

**PENGARUH FAKTOR KEWAJARAN HARGA, KUALITAS  
BANGUNAN, LOKASI DAN LINGKUNGAN TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN RUMAH**  
(Studi pada Perumahan Tamansari Majapahit Semarang)



**SKRIPSI**

**Karya Tulis sebagai salah satu syarat  
untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi  
Jurusan Manajemen**

**Disusun Oleh :**

**LISTIA DEWI KHARISA**

**NIM : 1.M.07.1120**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI**

**BANK BPD JATENG**

**SEMARANG**

**2012**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**PENGARUH FAKTOR KEWAJARAN HARGA, KUALITAS BANGUNAN,  
LOKASI DAN LINGKUNGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
RUMAH**

**(Studi pada Perumahan Tamansari Majapahit Semarang)**

Disusun Oleh:

**LISTIADEWI KHARISA**

**NIM :1M.07.1120**

Disetujui untuk dipertahankan di hadapan Tim Penguji Skripsi

STIE Bank BPD Jateng

Semarang,

Pembimbing I

Pembimbing II

Piji Pakarti SE,MSi  
NIDN. 0613097002

H.Koentjoro Waloejono.SE,MM  
NIDN. 0606084301

## HALAMAN PENGESAHAN

### PENGARUH FAKTOR KEWAJARAN HARGA, KUALITAS BANGUNAN, LOKASI DAN LINGKUNGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN RUMAH

(Studi pada Perumahan Tamansari Majapahit Semarang)

Disusun oleh:

LISTIADEWI KHARISA  
1M.07.1120

Dinyatakan diterima dan disetujui oleh Tim penguji Skripsi STIE Bank BPD  
Jateng Pada tanggal

#### TIM PENGUJI

1. Djoko Santoso, SE, MM  
NIDN : 0614045201.
2. Dwi S. Hidayat, SE, MM  
NIDN : 0017037601.
3. Piji Pakarti SE,MSi  
NIDN: 0613097002

#### TANDA TANGAN

.....  
.....  
.....

Mengesahkan,  
Ketua STIE Bank BPD Jateng

Dr. H. Djoko Sudantoko, S Sos, MM  
NIDN:0607084501

**PENGARUH FAKTOR KEWAJARAN HARGA, KUALITAS BANGUNAN,  
LOKASI DAN LINGKUNGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
RUMAH**

**(Studi pada Perumahan Tamansari Majapahit Semarang)**

**ABSTRAK**

Persaingan antar pengembang untuk dapat menarik minat konsumen dalam memilih rumah semakin meningkat. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas bangunan, lokasi, dan lingkungan terhadap keputusan pembelian rumah di Semarang.

Lokasi penelitian ini adalah di Tamansari Majapahit. Penelitian dilakukan pada 70 responden dengan menggunakan metode regresi linier berganda, penelitian ini menggunakan metode pemilihan sampel yang dilakukan melalui *Proportionate Stratified Random Sampling*, dimana hasil analisis ini menemukan bahwa: nilai hitungan F adalah 43.166, dengan signifikansi 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa:

- a) variabel harga berpengaruh positif dan signifikan sebesar 0,028 terhadap keputusan pembelian rumah di Semarang.
- b) variabel kualitas bangunan berpengaruh positif dan signifikan sebesar 0,000 terhadap keputusan pembelian rumah di Semarang.
- c) variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan sebesar 0,001 terhadap keputusan pembelian rumah di Semarang.
- d) variabel lingkungan berpengaruh positif dan signifikan sebesar 0,000 terhadap keputusan pembelian rumah di Semarang.

Kata Kunci : Harga, Kualitas bangunan, lokasi, lingkungan dan keputusan pembelian

# **INFLUENCE FACTOR OF PRICE, QUALITY OF HOUSE, LOCATION AND ENVIRONMENTAL TOWARDS BUYING DECISION OF HOUSE**

**(Study in Castel of Majapahit Semarang)**

## **ABSTRACT**

*This research was initiated by growing of competition among developers to draw consumers enthusiasm in selecting house. The objectives of the research are to know the effect price, quality of house, location, and environmental to the consumers behavior in purchasing house in Semarang*

*These research sites are in the Castel of Majapahit. Research carried out to 70 respondents using multiple linier regression method, this research uses the method of sample selection is Proportionate Stratified Random Sampling, the results of this analysis found that : (1) F count value is 48,608 and significant 0,000. This suggests that :*

- a) a price of construction and significant positive effect of 0,028 on consumer behavior buying a house in Semarang.*
- b) building quality factor of construction and significant positive effect of 0,000 on consumer behavior buying a house in Semarang.*
- c) location factor of construction and significant positive effect of 0,001 on consumer behavior buying a house in Semarang.*
- d) environment factor of construction and significant positive effect of 0,000 on consumer behavior buying a house in Semarang*

*Keyword : price, quality of house, location, and environmental and buying decision.*

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertandatangan dibawah ini adalah saya,

Nama : Listiadewi Kharisa

NIM : 1M.07.1120

dengan ini mengatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul

“PENGARUH FAKTOR KEWAJARAN HARGA, KUALITAS BANGUNAN, LOKASI DAN LINGKUNGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN RUMAH” (Studi pada Perumahan Tamansari Majapahit Semarang)

telah saya susun dengan sebenar-benarnya dengan memperhatikan kaidah akademik dan menjunjung tinggi hak atas karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya unsur plagiasi maupun unsur kecurangan lainnya pada skripsi yang telah saya buat tersebut, maka saya bersedia mempertanggungjawabkannya dan saya siap menerima segala konsekuensi yang ditimbulkan termasuk pencabutan gelar kesarjanaan yang telah diberikan kepada saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanggung jawab.

Semarang, Mei 2012

Listia Dewi Kharisa

## **PERSEMBAHAN**

*Ku persembahkan karya kecilku dengan penuh syukur yang sebesar-besarnya teruntuk:*

### **"Allah SWT"**

*Puji Syukurku atas rahmat dan kehadiran Mu Raja Semesta Alam*

### **"Ayah dan Kakek tercinta"**

*Thanks for always protect me from your place now. Wishes The God gives beautiful place in heaven for you.*

### **"My Beloved Mother"**

*Who has take care of me, love me, teach me. Thanks for your love, affection, support, pray and your struggle of me. I know you're great, i'll do the best coz without your sincere, i was nothing..*

*I Love U so Much*

### **"My Sister"**

*Terimakasih untuk kesabaran kalian dalam mendukungku untuk mampu menyelesaikan karya kecilku ini*

### **"Sahabatku"**

*Terima kasih untuk semuanya yang telah diberikan, persahabatan yang tulus, penuh kasih dan canda tawa. Semua itu adalah anugerah dari Tuhan yang telah diberikan untukku. Semoga kita tetap langgeng.*

*Thanks to : Wira, Siska, Mitha, Nana, Eva, Leny, Aas, Arie, Rico (Love u all)*

*Marketing Soldier '07 (Tetap Kompak ya)*

*Temen-temen Finance dan Banking*

~ MOTTO ~

- ❖ *Bersyukurlah bila kamu sedang mendapat kenikmatan dan tabahlah bila mendapat kesusahan serta, "Mintalah pertolongan kepada Allah dengan sabar dan sholat, sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar."*

~ (Al-Baqarah : 153) ~

- ❖ *"Kita menilai diri dari apa yang kita pikirkan bisa kita lakukan padahal orang lain menilai kita dari apa yang sudah kita lakukan."*

~ (Mario Teguh) ~

- ❖ *"Tugas kita bukanlah untuk berhasil. Tugas kita adalah untuk mencoba, karena di dalam mencoba itulah kita menemukan dan belajar membangun kesempatan untuk berhasil. I'll never know before I try..."*

~ (Mario Teguh) ~

- ❖ *"Kebanggaan kita yang terbesar adalah bukan tidak pernah gagal, tetapi bangkit kembali setiap kali kita jatuh."*

~ (Confucius) ~

- ❖ *"Cara terbaik untuk menghentikan kebiasaan buruk adalah Jangan pernah memulainya"*

~ (Mother Theresa) ~

- ❖ *"Kamu bisa menunda namun Waktu tidak"*

~ (Nilai Kehidupan) ~



## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan kesabaran dan kekuatan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul ” **PENGARUH KEWAJARAN HARGA, KUALITAS BANGUNAN, LOKASI DAN LINGKUNGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN RUMAH**” (Studi pada Perumahan Tamansari Majapahit Semarang). Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Studi Strata Satu (S-1) guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bank BPD Jateng Semarang.

Skripsi ini tidak akan tersusun tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak baik dalam bentuk moril maupun materil. Untuk itu, penulis mengucapkan terima kasih dan rasa hormat kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan semua kemudahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Dr.H.Djoko Sudantoko S.Sos, MM selaku Ketua STIE Bank BPD Jateng Semarang.
3. Bapak Herry Prasetya, SE,Msi selaku Ketua Jurusan Manajemen STIE Bank BPD Jateng dan dosen wali atas semua arahan, bimbingan, petunjuk, saran dan waktunya. Terima kasih selalu memberikan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi tepat waktu.
4. Ibu Piji Pakarti, SE, Msi selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktu untuk penulis di sela-sela kesibukannya. Terima kasih atas kesabaran, arahan, bimbingan, petunjuk dan saran yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

5. Bapak Drs. H. Koentjoro Waloejono, MM selaku dosen pembimbing II yang dengan penuh kesabaran bersedia meluangkan waktu untuk memberikan arahan, bimbingan, petunjuk dan saran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Para dosen STIE Bank BPD Jateng yang telah memberikan berbagai ilmu baik formal maupun informal kepada penulis.
7. Bapak Yudi Selaku HRD Rei Jateng yang telah membantu memberikan arahan, bimbingan dan saran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Bapak Dwi Purwanto, ST selaku Projek Officer di Perumahan Tamansari Majapahit Semarang yang telah memberikan kesempatan untuk dapat melakukan penelitian di Tamansari Majapahit Semarang.
9. Teman-teman Manajemen'07 : *Finance, Banking* dan khususnya *Marketing*  
Terima kasih dan tetap semangat.
10. Seluruh keluarga besar STIE Bank BPD Jateng dan semua pihak yang telah mendukung dan tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Dengan segala kerendahan hati, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari sempurna karena kurangnya pengalaman dan kemampuan penulis. Oleh karena itu, dengan terbuka penulis menerima segala bentuk kritik dan saran yang bersifat membangun.

