumahan dinas pemerinah kelas C sampai A yang berlaku.
- c. Rumah mewah adalah rumah yang dibangun di atas tanah dengan luas kaveling antara 600 m² sampai dengan 2010 m² dan/ atau biaya pembangunan per m² di atas harga satuan per m² tertinggi untuk pembangunan perumahan dinas kelas A yang berlaku.

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

Menurut Burgess dalam Mulyo Hendarto (2012), penyebaran kru permukiman dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain:

- a. Saingan (*Competition*)

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

b. Hak Milik Pribadi (*Private Ownership*)

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

c. Perbedaan Keinginan (*Differential Desirability*)

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

d. Topografi

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

e. Transportasi

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

f. Struktur Asal (*Inertia of Early*)

Kota-kota dengan bangunan historis yang memiliki nilai budaya yang tinggi

akan mempunyai kesulitan dalam rangka mengatur permukiman masa kini. Biasanya bangunan tersebut dipertahankan sebagai momentum bersejarah.

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

10. Hubungan Teoritis antara Penelitian

a. Hubungan Harga terhadap Keputusan Pembelian Rumah

Dalam pengambilan keputusan pembelian suatu produk, konsumen melakukan pertimbangan terhadap harga produk. Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa atau jumlah dari nilai uang yang ditukar konsumen atas manfaat –manfaat karena memiliki produk atau jasa (Kotler dan Armstrong, 2013:151).

b. Hubungan Pendapatan terhadap Keputusan Pembelian Rumah

Menurut Sukirno (2005), pendapatan adalah pendapatan yang diperoleh pengusaha, setelah dikurangi oleh ongkos yang ada. Pendapatan merupakan suatu hasil yang diperoleh seseorang dari kegiatan usaha sebagai imbalan atas kegiatan yang dilakukan. Pendapatan bisa di artikan sebagai balas jasa yang di lakukan setiap pelaku usaha yang menghasilkan barang ataupun jasa, yang dilakukan dari setiap pekerjaannya. Dalam keputusan pembelian suatu produk variabel pendapatan menjadi faktor penentu.

c. Hubungan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Rumah

Faktor lokasi sangat dipertimbangkan oleh konsumen. Seperti jarak ke pusat kota, jarak ke tempat aktivitas dan kemudahan dalam menuju lokasi.

d. Hubungan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Rumah
Firdaos (1997) menulis bahwa salah satu faktor terpenting adalah fasilitas, pada hakikatnya merupakan hipotesis yang menyatakan bahwa semakin memadai kebutuhan konsumen maka keputusan seorang konsumen dalam pembelian rumah semakin tinggi .

B. Tinjauan Empiris

Tabel 3. Penelitian Terdahulu

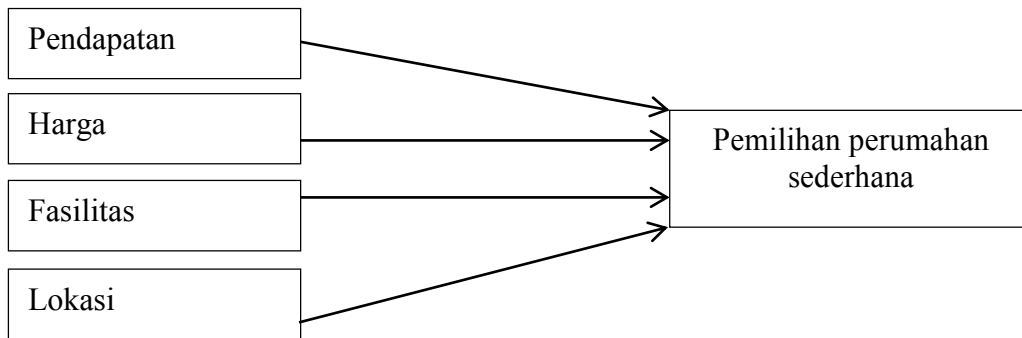
Peneliti (tahun)	Judul	Hasil
Handayani (2013)	dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian rumah bersubsidi di Sukoharjo	lokasi, kemudahan mendapatkan pinjaman, pendapatan konsumen), harga rumah, fasilitas dan sarana umum dan peraturan perundangan digunakan sebagai predictor. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk pengujian. Hasil analisis menunjukkan terdapat hubungan positif dan signifikan antara lokasi, pendapatan konsumen, kemudahan mendapatkan pinjaman, fasilitas dan sarana umum, harga rumah, dan peraturan perundangan baik secara parsial maupun secara simultan
Handayani (2009)	Permintaan rumah sederhana di kota Semarang	ngujian dilakukan dengan analisis regresi linier berganda. Hasil analisis mendapatkan bahwa faktor-faktor yang berpengaruh terhadap permintaan rumah sederhana di Kota Semarang adalah harga rumah, pendapatan konsumen, tingkat suku bunga kredit pemilikan rumah, hargasewa rumah sederhana dan jarak lokasi kawasan perumahan terhadap Central Business