Semarang, April 2012

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul.....	i
Halaman Persetujuan.....	ii
Halaman Pengesahan .....	iii
Abstrak .....	iv
Abstract .....	v
Surat Pernyataan .....	vi
Halaman Persembahan .....	vii
Halaman Motto .....	viii
Kata Pengantar .....	ix
Daftar Isi.....	x
Daftar Tabel .....	xi
Daftar Gambar.....	xii
Daftar Lampiran .....	xiii
<b>Bab I</b> <b>Pendahuluan</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Pembatasan Masalah .....	8
1.3 Perumusan Masalah .....	8
1.4 Tujuan Penelitian .....	9
1.5 Manfaat Penelitian .....	9
1.6 Kerangka Penelitian .....	11
<b>Bab II</b> <b>Tinjauan Pustaka</b>	
2.1 Pemasaran .....	12
2.2 Perilaku Konsumen.....	13
2.3 Keputusan Pembelian.....	14
2.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	14
2.3.2 Proses Keputusan Pembelian .....	14

2.3.3	Tipe – tipe Perilaku Membeli.....	17
2.4	Definisi Perumahan.....	18
2.4.1	Jenis Produk Perumahan.....	19
2.4.2	Karakteristik Rumah.....	21
2.5	Harga.....	21
2.6	Kualitas Bangunan.....	23
2.7	Lokasi.....	25
2.8	Lingkungan.....	26
2.9	Penelitian Terdahulu.....	27
2.10	Pengembangan Hipotesa.....	29
2.11	Model Penelitian.....	31
<b>Bab III</b>	<b>Metode Penelitian</b>	
3.1	Definisi Konsep dan Definisi Operasional.....	32
3.1.1	Definisi Konsep.....	32
3.1.2	Definisi Operasional.....	33
3.2	Populasi dan Sampel.....	34
3.3	Metode Pengumpulan Data.....	36
3.4	Metode Analisis Data.....	37
3.4.1	Analisis Data Kualitatif.....	38
3.4.2	Analisis Kuantitatif.....	39
3.5	Analisis Data.....	40
3.5.1	Uji Asumsi Klasik.....	40
3.5.2	Regresi Linear Berganda.....	42
3.6	Pengujian Hipotesis.....	43
3.6.1	Uji T.....	43
3.6.2	Uji F.....	45
3.6.3	Koefisien Determinasi.....	46
<b>Bab IV</b>	<b>Pembahasan</b>	
4.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	47

4.2	Gambaran Lokasi Perumahan .....	49
4.3	Distribusi Responden .....	51
4.4	Gambaran Umum Responden .....	52
4.4.1	Responden Menurut Jenis Kelamin pada Indraprasta.....	52
4.4.2	Responden Menurut Usia pada Indraprasta .....	53
4.4.3	Responden Menurut Status Perkawinan di Indraprasta .....	54
4.4.4	Responden Menurut Tingkat Pendidikan di Indraprasta...	54
4.4.5	Responden Menurut Pekerjaan pada Indraprasta.....	55
4.4.6	Responden Menurut Jenis Kelamin pada Amarta.....	56
4.4.7	Responden Menurut Usia pada Amarta .....	57
4.4.8	Responden Menurut Status Perkawinan di Amarta .....	58
4.4.9	Responden Menurut Tingkat Pendidikan di Amarta.....	58
4.4.10	Responden Menurut Pekerjaan pada Amarta.....	59
4.4.11	Responden Menurut Jenis Kelamin pada Flamboyan.....	60
4.4.12	Responden Menurut Usia pada Flamboyan .....	61
4.4.13	Responden Menurut Status Perkawinan di Flamboyan ...	62
4.4.14	Responden Menurut Tingkat Pendidikan di Flamboyan.	62
4.4.5	Responden Menurut Pekerjaan pada Flamboyan.....	63
4.5	Distribusi Jawaban Responden .....	64
4.5.1	Tanggapan Responden Mengenai Kewajaran Harga .....	64
4.5.2	Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Bangunan.....	65
4.5.3	Tanggapan Responden Mengenai Lokasi .....	67
4.5.4	Tanggapan Responden Mengenai Lingkungan .....	68
4.5.5	tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian...	70
4.6	Uji Kualitas Instrumen .....	71
4.6.1	Uji Validitas.....	71
4.6.2	Uji Reliabilitas.....	75
4.6.3	Analisis Regresi Linier Berganda.....	76
4.6.4	Uji Asumsi Klasik .....	78

4.7	Uji Hipotesis .....	81
4.7.1	Uji T .....	81
4.7.2	Uji F .....	84
4.7.3	Koefisien Determinasi.....	85
4.8	Pembahasan.....	86
Bab V	Penutup	
5.1	Kesimpulan .....	89
5.2	Keterbatasan.....	90
5.3	Saran.....	90
5.4	Implikasi Manajerial .....	91
	Daftar Pustaka	
	Lampiran-lampiran	

STIE BPD Jateng

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Penjualan Rumah di Perumahan Tamansari Majapahit .....	6
1.2 Penjualan Rumah di Tamansari untuk tiap Lokasi .....	7
2.1 Daftar Penelitian Sebelumnya.....	28
4.1 Daftar Harga Jual Rumah di Perumahan Tamansari Majapahit .....	49
4.2 Responden Menurut Jenis Kelamin pada Indraprasta.....	52
4.3 Responden Menurut Usia pada Indraprasta .....	53
4.4 Responden Menurut Status Perkawinan pada Indraprasta .....	54
4.5 Responden Menurut Tingkat Pendidikan pada Indraprasta .....	55
4.6 Responden Menurut Pekerjaan pada Indraprasta.....	56
4.7 Responden Menurut Jenis Kelamin pada Amarta.....	57
4.8 Responden Menurut Usia pada Amarta .....	57
4.9 Responden Menurut Status Perkawinan pada Amarta.....	58
4.10 Responden Menurut Tingkat Pendidikan pada Amarta .....	59
4.11 Responden Menurut Pekerjaan pada Amarta.....	60
4.12 Responden Menurut Jenis Kelamin pada Flamboyan.....	61
4.13 Responden Menurut Usia pada Flamboyan .....	61
4.14 Responden Menurut Status Perkawinan pada Flamboyan.....	62
4.15 Responden Menurut Tingkat Pendidikan pada Flamboyan .....	63
4.16 Responden Menurut Pekerjaan pada Flamboyan.....	64

4.17	Tanggapan Responden Mengenai Variabel Harga.....	64
4.18	Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kualitas Bangunan.....	66
4.19	Tanggapan Responden Mengenai Variabel Lokasi .....	67
4.20	Tanggapan responden mengenai Variabel Lingkungan .....	69
4.21	Tanggapan responden mengenai Variabel Keputusan Pembelian .....	70
4.22	Hasil Uji Validitas Variabel Harga .....	72
4.23	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Bangunan .....	73
4.24	Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi .....	73
4.25	Hasil Uji Validitas Variabel Lingkungan.....	74
4.26	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	75
4.27	Hasil Uji Reliabilitas .....	76
4.28	Hasil Regresi Linier Berganda.....	77
4.29	Hasil Uji Multikolinearitas.....	81
4.30	Hasil Pengujian Uji-t.....	82
4.31	Nilai Uji F.....	84
4.32	Nilai Koefisien Determinasi.....	86



## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1.1. Kerangka Penelitian .....	11
2.1 Proses Keputusan Pembelian .....	14
2.2 Kerangka Pemikiran.....	31
4.1 Peta Lokasi Tamansari Majapahit Semarang.....	48
4.2 Peta Lokasi Perumahan Tamansari Majapahit Semarang.....	51
4.3 Gambar Grafik Normal Probability Plot.....	79
4.4 Gambar Grafik Scatterplot.....	80

STIE BPPD Jateng

## DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner
2. Hasil Tabel Induk
3. Hasil Validitas
4. Hasil Reliabilitas
5. Hasil Regresi Linier Berganda
6. Grafik
7. Perijinan

STIE BPD Jateng

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Pada masa sekarang pembangunan di sektor perekonomian mengalami perubahan yang luar biasa. Hal ini dapat terlihat dari pendapatan perkapita Negara, yang secara tidak langsung mendorong tingkat kesejahteraan masyarakat. Dengan tingkat kesejahteraan yang meningkat maka kebutuhan masyarakat juga akan semakin beraneka ragam sehingga membuka peluang bisnis bagi para produsen. Meningkatnya kebutuhan konsumen memunculkan perusahaan – perusahaan baru yang memiliki tujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Dimana masing – masing dari perusahaan berusaha menawarkan keunggulan – keunggulan yang dimiliki oleh produk yang dihasilkan. Karena itu persaingan antar perusahaan sejenis maupun yang tidak sejenis menjadi semakin ketat yang disebabkan oleh tingginya permintaan konsumen.

Semakin selektifnya konsumen menentukan pilihan dalam membeli sebuah rumah, merupakan peringatan bagi para pelaku pasar untuk merangsang tingkat penjualan mereka. Melihat kondisi ini produsen terdorong untuk melebarkan sayapnya pada bisnis property. Jadi tidaklah mengherankan jika bisnis dibidang perumahan semakin marak, banyak bermunculan perusahaan yang menawarkan produknya dengan berbagai macam fasilitas. (<http://www.propertykita.com/>) Perkembangan bisnis perumahan ini semakin marak saja terjadi, tidak hanya dipusat kota – kota besar akan tetapi sudah meluas dikota – kota kecil.

Sejalan dengan hal tersebut, untuk menunjang keberhasilan usaha perusahaan maka perlu memperhatikan arti dari pemasaran. Dimana arti pemasaran menurut Kotler (2008) adalah sebuah proses social dan manajerial yang didalamnya terdapat

individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran produk – produk atau value dengan pihak lainnya. Dalam definisi ini didasarkan pada beberapa konsep inti seperti : kebutuhan, keinginan, permintaan produk ( barang, servis, dan ide ), value, biaya, dan kepuasan, pertukaran dan transaksi, hubungan dan networks, pasar dan para pemasar, serta prospek.

Konsumen pada umumnya lebih menyukai produk yang kreatif dan inovatif sehingga menuntut suatu perusahaan untuk mampu menciptakan suatu produk yang berbeda yang dapat dilihat dari segi bentuk dan fungsi produk tersebut. Yang dalam hal ini adalah rumah. Dengan adanya produk-produk yang lebih berkualitas dan bermanfaat sesuai dengan perkembangan yang ada sehingga menarik minat beli konsumen.

Fakta ini dapat dijadikan peluang oleh pengembang yang dapat membaca kesempatan yang ada yang terjadi di masyarakat. Perusahaan dapat menunjukan segmen yang tepat memasarkan barang dan jasa sesuai dengan fakta yang ada di masyarakat. Penemuan segmen-segmen pasar yang akan dimasuki akan menentukan pencapaian target dari perusahaan tersebut. Dengan demikian perusahaan harus memahami peranan perilaku konsumen dalam mempengaruhi perilaku keputusan pembelian konsumen (Silvia, 2009:92)

Teori keputusan pembelian memberikan cara bagi seseorang untuk dapat membuat satu keputusan yang konsisten dengan kepercayaan dan kecenderungan pribadi yang ada padanya bahwa keputusan itu adalah yang terbaik yang diambil berdasarkan suatu informasi yang dimiliki. Menurut Kotler (2008) Keputusan pembelian adalah keputusan konsumen mengenai preferensi atas merek-merek yang ada di dalam kumpulan pilihan.

Sebagaimana dikatakan Mangkusubroto dan Trisnadi dalam penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Dahmiri (2008) bahwa membuat keputusan yang

terbaik adalah memilih pilihan atau alternative yang terbaik yang dapat memberikan kesempatan memperoleh hasil yang diinginkan.

Banyak faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap keputusan membeli rumah, namun dalam penelitian ini diukur melalui variabel, kualitas bangunan, lokasi lingkungan dan kewajaran harga. Konsumen saat ini menuntut rumah yang tidak hanya berkualitas baik pada bangunannya saja namun juga berada pada satu lingkungan yang aman dan nyaman.

Berkualitas dalam hal ini memakai bahan- bahan bangunan yang kualitasnya telah dikenal konsumen seperti penggunaan batu gunung, pasir muntlan, besi, lantai dan keramik. Menurut Herlianto (1977) dalam Wicaksono ((2010) menyebutkan bahwa kualitas bahan bangunan dan desain bangunan menjadi pertimbangan konsumen. Dimana kualitas bangunan yang baik dapat memberikan ketahanan serta kenyamanan dalam rumah. Desain bangunan yang sesuai dengan kriteria konsumen akan berpengaruh terhadap kewajaran harga dan akhirnya akan mempengaruhi keputusan pembelian. Sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan Dewa Nyoman (2008:77)

Lokasi perumahan memegang peranan yang sangat penting. Karena faktor lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian maka hal yang harus diperhatikan adalah bagaimana akses untuk ke kantor, ke dokter, ke sekolah. Pertimbangan lainnya adalah untuk apa memiliki rumah bagus, kompleknya asri namun jauh dari mana-mana.

Sejalan dengan pendapat Tarigan dalam Puspitasari (2007) Terkait dengan lokasi maka salah satu faktor yang menentukan apakah suatu lokasi menarik untuk dikunjungi atau tidak adalah tingkat aksesibilitas. Tingkat aksesibilitas adalah tingkat kemudahan untuk mencapai suatu lokasi ditinjau dari lokasi lain di sekitarnya. Oleh karena itu, untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat, perusahaan harus dapat memberikan keunggulan-keunggulan dan fasilitas-fasilitas yang berbeda dari

perusahaan pesaingnya kepada pembeli rumah sesuai kebutuhan dan fungsi rumah tersebut. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Mulyo Budi S (2009) yang menyatakan bahwa lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian rumah.

Tidak hanya pada lokasi dengan kemudahan akses menuju pusat kota, memiliki rumah dilingkungan yang aman juga menjadi salah satu pilihan masyarakat kota saat ini. Menurut Eckert(1990) dalam Mulyo S.(2009) bahwa Faktor lingkungan berpengaruh terhadap permintaan perumahan berdasarkan topografi, bentuk lahan, kondisi tanah dan kemudahan fasilitas seperti : tempat ibadah, sekolah, pusat perbelanjaan, pelayanan hingga transportasi.

Menurut Richard Utermann dan Robert Small dalam bukunya *Housing*, alih bahasa Ir Vincent M (1983) menyebutkan bahwa lingkungan perumahan adalah bentuk yang paling fundamental dan abadi dari pemukiman manusia. Dalam penelitian sebelumnya yang dilakukan adib (2007) menyatakan bahwa lingkungan yang baik mampu mempengaruhi keputusan seseorang untuk membeli sebuah rumah.

Sesuai dengan UU No. 4 tahun 1992 tentang perumahan dan pemukiman setiap warga Negara mempunyai hak untuk menempati atau menikmati dan atau memiliki rumah yang layak dalam lingkungan yang sehat, aman, serasi, dan teratur. Dari pengertian tersebut jelas bahwa prasarana lingkungan hanyalah pelengkap kelompok rumah.

Awang Firdus (1997) menjelaskan bahwa permintaan rumah dipengaruhi oleh faktor-faktor diantaranya adalah lokasi atau pertumbuhan penduduk, pendapatan, kemudahan pendanaan, fasilitas dan sarana umum.

Menurut Departemen Pemukiman dan Tata Ruang (Dimiyati, 2010:3) bahwa kebutuhan akan perumahan pada dasarnya dapat dibagi atas dua hal pokok yaitu:

1. Kebutuhan rumah berdasarkan tren (kecenderungan) pertumbuhan penduduk secara alamiah

2. Kebutuhan dan penyediaan rumah berdasarkan atas banyaknya rumah layak huni.

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

Mengenai masalah harga yang ditetapkan untuk produk atau layanan yang ditawarkan pada pelanggan selalu menjadi permasalahan yang kritis. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa konsumen memiliki konsep harga yang berbeda dengan biasanya. Kawajaran harga menurut Xia et al (dalam Marina 2009:89) mendefinisikan sebagai penilaian kewajaran, ketepatan dan kelayakan yang dibuat pelanggan berdasarkan pengalaman – pengalaman pelanggan lainnya.

Kemudian, menurut Nagle dan Hogan (2006) dalam Marina (2009:89) penjelasan konsep harga yang wajar bahwa kewajaran harga bersifat subjektif dimana pembeli memandang wajar tidaknya harga dengan membandingkan pemikiran pembeli mengenai keuntungan yang diperoleh atas manfaat suatu produk. Harga suatu produk atau jasa dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian yang dilakukannya.

Berdasarkan uraian diatas, penelitian ini didasari adanya keinginan untuk menguji apakah ada pengaruh antara kewajaran harga dengan kualitas bangunan, lokasi dan lingkungan terhadap hasil keputusan pembelian sebuah rumah tinggal. Khususnya dibatasi pada lokasi perumahan Tamansari Majapahit Semarang.

Melihat kondisi ini PT. Wika Realty yang merupakan pengembang perumahan mencoba memberikan penawaran perumahan yang salah satunya diberi nama Perumahan Tamansari Majapahit dimana perumahan ini memiliki keunggulan yaitu lokasi yang strategis, desain bangunan yang menarik dan dengan didukung

lingkungan yang aman dan nyaman serta dilengkapi fasilitas sarana olahraga dan kolam renang. Berikut data mengenai penjualan perumahan di Tamansari Majapahit Semarang dapat dilihat pada tabel 1.1 dibawah ini :

Tabel 1.1

Penjualan Rumah di Perumahan Tamansari Majapahit Tahun 2007 – 2010

TAHUN	TARGET PENJUALAN (Unit)	TERJUAL (Unit)	PENCAPAIAN (%)
2007*	75	37	49,33%
2008	140	123	87,85%
2009	115	34	29,56%
2010	70	44	62,85%
Jumlah	400	238	59,50%

Sumber : PT. Wika Realty

Data pada tabel 1.1 diatas menunjukkan pencapaian realisasi penjualan setiap tahun selama empat tahun terakhir belum mencapai target yang diinginkan. Rata – rata pencapaian target selama kurun waktu empat tahun tersebut adalah 59,50 % atau baru terealisasi sebanyak 238 unit dari 400 unit yang ditargetkan dengan pencapaian tertinggi sebesar 87,85% pada tahun 2008 dan pencapaian terendah sebesar 29,56% pada tahun 2009

Tahun 2009 target dan realisasi penjualan rumah mengalami penurunan karena pada kurun waktu tersebut pihak pengembang sedang menyelesaikan pembangunan di kawasan Perumahan The Hill Tamansari daerah Sambiroto, sehingga penjualan tidak memenuhi target. Penjualan pada tahun 2010 mengalami kenaikan dari pembangunan 70 unit dapat terjual sebanyak 44 unit dengan presentase 62,85 % .

Penawaran ini disertai dengan berbagai faktor (atribut) yang diterapkan, hal ini digunakan oleh konsumen sebagai alat untuk pengambilan keputusan terhadap pembelian produk. Dikarenakan banyak perusahaan yang bergerak di bidang perumahan maka masyarakat sebagai calon konsumen atau bahkan yang sudah



menjadi konsumen harus jeli dalam memilih pengembang. Kredibilitas pengembang sangatlah penting untuk diperhatikan karena hal ini akan berpengaruh pada produk yang mereka tawarkan. Semakin baik kredibilitasnya maka akan semakin baik pula kualitas produk yang ditawarkan. Amborowati (2009:15). Dimana perincian penjualan rumah untuk tiap lokasi dalam hal ini dapat terlihat pada tabel 1.2 berikut :

Tabel 1.2  
Penjualan Rumah di Tamansari Majapahit Semarang tahun 2007-2010

lokasi	Tahun	TIPE RUMAH								Jmlh	Persen
		36/ 150	45/ 263	45/ 265	48/ 204	56/ 204	60/ 150	62/ 148	85/ 240		
indraprasta	2007	6		11	-	9		-	5	31	
	2008	24		15	-	7		-	3	49	
	2009	2		15	4	1		1	1	24	
	2010	20		10	-	1		5	-	36	
										140	59%
Amarta	2007						10		15	25	
	2008						11		6	17	
	2009						8		-	8	
	2010						12		13	25	
										75	31%
flamboyan	2007		6							6	
	2008		12							12	
	2009		6							6	
	2010		-							-	
										24	10%

Sumber : PT. Wika Realty

Uraian permasalahan diatas menggambarkan pentingnya memahami perilaku konsumen dalam mengambil keputusan pembelian yang harus diperhatikan oleh pengembang sehingga penurunan penjualan dapat segera diatasi.

Berdasarkan penjelasan latar belakang masalah diatas, maka perlu diadakan penelitian lebih lanjut mengenai **“Pengaruh Faktor Kewajaran Harga, Kualitas Bangunan, Lokasi, dan Lingkungan Terhadap Keputusan Pembelian Rumah”**. (Studi Pada Perumahan Tamansari Majapahit Semarang).

## 1.2 Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah merupakan sederetan asumsi yang kuat tentang kedudukan permasalahannya. Seorang peneliti dapat menentukan dan merumuskan masalah yang berbeda. Oleh karena itu pembatasan masalah didasarkan atas kebenaran yang telah diyakini (Arikunto, 2006:65)

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, agar dalam pembahasan tidak luas dan terjadi kesalahan dalam penafsiran, maka penelitian ini hanya dibatasi pada:

1. Konsumen yang tinggal di Perumahan Tamansari Majapahit Semarang
2. Responden yang digunakan dalam penelitian ini, hanyalah pembeli atau pemilik rumah yang mengambil keputusan pembelian rumah di Perumahan Tamansari Majapahit Semarang
3. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel penelitiannya adalah harga, kualitas bangunan, lokasi, lingkungan dan keputusan pembelian

## 1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di muka, dapat diketahui bahwa masalah yang dihadapi yakni pencapaian realisasi penjualan setiap tahunnya selama 4 tahun terakhir belum mencapai target yang diinginkan. Antara tahun 2007 hingga 2010 pencapaian target penjualan belum tercapai seperti yang diharapkan.

Maksud dari rumusan masalah ini adalah untuk memperjelas masalah yang akan diteliti. Maka, diperlukan beberapa pertanyaan penelitian untuk menganalisisnya dan yang akan dijawab dalam penelitian ini yaitu :

1. Apakah kewajaran harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian rumah pada Perumahan Tamansari Majapahit Semarang.