District sedangkan faktor yang berpengaruh tidak signifikan adalah tingkat suku bunga dan harga sewarumah sederhana.

Peneliti (tahun)	Judul	Hasil
mbunan (2009)	ribut yang menjadi pertimbangan dalam memilih perumahan	ngujian dilakukan dengan menggunakan Analisis <i>Conjoint</i> . Hasil penelitian mendapatkan bahwa atribut yang paling penting bagi perumahan berturut-turut adalah jumlah kamar tidur, luas tanah, tipe rumah, desain dan jumlah kamar mandi.
Andawari, Anindya Rachma dan Kamal (2014)	Pengaruh harga lokasi, dan kualitas produk dalam keputusan pembelian (studi kasus pada Coffe Stove Semarang)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh harga, lokasi dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen

C. Kerangka Pemikiran

Kerangka berpikir merupakan penjelasan sementara terhadap gejala-gejala yang di objek permasalahan (Suriasumantri, 2002). Alur kerangka pemikiran yang menggambarkan pengaruh faktor-faktor yang melatar belakangi terbentuknya pengaruh perilaku konsumen. Faktor-faktor dalam penelitian ini meliputi: faktor produk, harga, pendapatan, lokasi, kualitas layanan. Dimana model analisis yang digunakan untuk analisis faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memutuskan membeli suatu produk. Untuk memudahkan penelitian ini, berikut merupakan kerangka pemikiran sistematisnya:



Gambar 2. Kerangka penelitian

D. Hipotesis

Berdasarkan pada landasan teori dan hasil penelitian sebelumnya, dapat memberikan arah dan pedoman dalam melakukan penelitian. Maka hipotesis yang akan digunakan dalam penelitian adalah Diduga bahwa kualitas produk rumah, harga, pendapatan konsumen, lokasiperumahan, kualitas layanan fasilitas perumahan menjadi faktor pertimbangan dalam pengambilan keputusan pembelian rumah di Kecamatan Sukabumi Kota Bandar Lampung.

III. METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sumber Data

Jenis metode ini menggunakan Analisis Deskriptif Kuantitatif. Dalam penyusunan ini, jenis data yang digunakan oleh peneliti adalah data primer. Data primer mencakup dari kuisisioner dan masyarakat penghuni Perumahan di Kecamatan Sukabumi, Kota Bandar Lampung

B. Waktu dan Tempat

Penelitian ini dilakukan pada tahun 2019 di wilayah Kota Bandar Lampung. Sesuai dengan topik penelitian berfokus pada masyarakat penghuni Perumahan di Kecamatan Kemiling, Kota Bandar Lampung dengan sampel perumahan Perum Pinang Jaya, Perumahan Pondok Siger, dan Perumahan Sakura Residence . Alasan pemilihan ketiga perumahan yang berada di Kecamatan Kemiling Kota Bandar Lampung adalah karena ketiga perumahan termasuk termasuk dalam kategori perumahan sederhana sesuai dengan PMK 113/PMK.03/2014

Berdasarkan PMK 113/PMK.03/2014 rumah dan rumah sederhana yang diberikan fasilitas PPN adalah yang memiliki kriteria berikut:

- 1) Luas bangunan tidak melebihi 36 m².
- 2) Harga jual tidak melebihi batasan harga jual dengan ketentuan bahwa batasan harga jual didasarkan pada kombinasi zona dan tahun yang diatur dalam PMK.