2. Apakah kualitas bangunan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian rumah pada Perumahan Tamansari Majapahit Semarang
3. Apakah lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian rumah pada Perumahan Tamansari Majapahit Semarang
4. Apakah lingkungan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian rumah pada Perumahan Tamansari Majapahit Semarang.

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan uraian perumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah kewajaran suatu harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian rumah pada perumahan Tamansari Majapahit Semarang.
2. Untuk mengetahui apakah kualitas bangunan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian rumah di Perumahan Tamansari Majapahit Semarang
3. Untuk mengetahui apakah lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian rumah di Perumahan Tamansari Majapahit Semarang.
4. Untuk mengetahui apakah lingkungan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian rumah di Perumahan Tamansari Majapahit Semarang.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

##### **1.5.1 Manfaat teoritis**

Diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai tambahan informasi khususnya mengenai faktor – faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pembelian rumah.

#### 1.5.2 Manfaat Praktis

##### a. Bagi STIE BPD Jateng

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan dijadikan sumber informasi serta media melatih kemampuan akademik mahasiswa dalam pengembangan ilmu penelitian dan teknologi guna menuju pendidikan yang bermutu ditopang oleh riset, sehingga terjadi sistem pembelajaran yang seimbang antara teori dan praktek.

##### b. Bagi Peneliti

Penelitian ini merupakan suatu kesempatan untuk menerapkan teori – teori yang penulis peroleh dibangku perkuliahan dan untuk menambah wawasan dan pengetahuan di bidang manajemen pemasaran, khususnya dalam riset pasar

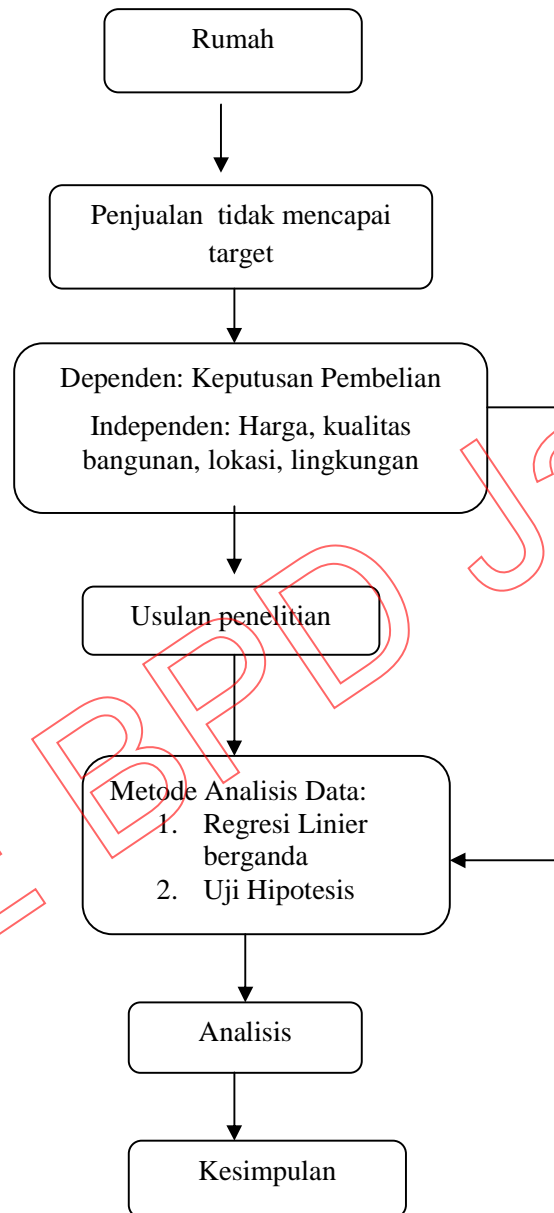
##### c. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang bermanfaat bagi perusahaan agar dapat ditentukan strategi apa yang digunakan dalam pemasaran rumah pada Tamansari Majapahit Semarang

##### d. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat sebagai referensi untuk penelitian lebih lanjut

## 1.6 Kerangka Penelitian



Sumber : diolah, tahun 2012

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **1.1 Pemasaran**

Dalam suatu usaha pemasaran merupakan salah satu kegiatan – kegiatan pokok yang dilakukan oleh pengusaha dalam mempertahankan kelangsungan usahanya untuk tumbuh kembang dan memperoleh keuntungan sebagai tolak ukur keberhasilan usahanya baik dalam bentuk laba maupun kepuasan.

Keberhasilan pencapaian tujuan bisnis tergantung dari keahlian yang dimiliki oleh pengusaha di bidang pemasaran. Selain itu juga tergantung atas fungsi – fungsi apakah suatu usaha itu dapat berjalan lancar.

Arti dari pemasaran menurut William J Stanton (1992:8) menyatakan bahwa pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan – kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan keinginan dan jasa baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli yang potensial.

Sedangkan definisi pemasaran menurut Kotler (2008) adalah sebagai berikut :

Pemasaran adalah sebuah proses sosial dan manajerial yang didalamnya terdapat individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran produk – produk atau value dengan pihak lainnya. Dalam definisi ini didasarkan pada beberapa konsep inti seperti : kebutuhan, keinginan, permintaan produk ( barang, servis, dan ide ), value, biaya, dan kepuasan, pertukaran dan transaksi, hubungan dan networks, pasar dan para pemasar, serta prospek.

Menurut pendapat Kotler tersebut merupakan suatu kejelasan bahwa konsep pemasaran menekankan pada kepuasan konsumen sebagai tujuan yang harus dicapai. Maka dari itu pemasar harus mengetahui apa sajakah faktor – faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memilih suatu merek atau produk yang sebagai sarana untuk memuaskan kebutuhan dan keinginannya.

Pemasaran memiliki tujuan yaitu :

1. Konsumen potensial mengetahui secara detail produk yang dihasilkan dan perusahaan dapat menyediakan semua permintaan konsumen atas produk yang dihasilkan.
2. Mengenal dan memahami konsumen sedemikian rupa sehingga produk cocok dengannya dan dapat terjual dengan sendirinya.

## **2.2 Perilaku konsumen**

Perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan. (James F et al, 1994)

Menurut Sumarwan (2004) dalam Dahmiri (2008) istilah konsumen sering diartikan sebagai dua jenis konsumen yaitu :

1. Konsumen Individu : konsumen yang membeli barang dan jasa untuk digunakan sendiri.
2. Konsumen Organisasi : konsumen yang membeli barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan organisasi tersebut. Yang meliputi organisasi bisnis, kantor pemerintahan, dan lembaga lainnya (sekolah, perguruan tinggi, dan rumah sakit)

## 2.3 Keputusan Pembelian

Dalam menentukan untuk membeli produk tertentu, konsumen harus membuat suatu keputusan yaitu produk mana yang dipilih untuk dibeli dan dipergunakan.

### 2.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian

Menurut Nitisemito (1978) dalam Dahmiri (2008) menjelaskan bahwa pengambilan keputusan atau *decision making* adalah pekerjaan mental seseorang untuk dapat memecahkan masalah – masalah yang timbul yang dapat terjadi dalam setiap kegiatan, baik dalam pemasaran maupun pembelian. Pengaruh dari lingkungan, maupun perbedaan individu serta proses psikologis juga dapat mempengaruhi keputusan konsumen terhadap semua jenis perilaku pemenuhan kebutuhan dan faktor motivasi yang mempengaruhinya.

Mangkusubroto dan Trisnadi (1987) dan Atmosudijro (1984) dalam Dahmiri (2008) mengatakan bahwa mengambil atau membuat keputusan merupakan suatu proses yang dilaksanakan orang berdasarkan pengetahuan dan informasi yang ada padanya pada saat tersebut dan berlangsung dalam suatu system.

### 2.3.2 Proses Keputusan Pembelian

Menurut Kotler (2008:179) Proses keputusan pembelian terdiri dari lima tahap yaitu dapat dilihat dalam gambar berikut :

Gambar 2.1

Proses keputusan pembelian



Sumber : Kotler (2008:179)



Dari gambar diatas dapat dijelaskan bahwa dalam pengambilan keputusan pembelian ada beberapa tahapan. Tahapan – tahapan tersebut adalah :

### 1. Pengenalan kebutuhan

Proses keputusan membeli dimulai dengan pengenalan kebutuhan (*need recognition*). Pembeli menyadari suatu masalah atau kebutuhan. Kebutuhan ini dapat dipicu oleh rangsangan internal. Salah satu dari kebutuhan normal manusia–rasa lapar, haus, seks, timbul ke satu tingkat yang cukup tinggi dan menjadi satu dorongan.

Kebutuhan juga dipicu oleh rangsangan eksternal. Contoh, suatu iklan atau diskusi dengan teman bisa membuat seseorang berfikir untuk membeli sesuatu. Pada tahap ini pemasar harus meneliti konsumen untuk menemukan jenis kebutuhan atau masalah apa yang timbul, apa yang menyebabkan, dan bagaimana masalah itu bisa mengarahkan konsumen pada produk tertentu.

### 2. Pencarian Informasi

Konsumen yang terdorong kebutuhannya akan mencari informasi lebih lanjut. Konsumen dapat memperoleh informasi dari banyak sumber antara lain :

- a) Sumber pribadi (Keluarga, teman, tetangga, kenalan)
- b) Sumber komersial (Periklanan, tenaga penjual, pedagang, kemasan, dan pameran)
- c) Sumber public (Media massa, organisasi penilai konsumen)
- d) Sumber eksperimental (Penanganan, pengujian, penggunaan produk)

### 3. Evaluasi Alternatif

Konsumen menggunakan informasi untuk tiba pada suatu pilihan akhir, tetapi pemasar perlu mengetahui tentang evaluasi alternative bagaimana konsumen memproses informasi untuk sampai pada satu pilihan

Terdapat beberapa proses evaluasi keputusan pembelian dan sebagian besar model dari evaluasi adalah berorientasi secara kognitif, yaitu mereka membuat pertimbangan terhadap produk secara sadar dan rasional. Pada dasarnya konsumen berusaha untuk memenuhi suatu kebutuhan tertentu. Konsumen akan mencari manfaat dari suatu produk. Konsumen akan memandang suatu produk sebagai rangkaian atribut produk dengan kemampuan yang berbeda – beda dalam memberikan manfaat yang dicari dan memuaskan kebutuhan tersebut.

#### 4. Keputusan Pembelian

Dalam tahap evaluasi, konsumen akan menentukan peringkat kebutuhan dan membentuk niat pembelian. Pada umumnya keputusan pembelian (*purchase decision*) konsumen adalah membeli merek yang paling disukai. Namun terdapat dua faktor yang mempengaruhi maksud pembelian dan keputusan pembelian. Faktor – faktor tersebut adalah sikap atau pendirian orang lain dan faktor situasional yang tidak diharapkan.

Keputusan konsumen untuk menunda, memodifikasi atau menghindari suatu pembelian sangat dipengaruhi oleh sikap yang dirasakan. Pembelian barang yang mahal akan melibatkan suatu pengambilan resiko. Konsumen tidak dapat merasa pasti mengenai hasil kegelisahan. Akan tetapi, jika resiko yang dirasakan relative kecil maka konsumen tersebut tidak merasa ragu – ragu dan mantap dengan keputusan pembelian yang dilakukan.

#### 5. Perilaku Pascapembelian

Sesudah melakukan pembelian yang dilakukan, konsumen akan mengalami beberapa tingkatan kepuasan atau ketidakpuasan. Jika produk tidak memenuhi ekspektasi, konsumen kecewa. Jika produk memenuhi ekspektasi, konsumen puas. Jika produk melebihi ekspektasi, konsumen sangat puas. Semakin besar kesenjangan antara ekspektasi dan kinerja, semakin besar pula ketidakpuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa penjual hanya boleh menjanjikan apa yang dapat diberikan sehingga pembeli terpuaskan

### 2.3.3 Tipe – tipe perilaku membeli

Perilaku pembelian sangat berbeda untuk jenis produk tertentu, seperti ipod, jasa keuangan, mobil baru dan rumah. Keputusan yang lebih kompleks biasanya melibatkan peserta pembelian dan pertimbangan pembeli yang lebih banyak. Menurut Kotler (2008:177) tipe – tipe perilaku membeli antara lain :

1. Perilaku membeli yang kompleks

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

2. Perilaku membeli yang mengurangi ketidakcocokan.

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

3. Perilaku membeli berdasarkan kebiasaan

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

#### 4. Perilaku mencari keragaman

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

## 2.4 Definisi Perumahan

Ada beberapa pengertian mengenai rumah dan perumahan. Menurut Levy (2005) rumah adalah suatu barang yang khas dengan karakteristik unik diantara semua barang lain yang digunakan secara umum. Rumah adalah bangunan yang berfungsi sebagai tempat tinggal atau hunian dan sarana binaan keluarga (Turner, 1972 dalam Dachlan (2009)) menyatakan bahwa rumah (*housing*) mengandung arti sebagai komoditas dan sebagai proses.

Rumah merupakan bagian yang tidak dapat dilihat sebagai hasil fisik yang rampung semata, melainkan merupakan suatu proses yang berkembang dan berkaitan dengan mobilitas sosial ekonomi penghuninya dalam suatu kurun waktu (Panudju, 1999 dalam Dachlan 2009). Fungsi dasar rumah adalah untuk melindungi diri dari gangguan alam dan binatang. Sejalan dengan peradaban, fungsi rumah berkembang sebagai sumber rasa aman dan kenyamanan. Secara sosial rumah juga berfungsi sebagai status simbol dan ukuran kemakmuran, dan juga digunakan sebagai sarana investasi (Cahyana, 2002 dalam Dachlan 2009)

Budihardjo (1994) dalam Dachlan (2009) menguraikan tingkat intensitas dan arti penting dari kebutuhan manusia terhadap rumah berdasarkan hierarki kebutuhan rumah dari Maslow, dimulai dari yang terbawah sebagai berikut:

1. Rumah memberikan perlindungan terhadap gangguan alam dan binatang, berfungsi sebagai tempat tinggal, tidur, dan pemenuhan kebutuhan badani.
2. Rumah harus bisa menciptakan rasa aman, sebagai tempat menjalankan ritual, penyimpanan harta milik berharga, menjamin hak pribadi.
3. Rumah memberikan peluang untuk berinteraksi dan aktivitas komunikasi yang akrab dengan lingkungan sekitar (teman, tetangga, keluarga).
4. Rumah memberikan peluang untuk tumbuhnya harga diri, yang disebut Pedro Arrupe "*Status Conferring Function*", kesuksesan seseorang tercermin dari rumah dan lingkungan tempat huniannya.
5. Rumah sebagai aktualisasi diri yang diejawantahkan dalam bentuk pewadahan kreativitas dan pemberian makna bagi kehidupan yang mempribadi

Berdasarkan Undang – Undang No 4 Tahun 1992 tentang Perumahan dan Pemukiman.

1. Rumah adalah bangunan yang berfungsi sebagai tempat tinggal atau hunian dan sarana pembinaan keluarga.
2. Perumahan adalah kelompok rumah yang berfungsi sebagai lingkungan tempat tinggal atau lingkungan hunian yang dilengkapi dengan presarana dan sarana lingkungan.

3. Permukiman adalah 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.

Dalam kehidupan sehari – hari, rumah dituntut untuk dapat memberikan sebuah lingkungan binaan yang aman, sehat dan nyaman. Untuk itu pemerintah dengan wewenang yang dimilikinya memberikan arahan, standar peraturan dan ketentuan yang harus diwujudkan oleh pihak pengembang.

#### 2.4 Jenis Produk Perumahan

Menurut Gunawan (2007), ada beberapa jenis produk *real estate* dalam kelompok perumahan (*residential*), yaitu :

1. *Single-family housing* (rumah tunggal) adalah rumah yang berdiri sendiri dan melekat dengan tanah. Tidak ada kepemilikan lain atas bagunannya baik di atas, di bawah atau disamping.
2. *Duplexes* dan *town house* adalah rumah deret dengan bangunan yang melekat pada tanah, tidak ada kepemilikan di atas dan di bawahnya, namun ada bagian konstruksi rumah yang dimiliki bersama karena bentuk bagunannya yang berderet. Bila rumah deret lebih dari empat unit bisa disebut *Town House*
3. *Condominium* adalah sebuah bangunan perumahan yang terdiri dari beberapa lantai yang dimiliki oleh beberapa keluarga (*multi family*) dengan struktur bersama.
4. *Apartment* adalah perumahan *multi family*, bangunan bertingkat (*high rise buildings*) atau bangunan bertingkat rendah tipe taman (*low rise garden type units*). Unit ruangan dalam apartement disewakan secara individu untuk rentang waktu dari satu bulan sampai dengan beberapa tahun.

5. *Timesharing Development* memberi kepada banyak pemilik property sebuah hak untuk memanfaatkan secara eksklusif dari property tersebut untuk waktu – waktu tertentu setiap tahunnya.
6. *Planned Unit Developments* (PUDs) adalah proyek pengembangan tanah yang direncanakan sebagai sebuah kesatuan. Unit yang berhimpitan dikelompokkan dalam cluster, sehingga menghasilkan sejumlah tanah yang signifikan untuk keperluan ruang terbuka dan fasilitas umum.
7. *Mobile home parks* (tempat parkir rumah mobil) selalu dipandang sebagai penggunaan tanah secara temporer dalam sebuah kawasan yang pembangunannya ditunda untuk pengembangan di masa depan untuk peruntukan lain.
8. *Retail Land Project* adalah sebuah bentuk pengembangan yang di dalamnya mencakup sebidang tanah yang belum dikembangkan, menjadi beberapa lot. Setiap lot dijual secara retail (eceran) dengan program pemasaran yang insentif.

#### 2.4.2 Karakteristik Rumah

Menurut Levy (1995) dalam Mulyo (2009) menyebutkan bahwa rumah memiliki karakteristik diantaranya :

1. *Fixity*, yaitu terdapat pada tempat tertentu selama umur bangunan.
2. *Orability*, yaitu secara umum lebih tahan lama
3. *Slow rate of technological change*, yaitu rumah cenderung lebih lambat usianya dibandingkan dengan barang lainnya.
4. *Proness to neighborhood effects*, yaitu nilai dipengaruhi oleh lokasi.
5. *Sensitivity to credit*, karena kebutuhan rumah merupakan pengeluaran yang besar dan seiring dibiayai dengan kredit jangka panjang.

6. *Speculative motive in ownership*, yaitu memiliki keuntungan spekulasi
7. *Merrid good*, yaitu rumah di pandang sebagai sesuatu yang memilih pengaruh menguntungkan yang melebihi kepuasan pelanggannya.
8. *Small scale of prodcy unit*, bila dibandingkan dengan produk lain
9. *Fragmented ownership*, yaitu kepemilikan yang terpisah pisah.

## 2.5 Harga

Harga adalah suatu nilai tukar dari produk barang maupun jasa yang dinyatakan dalam satuan moneter. (Kotler, 2008)

Kewajaran harga menurut Xia et al (dalam Herman et al : 2007 dalam Marina 2009: 89) mendefinisikan sebagai penilaian kewajaran, ketepatan, atau kelayakan yang dibuat pelanggan berdasarkan pengalaman-pengalaman pelanggan lainnya.

Kemudian, menurut Nagle dan Hogan (2006, 98) dalam Marina (2009 :89) penjelasan konsep harga yang wajar bahwa kewajaran harga bersifat subjektif dimana pembeli memandang wajar tidaknya harga dengan membandingkan pemikiran pembeli mengenai keuntungan penjual pada masa kini dan masa lalu atas suatu produk, atau berapa harga yang diperoleh orang lain atas produk serupa.

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa harga merupakan salah satu faktor penting yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian suatu produk.

Enam langkah pokok dalam penetapan harga jual suatu produk yang dapat dilakukan oleh produsen menurut Kotler yaitu :

1. Penetapan tujuan pemasaran. Dimisalkan seperti bertahan hidup, memaksimalkan keuntungan jangka pendek, unggul dalam pangsa pasar, atau unggul dalam kualitas produk.



2. Penentuan kurva permintaan yang akan memperlihatkan jumlah produk yang akan dibeli dipasar dalam waktu tertentu, pada berbagai tingkat harga. Semakin inelastis permintaan, makin mampu perusahaan menaik – turunkan harganya.
3. Perusahaan memperkirakan perilaku biaya pada berbagai tingkat produksi dan perilaku biaya dalam kurva pengalamannya.
4. Perusahaan menguji dan mengambil harga – harga pesaing sebagai dasar penetapan harga jualnya sendiri.
5. Perusahaan memilih salah satu dari berbagai metode harga yaitu : *cost plus, analysis break even dan target profit, perceived value, going rate dan sealedbid pricing.*
6. 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.

## **2.6 Kualitas Bangunan**

Berdasarkan undang – undang Republik Indonesia Nomer 4 tahun 1992 tentang perumahan dan pemukiman, disebutkan bahwa perumahan adalah bangunan yang berfungsi sebagai lingkungan tempat tinggal dengan prasarana dan sarana lingkungan.

Fenomena desain bangunan tema arsitektur perumahan memang menjadi tren yang berkembang pesat pada saat ini, hingga masing–masing perumahan selalu tampil dengan desain bangunan tema tertentu untuk mengembangkan lingkungannya. Perkembangan 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 ditempati.

Menurut Richard Utermann dan Robert Small dalam bukunya *Housing*, alih bahasa Ir. Vincent M (1983) menyebutkan bahwa lingkungan perumahan adalah bentuk yang paling fundamental dan abadi dari pemukiman manusia. Secara sederhana dapat digambarkan sebagai perumahan yang saling memiliki hubungan antara unit-unit individualnya terbagi secara baik antara dinding lantai maupun langit-langitnya. Adanya pemakaian yang baik untuk setiap ruangan terbuka dan fasilitas yang ada. (Dewa Nyoman, 2005:74)

perencanaan bangunan perumahan memerlukan suatu pandangan yang luas, mengenai lingkungan dan evolusi kehidupan sosial yang berlangsung dari abad keabad. Faktor-faktor penting yang menentukan perencanaan lingkungan perumahan adalah :

1. Bentuk bangunan direncanakan berdasarkan fungsinya sehingga yang memakai tidak kesulitan dalam pemakaiannya
2. Bentuk bangunan harus kuat menahan segala beban sehingga yang memakai merasa nyaman dan aman tinggal didalamnya.
3. Bentuk bangunan memenuhi syarat keindahan dan mendukung fungsinya.