- 3) Merupakan rumah pertama yang dimiliki, digunakan sendiri sebagai tempat tinggal, dan tidak dipindahtangankan dalam jangka waktu 5 tahun sejak dimiliki.
- 4) Luas tanah tidak kurang dari 60 m².
- 5) Perolehannya secara tunai ataupun dibiayai melalui fasilitas kredit bersubsidi maupun tidak bersubsidi atau melalui pembiayaan berdasarkan prinsip syariah.

C. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Penelitian ini terdiri dari satu variabel terikat dan empat variabel bebas. Untuk memperjelas dan mempermudah pemahaman terhadap variabel-variabel yang akan dianalisis dalam penelitian ini, maka perlu dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 4. Pengukuran Variabel

Variabel/ Sub- Variabel	Simbol Satuan Pengukuran	Indikator	Skala	Sumber Data
Keputusan Pembelian Harga (X1)	X P	1. Harga (tingkat kemahalan harga) 2. Perbandingan harga rumah	Likert	Masyarakat Peghuni Perumahan
Pendapatan Konsumen (X2)	Inc	1. Besaran Pendapatan 2. Jumlah tanggungan	Likert	Masyarakat Peghuni Perumahan
Lokasi Perumahan (X3)	LC	1. Jarak ke pusat kota 2. Ketersediaan angkutan dan kelancaran lalu lintas 3. Kedekatan dengan pusat kerja atau pendidikan	Likert	Masyarakat Peghuni Perumahan
Kualitas Layanan Fasilitas (X4)	K1	1. Ketersediaan fasilitas yang disediakan pengembang (listrik, air bersih, lampu jalan, taman dan tempat ibadah). 2. Keamanan lingkungan 3. Fasilitas lembaga sosial dan ekonomi	Likert	Masyarakat Peghuni Perumahan

D. Definisi Variabel

Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel terikat yaitu Pertimbangan konsumen dalam membeli rumah di Kecamatan Kemiling Kota Bandar Lampung. Variabel bebas yaitu faktor produk, faktor harga, pendapatan, lokasi dan kualitas layanan. Batasan variabel yang digunakan sebagai berikut:

1. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian konsumen adalah membeli merek yang paling disukai, tetapi dua faktor bisa berada di antara niat pembelian dan keputusan pembelian (Kotler dan Armstrong, 2008). Faktor pertama adalah sikap orang lain, sikap orang lain tersebut dapat mempengaruhi tentang apa yang seharusnya dibeli. Faktor kedua adalah faktor situasional yang tidak diharapkan, dimana konsumen mungkin membentuk niat pembelian berdasarkan faktor hal-hal tak terduga yang bisa mengubah niat pembelian seperti pendapatan, harga dan manfaat produk yang di harapkan (Kotler dan Armstrong, 2008).

2. Harga

dalam pengambilan keputusan pembelian suatu produk, konsumen melakukan pertimbangan terhadap harga produk. Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa atau jumlah dari nilai uang yang ditukar konsumen atas manfaat – manfaat karena memiliki produk atau jasa (Kotler dan Armstrong, 2013:151). Dalam penelitian ini menggunakan indikator tingkat kemahalan harga dan perbandingan harga rumah.

3. Pendapatan Konsumen

Dalam penelitian ini pendapatan diukur dengan penghasilan per bulan responden dan jumlah tanggungan responden. Besar kecilnya pendapatan seseorang berpengaruh kepada kemampuan daya beli seseorang, termasuk membeli rumah. Semakin tinggi pendapatan maka semakin beragam keinginan konsumen. Variabel penghasilan ini tetap diukur dengan skala ordinal karena desain kuesioner tertutup yang telah menyediakan alternatif jawaban bagi responden dengan jumlah antara penghasilan tiap bulannya dan jumlah tanggungan.

4. Lokasi Perumahan

Lokasi merupakan letak daerah atau tempat berada. Dalam penelitian ini, variabel mengacu pada preferensi konsumen terhadap letak perumahan dan terkait dengan aksesibilitas. Lokasi menjadi pertimbangan pembeli dalam membeli rumah.

5. Kualitas Layanan Fasilitas Perumahan

Variabel fasilitas dalam penelitian ini adalah segala perlengkapan fisik perumahan yang mampu memberikan kemudahan kepada penghuni perumahan dalam melakukan berbagai aktivitas sehingga kebutuhannya dapat terpenuhi. Dengan indikator Ketersediaan fasilitas yang disediakan pengembang (listrik, air bersih, lampu jalan, taman dan tempat ibadah) , Keamanan lingkungan serta Fasilitas lembaga sosial dan ekonomi terdekat Pada penelitian di bidang ilmu sosial seperti manajemen, psikologi, sosiologi umumnya variabel-variabel penelitiannya dirumuskan sebagai sebuah variabel latent atau un-observed (sering juga disebut konstruk) yaitu variabel yang tidak dapat diukur secara langsung, tetapi dibentuk melalui dimensi-dimensi yang diamati atau indikator-indikator yang diamati. Biasanya indikator-indikator ini diamati dengan menggunakan kuesioner

atau angket yang bertujuan untuk mengetahui pendapat responden tentang suatu hal. Skala yang sering dipakai dalam penyusunan kuesioner adalah skala ordinal atau sering disebut skala Likert, yaitu skala yang berisi lima tingkat preferensi jawaban dengan pilihan sebagai berikut:

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

2 = Tidak Setuju (TS)

3 = Ragu-ragu atau Netral (R)

4 = Setuju (S)

5 = Sangat Setuju (SS)

Skala Likert dikatakan ordinal karena pernyataan Sangat Setuju mempunyai tingkat atau preferensi yang lebih tinggi dari Setuju, dan Setuju lebih tinggi dari Ragu-ragu. Variabel yang diukur dengan skala nominal dan ordinal umumnya disebut variabel non-parametrik atau variabel non-metrik. Sedangkan variabel yang diukur dengan skala interval dan rasio disebut variabel metrik (Dolly Andrian, 2004).

E. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi penelitian adalah keseluruhan subjek penelitian (Suharsimi, 2006:130). Populasi dalam penelitian ini adalah penghuni Perumahan di Kecamatan Kemiling Kota Bandar Lampung, dengan populasi 575 unit dari 3 sampel. Perum Pinang Jaya, Perumahan Pondok Siger, dan Perumahan Sakura Residence.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang memiliki ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti atau sampel didefinisikan sebagian anggota populasi yang dipilih dengan menggunakan prosedur tertentu sehingga diharapkan dapat mewakili populasi (Nanang Martono, 2012:74).

Terdapat perbedaan ukuran perusahaan perumahan sampel ke strata berdasarkan besar : besar, sedang dan kecil. Sehingga dalam penelitian ini menggunakan teknik *non probability* sampling untuk unit sampel dan menggunakan teknik *snowball sampling* Teknik *snowball sampling* adalah teknik penentuan sampel yang mula-mula jumlahnya kecil, kemudian menjadi besar. Untuk menentukan berapa minimal sampel yang dibutuhkan dapat dilakukan dengan menggunakan metode rumus Slovin (Ummar, 2001 : 120), dengan ai berikut:

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

Dimana :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir.