Karya desain bangunan dan arsitektur ruangan dapat mempengaruhi perilaku masyarakat, dimana keragaman karya arsitektur ruangan saat ini telah banyak direproduksi sebagai komoditas yang kemudian digunakan sebagai tema keseharian dalam kompleks perumahan. Fenomena semacam ini telah tumbuh di beberapa perumahan di Semarang. Semua desain yang dibuat menawarkan keindahan fisik bangunan yang berbeda. Namun hingga sejauh mana visualisasi bangunan tersebut sampai kepada penggunanya, perlunya wawasan yang luas mengenai pentingnya pemahaman bahwa perencanaan harus kembali kepada penggunanya.

Faktor yang perlu dipertimbangkan dalam desain rumah yaitu dengan memperhatikan bentuk denah rumah, luas lahan /luas bangunan, tampak rumah.

Yang perlu diperhatikan :

1. Kemungkinan pengembangan rumah (kelebihan tanah yang ada dapat memberikan keuntungan bagi pemilik untuk memperluas rumah)
2. Luas ruangan (kemudahan untuk penataan perabot rumah tangga)
3. Tampak rumah
4. Kapasitas rumah dan jumlah penghuni yang akan menempati.
5. Perawatan berkala

Sebagai pembeli tentu akan merasa puas jika mendapatkan kondisi rumah sesuai dengan yang diinginkan seperti yang ada pada brosur penawaran. Sesuai dengan indikator kesejahteraan dari BPS bahwa bangunan untuk rumah sehat pada perumahan harus memenuhi standar yang telah ditentukan yakni :

1. Luas lantai  $< 50 \text{ m}^2$
2. Atap beton /genteng/dinding tembok
3. Memiliki sambungan listrik
4. Memiliki sumber air bersih
5. Memiliki saluran pembuangan

Sedangkan untuk tipe peningkatan mutu perbedaannya hanya terletak pada :

- a. Lantai sudah berupa kramik
- b. Dinding sudah diberi cat dinding
- c. Kamar mandi/wc sudah memakai lantai dan berkramik
- d. Atap gendeng telah diberi warna

Kualitas bahan bangunan dan desain bangunan menjadi pertimbangan konsumen. Dimana kualitas bangunan yang baik dapat memberikan ketahanan serta kenyamanan dalam rumah. Desain bangunan yang sesuai dengan criteria konsumen akan berpengaruh terhadap harga dan akhirnya akan mempengaruhi keputusan pembelian. Sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan Dewa Nyoman (2008:77)

## 2.7 Lokasi

Beberapa hal yang berpengaruh terhadap pengambilan keputusan atas lokasi perumahan disebut dengan *model tradeoff* antara kemudahan pencapaian tempat kerja dari lokasi perumahan (*accessibility*) dan sebaliknya dengan tersedianya ruangan untuk perumahan. Untuk setiap individu pemilihan lokasi perumahan berbeda sesuai dengan pertimbangan dari masing – masing individu tersebut. Menurut :

1. Taringan 2005 : 122 – 123 (Puspitasari, 2007)

Terkait dengan lokasi maka salah satu faktor yang menentukan apakah suatu lokasi menarik untuk dikunjungi atau tidak adalah tingkat aksesibilitas. Tingkat aksesibilitas adalah tingkat kemudahan untuk mencapai suatu lokasi ditinjau dari lokasi lain di sekitarnya. Menurut Taringan, tingkat aksesibilitas dipengaruhi oleh jarak, ketersediaan berbagai sarana penghubung termasuk frekuensinya dan tingkat keamanan serta kenyamanan untuk melalui jalur tersebut

2. Ricahardson 1984 : 25 (Sutawijaya, 2004)

Asumsi yang dipakai adalah :

1. Setiap lokasi perumahan homogeny (*site homogeneity*)
2. Kota hanya mempunyai satu tempat sentral (*monocentric city*)

Dalam model ini dijelaskan bahwa adanya *trade-off* dalam mencapai lokasi perumahan dari pusat kota dan sebaliknya dengan kebutuhan akan ruangan perumahan sehingga menimbulkan adanya keinginan untuk memilih lokasi perumahan yang tepat dari masing – masing rumah tangga.

## 2.8 Lingkungan

Lingkungan sangat menentukan kehidupan manusia dan makhluk hidup lainnya, namun sebaliknya manusia juga dapat menentukan keadaan lingkungan. Sesuai dengan pengertian UU No 4 tahun 1982 mengenai lingkungan adalah kemampuan untuk mendukung perikehidupan manusia dan makhluk hidup lainnya. Jelas disebutkan bahwa lingkungan dibentuk oleh kegiatan yang dilakukan manusia, perubahan – perubahannya dapat mempengaruhi hidup dan kehidupan, baik secara langsung ataupun tidak langsung.

Sebagaimana tertuang dalam pasal 4 Undang – undang No 4 Tahun 1982, bahwa pengelolaan lingkungan hidup bertujuan :

1. Tercapainya keselarasan hubungan antara manusia dengan lingkungan hidup sebagai tujuan membangun manusia Indonesia.,
2. Terkendalinya pemanfaatan sumber daya secara bijaksana
3. Terwujudnya manusia Indonesia sebagai Pembina lingkungan hidup
4. Terlaksananya pembangunan berwawasan lingkungan untuk kepentingan generasi sekarang dan mendatang.
5. Terlindungnya Negara terhadap dampak kegiatan di luar wilayah Negara yang menyebabkan kerusakan dan pencemaran lingkungan.

Menurut Emil Salim dalam *Lingkungan Hidup dan Pembangunan* mengungkapkan bahwa lingkungan hidup dan pembangunan diartikan sebagai segala

benda, kondisi dan pengaruh yang terdapat dalam ruang yang kita tempati dan mempengaruhi hal yang hidup termasuk kehidupan manusia. Nyoman (2005:76)

Secara umum, lingkungan sering diklasifikasikan dalam Nyoman (2005:76) :

1. Lingkungan Abiotik; yaitu lingkungan benda-benda mati seperti air, tanah, gas, api, dan gas energi yang terkandung didalamnya.
2. Lingkungan Biotik; yakni, flora, fauna, dan segala sesuatu yang memiliki zat hidup baik yang hidup di darat maupun di air.
3. Lingkungan *cultural*/kebudayaan yakni mencakup seluruh aktivitas manusia yang menempati dimensi ruang yang tidak terbatas

Menurut Hall et.al (2000) dalam Adib (2001) ukuran yang sering digunakan indikator-indikator lingkungan yang baik yaitu terkait dengan kondisi jalan dan lingkungan ketetangaan hidup (*liveable*), penataan bangunan, spiritual (tempat ibadah), dan sarana olahraga. Indikator-indikator tersebut berpengaruh terhadap rumah yang akan dihuni. Dalam penelitian Adib Abadi (2001) faktor lingkungan merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi keputusan pembelian rumah.

## 2.9 Penelitian Terdahulu

Dalam suatu penelitian diperlukan dukungan hasil – hasil penelitian yang telah ada sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian tersebut. Berikut ini dapat dilihat pada:

Tabel 2.1

Daftar penelitian sebelumnya

Nama	Judul	Variabel Penelitian	Alat Analisis	Hasil Penelitian
------	-------	---------------------	---------------	------------------

Dahmiri (2008)	Analisis persepsi konsumen thdp keputusan membeli perumahan griya kembar lestari dikota jambi	Variable bebas : persepsi Variabel terikat : keputusan pembelian	Skala likert 5 angka	Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga,system pembelian, type serta kualitas berpengaruh terhadap pembelian. Namun fasilitas tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian
Mustafid (2009)	Faktor – faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pembelian rumah sederhana di Bandar Lampung	Variabel bebas: harga jual rata2 produk perusahaan, perusahaan pesaing, biaya promosi Variabel terikat : volume penjualan	Regresi linier berganda	Volume penjualan dipengaruhi secara positif oleh harga jual produk perusahaan, harga jual pesaing dan biaya promosi.
Mulyo budi S (2009)	Analisis permintaan rumah sederhana di kota semarang	Variabel bebas: harga, pendapatan konsumen, lokasi, suku bunga kredit, harga sewa rumah Variabel terikat : permintaan rumah sederhana	Metode two stage least square (2sls). Prog aplikasi aeconometric views 3.0 (EIEWS 3.0)	Faktor2 yang berpengaruh terhadap permintaan rumah sederhana : harga, pendapatan konsumen, tingkat suku bunga, harga sewa rumah, lokasi.
Dewa nyoman wastika (2005)	Penerapan konsep tri hita karana dalam perencanaan perumahan di bali	Variabel bebas : Variabel terikat : perencanaan perumahan	-	Faktor penting yang ada dlm perencanaan lingkungan adalah llingkungan, bentuk bangunan, material. desain
I Wayan muga, IGA	Analisis sikap dan perilaku konsumen dalam memilih rumah sederhana sehat di bali	Variabel bebas: faktor fisik( lokasi, type, luas, harga, kualitas, system pembayaran ), faktor lingkungan, fasos, fasum Variabel terikat : sikap & perilaku	Multiattribut e attitude model dari fishbein	Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor lokasi,lingkungan fasum dan fasos berpengaruh terhadap perilaku konsumen

Sumber : data yang diolah, 2012

## 2.10 Pengembangan Hipotesa

Hipotesis merupakan jawaban permasalahan sementara yang bersifat dugaan dari suatu penelitian (Supardi,2005:69). Hipotesis dapat benar atau terbukti dan tidak terbukti setelah didukung oleh fakta-fakta dari hasil penelitian lapangan.

Harga adalah penilaian kewajaran, ketepatan, atau kelayakan yang dibuat pelanggan berdasarkan pengalaman-pengalaman pelanggan lainnya. (Xia et al dalam Herman et al (2007) dalam Marina 2009). Dengan demikian adanya kesesuaian harga dengan manfaat akan menjadi pertimbangan tersendiri bagi konsumen. Selama konsumen memiliki kemampuan membeli serta berfikir bahwa harga yang tinggi bukanlah suatu halangan bagi mereka untuk memperoleh kualitas yang baik maka permintaan akan produk yang bersangkutan akan tetap meningkat.

Hasil penelitian Mustafid (2009) menunjukkan bahwa harga dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dibuat hipotesis sebagai berikut :

H1 : Diduga semakin wajarnya suatu harga maka semakin berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian rumah di Perumahan Tamansari Majapahit Semarang.