Dalam penelitian diketahui N sebesar 575, e ditetapkan sebesar 10%. Jadi jumlah minimal sample penelitian ini adalah :

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

$$n = \frac{575}{1 + 575(0,1)^2}$$

$$n = 85,17 = 85$$

Alasan peneliti menggunakan tingkat kesalahan 10% karena jumlah sampel yang diperoleh lebih sedikit dan hasil regresi yang peneliti lakukan memperoleh hasil yang bagus. Sehingga dari sampel yang sedikit bisa mewakili populasi karena termasuk barang homogen. Alasan lainnya karena keterbatasan waktu, biaya

sehingga peneliti memperkecil sampel Setelah diketahui besar sampel, sampel masing-masing terbagi menjadi 3 pengelompokan yaitu:

Besar Sampel masing-masing strata:

$$x = \frac{\text{Jumlah Unit}}{t \text{ Total Terpilih}} \times \text{minimal l}$$

$$\text{Besar} = x = \frac{316}{575} \times 85 = 47 \text{ Unit Perumahan Pinang Jaya}$$

$$\text{Sedang} = x = \frac{212}{575} \times 85 = 32 \text{ unit perumahan Sakura Residence}$$

$$\text{Kecil} = x = \frac{47}{575} \times 85 = 6 \text{ unit perumahan Pondok Siger}$$

Jadi, jumlah minimal sampel yang akan diambil sebesar 85,17 yang dibulatkan menjadi 85 unit perumahan dari 3 sampel perumahan yaitu perumahan Perumahan Pinang Jaya, Perumahan Pondok Siger, dan Perumahan Sakura Residence yang berada di Kecamatan Kemiling Kota Bandar Lampung. Sehingga dari 85 unit sampel dibagi untuk ketiga perumahan yaitu 47 unit perumahan Pinang Jaya. Perumahan Sakura Residence dengan sampel 32 unit rumah tipe 36 . Perumahan Pondok Siger dengan sampel 6 unit rumah tipe 36.

F. Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini dilakukan dengan cara sebagai berikut

1. Wawancara

Dalam melakukan penelitian ini menggunakan metode wawancara langsung atau tanya jawab kepada responden. Wawancara ini ditujukan kepada para penghuni Perumahan di Kecamatan Kemiling Kota Bandar Lampung. Wawancara digunakan untuk mengetahui hal-hal mengenai responden secara lebih mendalam

2. Kuisisioner

Pengumpulan data primer dalam penelitian ini adalah dengan penyebaran kuisisioner kepada responden yang diteliti. Kuisisioner adalah daftar pertanyaan tertulis yang diberikan kepada subjek yang diteliti untuk mengumpulkan informasi yang dibutuhkan peneliti (Kusumah, 2011:78).

G. Uji Signifikansi Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji Validitas adalah suatu indeks yang menunjukkan alat ukur itu benar-benar mengukur apa yang diukur. Untuk mengetahui apakah kuisisioner yang kita susun tersebut mampu mengukur apa yang hendak diukur, maka perlu diuji dengan uji korelasi antara nilai tiap-tiap item pertanyaan dengan skortotal kuisisioner tersebut (Notoatmojo,2010).

Uji validitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana daftar pertanyaan dapat mengukur keputusan konsumen dalam pembelian rumah di Kecamatan Kemiling Kota Bandar Lampung menggunakan teknik korelasi *product moment coefficient of correlatin* dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n\sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{[n\sum X_i^2 - (\sum X_i)^2][n\sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2]}}$$

Keterangan:

R_{xy} : Koefisien korelasi butir

n :Jumlah responden uji coba

$\sum x_i$: Jumlah skor dalam sebaran

$\sum y_i$: Jumlah skor dalam sebaran Y

Keputusan pengujian validitas instrumen adalah

1. Item pernyataan dikatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$
2. Item pernyataan dikatakan tidak valid apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$

2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk mengukur tingkat konsistensi tanggapan terhadap item pernyataan kuisioner berdasarkan pemahan responden terhadap pertanyaan-pertanyaan dalam kuisioner yang diajukan (Sugiyono, 2010:354). Pengukuran reliabilitas menggunakan metode *Cronbach's Alpha* akan menghasilkan nilai alpha dalam skala 0-1 menunjukkan keandalan (reabilitas) instrument, yang dapat dikelompokkan dalam lima kelas. Nilai masing-masing kelas dan tingkatan reliabilitasnya (Guilford, 1956:145) seperti pada tabel berikut:

Tabel 5. Realibilitas

Alpha	Tingkat Reliabilitas
0,00-0,20	Sangat Rendah
0,21-0,40	Rendah
0,401-0,60	Sedang
0,601-0,80	Tinggi
0,801-1,00	Sangat Tinggi

H. Metode Analisis Data

Model alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kuantitatif. Metode deskriptif digunakan untuk menganalisis faktor yang mendominasi pertimbangan konsumen dalam pembelian rumah di Kecamatan Kemiling Kota Bandar Lampung.

1. Analisis Deskriptif

Penelitian deskriptif adalah penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan atau mendeskripsikan suatu keadaan, peristiwa, objek apakah orang, atau segala sesuatu

yang terkait dengan variabel-variabel yang bisa dijelaskan baik dengan angka-angka maupun kata-kata (Setyosari,2010:89).

Pengukuran variabel Pertimbangan konsumen dalam pembelian perumahan, faktor produk, faktor harga, pendapatan, lokasi, kualitas layanan menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur presepsi seseorang, mengukur sikap, pendapat tentang fenomena sosial dengan menggunakan lima jenjang pengukuran antara lain:

Tabel 6. Rancangan Analisis Variabel Keputusan Pembelian

No	Sub Variabel	Indikator	Total Skor Rill	Total Skor Harapan	Pencapaian kondisi ideal (%)
1	Kualitas Produk Rumah	1. Kualitas Rumah dan Kuantitas rumah 2. Keberagaman minat dan selera Konsumen		425	
2	Harga	1. Harga (Tingkat kemahalan Harga) 2. Perbandingan Harga Rumah		425	
3	Pendapatan Konsumen	1. Besaran Pendapatan 2. Jumlah Tanggungan		425	
4	Lokasi Perumahan	1. Jarak Ke Pusat Kota 2. Ketersediaan Angkutan dan kelancaran Lalu lintas 3. Kedekatan dengan pusat kerja atau Pendidikan (SD-SMP)		425	
5	Kualitas Layanan Fasilitas Perumahan	1. Ketersediaan Fasilitas yang disediakan pengembangan (Listrik, Lampu jalan taman dan Tempat Ibadah). 2. Keamanan lingkungan 3. Fasilitas Lembaga Sosial dan ekonomi Terdekat.		425	

Tabel 7. Tabel Rancangan Frekuensi Tanggapan Responden

Pernyataan	Tanggapan Responden				Total	Mean
	Skor yang Diberikan Oleh Responden					
Sub Variabel	(1)	(2)	(3)	(5)		
Sub Variabel	Frek					
Sub Variabel	%					
	Skor					

2. Analisis Faktor

Analisis faktor adalah sebuah teknik yang digunakan untuk mencari faktor-faktor yang mampu menjelaskan hubungan atau korelasi antara berbagai indikator independen yang diobservasi.

V. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Faktor Harga yang terdiri dari tingkat kemahalan harga dan tingkat keberagaman harga 82,4 persen tingkat kemahalan harga sebesar 82,9 persen, dan perbandingan harga rumah sebesar 81,9 persen.
2. Pendapatan Konsumen yang terdiri dari besaran pendapatan dan jumlah tanggungan. Pencapaian ideal pendapatan konsumen sebesar 75,8 persen, besaran pendapatan sebesar 75,9 persen, jumlah tanggungan sebesar 75,7 persen.
3. Lokasi perumahan yang terdiri dari jarak ke pusat kota, ketersediaan angkutan dan kelancaran lalu lintas dan kedekatan ke pusat kerja dan pendidikan. Pencapaian ideal variabel lokasi sebesar 70,5 persen, jarak ke pusat kota sebesar 78,8 persen, ketersediaan angkutan dan kelancaran lalu lintas sebesar 59,8 persen, kedekatan ke pusat kerja sebesar 72,8 persen.
4. Ketersediaan Fasilitas, lembaga Ekonomi dan Sosial. Berdasarkan tabel dan pembahasan di atas dapat disimpulkan bahwa kondisi pencapaian ideal kualitas produk rumah cukup tercapai dengan rata-rata nilai pencapaian sebesar 85,6 persen.