Kualitas rumah tinggal ditentukan oleh kualitas bahan bangunan yang digunakan secara nyata mencerminkan tingkat kesejahteraan penghuninya. Sesuai dengan indikator kesejahteraan dari BPS (2009) bahwa bangunan untuk rumah sehat pada perumahan harus memenuhi standar yang telah ditentukan. BPS (2009:36)

Kualitas bahan bangunan dan desain bangunan menjadi pertimbangan konsumen. Dimana kualitas bangunan yang baik dapat memberikan ketahanan serta kenyamanan dalam rumah. Desain bangunan yang sesuai dengan kriteria konsumen akan berpengaruh terhadap harga dan akhirnya akan mempengaruhi keputusan pembelian. Sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan Dewa Nyoman (2005:74). Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dibuat hipotesis sebagai berikut :



H2 : Diduga kualitas bangunan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian rumah di Perumahan Tamansari Majapahit Semarang

Lokasi yang menjadi salah satu faktor yang menentukan apakah suatu lokasi menarik untuk dikunjungi atau tidak adalah tingkat aksesibilitas. Tingkat aksesibilitas adalah tingkat kemudahan untuk mencapai suatu lokasi ditinjau dari lokasi lain di sekitarnya (Tarigan, 2006:78).

Hasil penelitian Sutawijaya (2004) dijelaskan bahwa adanya model *trade-off* dalam mencapai lokasi perumahan dari pusat kota dan sebaliknya dengan kebutuhan akan ruangan perumahan sehingga menimbulkan adanya keinginan untuk memilih lokasi perumahan yang tepat dari masing – masing rumah tangga.

Hal ini membuktikan bahwa salah satu faktor yang dipertimbangkan oleh konsumen sebelum membeli rumah adalah lokasi rumah tersebut. Berdasarkan uraian yang ada maka :

H3 : Diduga lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian rumah di Perumahan Tamansari Majapahit Semarang

Menurut Hall et.al (2000) dalam Adib (2001) ukuran yang sering digunakan indikator-indikator lingkungan yang baik yaitu terkait dengan kondisi jalan dan lingkungan ketetanggaan hidup (*liveable*), penataan bangunan, kepadatan lingkungan, integrasi aktivitas berhuni, tempat kerja, belanja, umum, spiritual, dan rekreasi.

Indikator – indikator tersebut berpengaruh terhadap rumah yang akan dihuni. Hasil penelitian Adib Abadi (2001) menunjukkan bahwa faktor lingkungan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian rumah. Berdasarkan uraian tersebut maka:

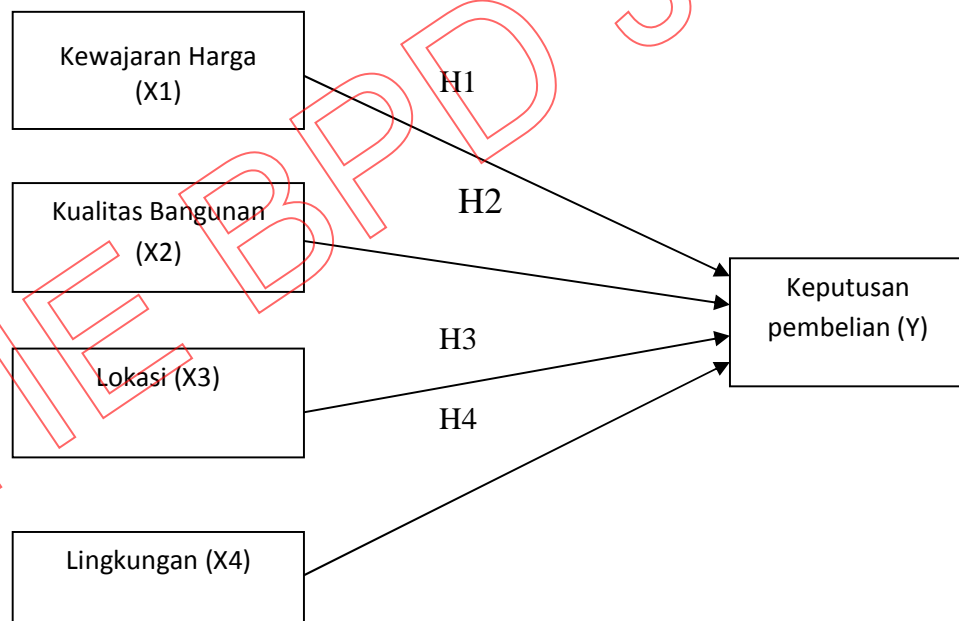
H4 : Diduga lingkungan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian rumah di Perumahan Tamansari Semarang

## 2.11 Model Penelitian

Berdasarkan penelaahan atas teori dan hasil penelitian terdahulu dikembangkan kerangka pemikiran teoritis sebagaimana terlihat pada gambar 2.2

Variabel dependen keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor sebagai variabel independen, yaitu harga, kualitas bangunan, lokasi, dan lingkungan. Keputusan pembelian dipengaruhi oleh harga, kualitas bangunan, lokasi dan lingkungan. Untuk selengkapnya pengaruh hubungan antar variabel dapat dilihat pada :

Gambar 2.2  
Kerangka Pemikiran



Sumber : dikembangkan dalam penelitian ini

## BAB III METODE PENELITIAN

### **3.1 Definisi Konsep dan Definisi Operasional**

#### **3.1.1 Definisi Konsep**

Definisi konsep merupakan persepsi responden terhadap variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Definisi konsep dalam penelitian ini adalah:

1. Faktor Harga

Harga adalah penilaian kewajaran, ketepatan, atau kelayakan yang dibuat pelanggan berdasarkan pengalaman-pengalaman pelanggan lainnya. (Xia et al dalam Herman et al (2007) dalam Marina 2009).

2. Faktor Kualitas Bangunan

Berdasarkan Indikator Kesejahteraan Rakyat Semarang (2009:38) tentang perumahan dan pemukiman, disebutkan bahwa perumahan adalah bangunan yang berfungsi sebagai lingkungan tempat tinggal dengan prasarana dan sarana lingkungan.

3. Faktor Lokasi

Terkait dengan lokasi maka salah satu faktor yang menentukan apakah suatu lokasi menarik untuk dikunjungi atau tidak adalah tingkat aksesibilitas. Tingkat aksesibilitas adalah tingkat kemudahan untuk mencapai suatu lokasi ditinjau dari lokasi lain di sekitarnya (Tarigan, 2006:78).

4. Faktor Lingkungan

Lingkungan adalah kemampuan untuk mendukung perikehidupan manusia dan makhluk hidup lainnya. (Hall et.al (2000) dalam Adib (2001))

5. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah keputusan konsumen mengenai preferensi atas merek-merek yang ada di dalam kumpulan pilihan (Kotler 2008:179)

### 3.1.2 Definisi Operasional

Definisi operasional adalah definisi praktis operasional tentang variabel atau istilah lain dalam penelitian yang dipandang penting. Definisi operasional dalam penelitian ini :

#### 1. Harga

Indikator yang diukur yaitu: (mix dalam Marina, 2009:89)

##### a. Harga terjangkau oleh pendapatan

Harga menjadi factor pertimbangan dalam membeli rumah

##### b. Harga sesuai dengan produk

Harga sesuai dengan fasilitas dan manfaat

##### c. Harga produk sejenis dari pesaing

#### 2. Kualitas Bangunan

Berdasarkan Indikator Kesejahteraan Rakyat Semarang (2009) tentang perumahan dan pemukiman, indikator dari variabel kualitas bangunan diukur melalui :

##### a. Luas Lantai

##### b. Atap beton/genteng/dinding tembok

##### c. Memiliki sambungan listrik

##### d. Memiliki sumber air bersih

##### e. Memiliki saluran pembuangan

#### 3. Lokasi

Menurut Taringan,2006:78 tingkat aksesibilitas lokasi diukur melalui indikatornya yaitu :

##### a. Jarak

##### b. Ketersediaan berbagai sarana penghubung

##### c. Tingkat keamanan dan kenyamanan penggunaan jalan

#### 4. Lingkungan

Menurut Hall et.al (2000) dalam Adib (2001) ukuran yang sering digunakan indikator-indikator lingkungan yang baik yaitu:

- a. Kondisi jalan dan lingkungan
- b. penataan bangunan
- c. spiritual (tempat ibadah)
- d. sarana olahraga

#### 5. Keputusan Pembelian

Menurut Kotler (2008:179) keputusan pembelian diukur melalui indikatornya:

- a. Pengenalan masalah  
Tingkat adanya masalah/kebutuhan dari konsumen terhadap keputusan pembelian produk
- b. Pencarian informasi  
Tingkat pencarian informasi yang dilakukan konsumen sebelum melakukan pembelian produk
- c. Keputusan pembelian  
Tingkat pengaruh dari sikap/pendirian orang lain terhadap keputusan pembelian produk
- d. Perilaku pasca pembelian  
Tingkat kepuasan konsumen setelah membeli produk

### 3.2 Populasi dan Sampel

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

Dalam penelitian ini populasinya adalah semua konsumen yang telah membeli (pemilik) dan penghuni rumah diperumahan Tamansari Majapahit Semarang sejak tahun 2007 hingga 2010. Yaitu sebanyak 238 unit rumah yang dihuni yang mencakup seluruh tipe rumah yang dibangun di setiap cluster.

Sedangkan sampel adalah suatu himpunan bagian (*subset*) dari unit populasi. Kuncoro(2003 :103). Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sugiyono(2005 :116). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan rumus *slovin*. Untuk menentukan jumlah sampel sabagai berikut :

$$\frac{n}{N(d)^2 + 1}$$

dimana :

n = sampel; N = populasi; d = nilai presisi 90% atau sig. = 0,1%

$$= \frac{238}{238(0,1)^2 + 1} = 70 \text{ sampel}$$

Pemilihan sampel dilakukan melalui *Proportionate Stratified Random Sampling*, yaitu penentuan sampelnya memperhatikan strata (tingkatan) yang ada dalam populasi. (sugiyono, 2005:118). Kriterianya adalah konsumen yang pernah membeli rumah di perumahan Tamansari Majapahit Semarang pada seluruh lokasi perumahan.

Teknik ini umumnya digunakan pada populasi yang diteliti adalah heterogen (tidak sejenis) yang dalam hal ini berbeda bidangkerja sehingga besaran sampel pada masing-masing strata atau kelompok diambil secara proporsional untuk dipilih. Adanya sub populasi yang dikelompokan berdasarkan lokasi perumahan yaitu cluster indraprasta dengan jumlah sampel sebanyak 41 sampel, cluster amarta dengan jumlah

sampel sebanyak 22 sampel, dan Flamboyan dengan jumlah sampel sebanyak 7 sampel.

Pembagian sampel tiap lokasi perumahan berbeda dengan asumsi sebagai berikut :

1. Indraprasta : 140 KK  $\rightarrow 140/238 \times 100\% = 59\% \rightarrow 59/100 \times 70 = 41$
  2. Cluster Amarta : 75 KK  $\rightarrow 75/238 \times 100\% = 31\% \rightarrow 31/100 \times 70 = 22$
  3. Flamboyan : 24 KK  $\rightarrow 24/238 \times 100\% = 10\% \rightarrow 10/100 \times 70 = 7$
- Total : 238 KK

### 3.3 Metode Pengumpulan Data

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

1. Data primer

Merupakan data yang diperoleh dari melakukan survey lapangan yang menggunakan metode pengumpulan data original. Dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan penyebaran kuesioner untuk mendapatkan data primer. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini meliputi profil responden, tanggapan responden terhadap pertanyaan yang diajukan terkait dengan indikator masing – masing variabel penelitian

2. Data sekunder

Merupakan data yang diperoleh dalam bentuk sudah jadi. Data ini dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya dalam bentuk publikasi. Peneliti memperoleh data sekunder untuk penelitian ini melalui bahan bacaan, baik berupa buku-buku penunjang, internet, artikel, majalah, jurnal ilmiah dan hasil-hasil penelitian yang dilakukan sebelumnya.

Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini diantaranya meliputi profil pengembang, data penghuni, jumlah penduduk, unit rumah, jumlah unit rumah, tipe – tipe perumahan, banyaknya perumahan dan data lainnya yang diperlukan. Menurut Sugiyono (2005 : 193) untuk mendapatkan data primer, teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan interview (wawancara), kuesioner (angket), observasi (pengamatan), dan gabungan ketiganya. Sedangkan untuk memperoleh data sekunder dapat dilakukan dengan penelitian arsip dan studi kepustakaan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Interview (wawancara)

Dalam penelitian ini dilakukan wawancara secara tatap muka, terutama dengan penghuni perumahan terutama untuk mengetahui secara lebih dalam mengenai kondisi kehidupan social masyarakat di lokasi perumahan dan berbagai permasalahan yang terjadi disana.

2. Kuesioner

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

3. Dokumentasi

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

### **3.4 Metode Analisis Data**

Pengolahan data dalam penelitian ini dengan menggunakan program SPSS for windows versi 16.0. Adapun metode analisis data yang digunakan adalah sebagai berikut :



### 3.4.1 Analisis Data Kualitatif

Analisis data kualitatif adalah analisis data yang menggunakan data tidak berbentuk angka – angka yang biasanya data verbal yang diperoleh dari pengamatan dan wawancara (Sugiyono, 2005:14) Proses analisis kualitatif ini dilakukan dalam tahapan sebagai berikut :

#### 1. Pengeditan (Editing)

Pengeditan (editing) adalah memilih atau mengambil data yang perlu dan membuang data yang dianggap tidak perlu, untuk memudahkan perhitungan dalam hipotesa.

#### 2. Pemberian Kode (Coding)

Proses pemberian kode tertentu terhadap macam dari kuesioner untuk kelompok ke dalam kategori yang sama.

#### 3. Pemberian Skor (scoring)

Mengubah data yang bersifat kualitatif ke dalam bentuk kuantitatif. Dalam penelitian ini urutan pemberian skor menggunakan skala Likert. Tingkatan skala likert yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Sangat Setuju (SS) = Diberi bobot / skor 5

Setuju (S) = Diberi bobot / skor 4

Ragu – ragu (RG) = Diberi bobot / skor 3

Tidak Setuju (TS) = Diberi bobot / skor 2

Sangat Tidak Setuju (STS)= Diberi bobot / skor 1

#### 4. Tabulating

Pengelompokan data atas jawaban dengan benar dan teliti, kemudian dihitung dan dijumlahkan sampai berwujud dalam bentuk yang berguna. Berdasarkan hasil tabel tersebut akan disepakati untuk membuat data tabel agar mendapatkan hubungan atau pengaruh antara variabel – variabel yang ada.

#### 3.4.2 Analisis Kuantitatif

Analisis data kuantitatif dimaksudkan untuk memperkirakan besarnya pengaruh secara kuantitatif suatu kejadian terhadap kejadian lainnya dengan menggunakan statistik. Untuk mempermudah dalam menganalisis dengan menggunakan program SPSS for windows versi 16.0 Bentuk pengujian yang digunakan adalah sebagai berikut :

##### 1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau *valid* tidaknya suatu kuesioner (Ghozali, 2006:49). Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Jadi, validitas adalah mengukur apakah pertanyaan dalam kuesioner yang sudah dibuat betul – betul dapat mengukur apa yang hendak diukur.

Hasil validitas dapat dilihat pada *ouput Alpha Cronbach* pada kolom *Corrected Item – Total Correlation*. Bandingkan nilai *Correlated Item – Total Correlation* dengan hasil perhitungan r tabel. Jika r hitung > r tabel dan nilai positif, maka butir pernyataan atau indikator tersebut dinyatakan valid (Ghozali,2006:49).

##### 2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk (Ghozali, 2006:45). Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Jawaban responden terhadap pertanyaan ini

dikatakan reliabel jika masing-masing pertanyaan dijawab secara konsisten atau jawaban tidak boleh acak oleh karena masing-masing pertanyaan hendak mengukur hal yang sama. Jika jawaban terhadap indikator ini acak, maka dapat dikatakan bahwa tidak reliabel (Ghozali, 2006:46).

Pengukuran realibilitas dapat dilakukan dengan 2 cara, yaitu :

1. *Repeated Measure* atau pengukuran ulang. Disini seseorang akan disodori pertanyaan yang sama pada waktu yang berbeda, dan kemudian dilihat apakah orang tersebut tetap konsisten dengan jawabannya.
2. *One Shot* atau pengukuran sekali saja. Disini pengukurannya hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. Alat untuk mengukur reliabilitas adalah *Alpha Cronbach*. Suatu variabel dikatakan reliabel, apabila (Ghozali,2006:48) :

Hasil *Alpha Cronbach*  $> 0,60$  = reliabel

Hasil *Alpha Cronbach*  $< 0,60$  = tidak reliabel

### **3.5 Analisis Data**

#### **3.5.1 Uji Asumsi Klasik**

Uji asumsi klasik dilakukan untuk mengetahui layak tidaknya analisis regresi berganda digunakan. Uji asumsi klasik digunakan untuk melihat apakah variabel-variabel penelitian yang digunakan terbebas dari multikolinieritas, heteroskedastisitas dan ketidaknormalan distribusi data.

##### **1. Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Regresi

yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Untuk menguji apakah distribusi data normal atau tidak dapat dilakukan dengan cara analisa grafik. Caranya adalah dengan melihat *probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal, dan plotting data akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data adalah normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.

## 2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas atau yang terjadi Heteroskedastisitas (Imam G., 2006:105). Model regresi yang baik adalah Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas.

Pengujian Heteroskedastisitas menggunakan grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat yaitu ZPRED dengan nilai residualnya SRESID. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED di mana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual ( $Y$  prediksi –  $Y$  sesungguhnya). Menurut Imam G. (2006:105) dasar analisisnya adalah:

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola tertentu yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

## 3. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol (0). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi adalah sebagai berikut (Ghozali,2006:95) :

1. Mempunyai angka Tolerance diatas ( $>$ ) 0,1
2. Mempunyai nilai VIF di di bawah ( $<$ ) 10

### 3.5.2 Analisis Regresi Berganda

Pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi linear berganda. Analisis regresi linier berganda di gunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Bentuk umumnya adalah sebagai berikut (Firdaus, 2004:70)

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \varepsilon$$

Di mana:

Y : Keputusan pembelian konsumen

X<sub>1</sub> : Harga

X<sub>2</sub> : Kualitas bangunan

X<sub>3</sub> : Lokasi

X<sub>4</sub> : Lingkungan

$\beta_0$  : Konstanta atau *intercept*

$\beta$  : Koefisien regresi

### 3.6 Pengujian Hipotesis

Untuk membuktikan hipotesis dalam penelitian ini apakah variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat, maka digunakan beberapa pengujian yaitu uji – t dan uji – F.

#### 3.6.1 Uji - T

Untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas (kewajaran harga, kualitas bangunan, lokasi dan lingkungan) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel tidak bebas/terikat (keputusan pembelian konsumen) secara parsial dengan  $\alpha = 0,05$  dan juga penerimaan atau penolakan hipotesa, maka cara yang dilakukan adalah :

a. Merumuskan hipotesis

$H_0$  : Semakin wajarnya suatu harga tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian rumah di Perumahan Tamansari Majapahit Semarang secara parsial.

$H_a$  : Semakin wajarnya suatu harga semakin berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian rumah di Perumahan Tamansari Majapahit Semarang secara parsial.

$H_0$  : Kualitas bangunan tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian rumah di Perumahan Tamansari Majapahit Semarang secara parsial.

$H_a$  : Kualitas bangunan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian rumah di Perumahan Tamansari Majapahit Semarang secara parsial.

$H_0$  : Lokasi tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian rumah di Perumahan Tamansari Majapahit Semarang secara parsial.

$H_a$  : Lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian rumah di Perumahan Tamansari Majapahit Semarang secara parsial.

$H_0$  : Lingkungan tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian rumah di Perumahan Tamansari Majapahit Semarang secara parsial.

$H_4$  : Lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian rumah di Perumahan Tamansari Majapahit Semarang secara parsial

b. Mencari t hitung

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Uji t dilakukan dengan membandingkan t hitung terhadap t tabel dengan ketentuan sebagai berikut:

$H_0 : \beta = 0$ , berarti tidak ada pengaruh signifikan dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

$H_a : \beta \neq 0$ , berarti ada pengaruh signifikan dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen

Uji statistiknya

$$t - \text{hitung} = \frac{R \sqrt{n - 2}}{\sqrt{1 - R^2}}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

R = koefisien regresi variabel yang diukur

t = nilai pengujian

derajat kebebasan = n - 2

Pengambilan keputusan dengan tingkat signifikan ( $\alpha$ ) = 0,05 menurut Sugiyono (2005:184) ditentukan sebagai berikut:

a. Jika produk t hitung  $\leq$  t tabel maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak.

- b. Jika  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.
- c. Jika tingkat signifikan  $t \text{ hitung} > 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak.
- d. Jika tingkat signifikan  $t \text{ hitung} \leq 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima

### 3.6.2 Uji - F

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat (Ghozali, 2006). Secara simultan hipotesis yang dirumuskan dan alat pengujian yang digunakan sebagai berikut:

- a. Merumuskan hipotesis

$H_0$  : Kewajaran harga, kualitas bangunan, lokasi dan lingkungan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen secara simultan.

$H_a$  : Kewajaran harga, kualitas bangunan, lokasi dan lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen secara simultan.

Rumus uji - F

$$F = \frac{r^2(N-k-1)F}{K(1-r^2)}$$

keterangan:

- $r$  = koefisien regresi berganda
- $F$  = nilai pengujian
- $N$  = jumlah sampel
- $k$  = jumlah variabel independen
- derajat kebebasan d.k =  $(n - k - 1)$

Pengambilan keputusan dengan tingkat signifikan  $(\alpha) = 0,05$  menurut Sugiyono (2004:251) ditentukan sebagai berikut:



- a. Jika  $F