5. Berdasarkan hasil, variabel-variabel yang mempengaruhi pertimbangan konsumen dalam pembelian perumahan memiliki hasil tertinggi pencapaian ideal yaitu variabel harga sebesar 82,4 persen, variabel pendapatan konsumen sebesar 75,8 persen, variabel lokasi perumahan sebesar 70,5persen, dan variabel kualitas layanan fasilitas perumahan sebesar 85,6 persen.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka saran yang dapat diberikan peneliti adalah:

1. Pengembang perumahan atau *Developer* perlu memberikan kenyamanan dan kelengkapan Fasilitas pada suatu perumahan seperti tempat pembelanjaan yang bisa meliputi pasar, tempat membeli kebutuhan sandang dan pangan , properti serta pertokoan toserba. Sehingga keputusan konsumen dalam pembelian perumahan semakin meningkat dan sesuai kebutuhan konsumen atau penghuni perumahan khususnya di Kota Bandar Lampung.
2. Pengembang perumahan atau *Developer* perlu mempertimbangkan membangun lokasi perumahan dekat dengan lokasi yang mudah dalam akses kemanapun khususnya akses ke tempat kesehatan dan pendidikan. Sehingga keputusan konsumen dalam pembelian perumahan semakin meningkat dan sesuai kebutuhan konsumen atau penghuni perumahan khususnya di Kota Bandar Lampung.

3. Pemerintah harus terus mengawasi *developer* pembangunan perumahan untuk menjaga kenyamanan penduduk, serta mengawasi lokasi pembangunan dengan baik yang berdampak baik untuk lingkungan.
4. Untuk penelitian selanjutnya untuk lebih menambahkan variabel yang lain dan beragam seperti keadaan lingkungan alam, keadaan lokasi pengolahan sampah perumahan serta berbagai aspek lingkungan yang menunjang pembangunan berwawasan lingkungan agar tetap menjaga lingkungan dan tempat tinggal.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (1998). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung, Alfabeta.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Abdullah, N.S. (1993). *Pengantar Ilmu Ekonomi Forum Pengkajian dan Pengembangan Pendidikan dan Koperasi*. Bandung: Program Pendidikan Koperasi FPIPS IKIP.
- Ahman, E. & Rohmana, Y. (2007). *Pengantar Teori Ekonomi Mikro*. Bandung: Rizqi Press.
- Dwiastuti, R., Shinta, A., & Isaskar, R. (2012). *Ilmu Perilaku Konsumen*. Malang: UB Press
- Joesron, T.S. & Fathorrazi, M. (2012). *Teori Ekonomi Mikro*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kelana, Said. (1994). *Ekonomi Mikro*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kotler, P. Kevin L.K. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks.
- Miller, R.L & Meiners, R.E.(1993). *Teori Ekonomi Mikro Intermediate*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Mowen, J.C. & Minor M. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Nicholson, W. (1995). *Teori Mikroekonomi*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Pindyck, R. & Rubinfeld, D.L. (2003). *Mikro Ekonomi*. Jakarta: Indeks
- Rahardja, P & Manurung, M. (2010). *Teori Ekonomi Mikro Suatu Pengantar*. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Riduwan.(2012). *Metode & Teknik Menyusun Proposal Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

- Riduwan & Kuncoro, E.C. (2010). *Cara Menggunakan dan Memaknai Path Analysis (Analisis Jalur)*. Bandung: Alfabeta.
- Rohmana, Y. 2010. *Ekonometrika Teori dan Aplikasi dengan Eviews*. Bandung: Laboratorium Pendidikan Ekonomi dan Koperasi FPEB UPI.
- Samuelson, P.A & William, D.N. (2003). *Ilmu Mikroekonomi*. Jakarta: Media Global Edukasi.
- Simamora, B. (2004). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sumarwan, U. (2004). *Perilaku konsumen, teori dan penerapannya dalam pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Suryani, T. (2008). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sugiyono. Cetakan ke-16, (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2000. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi.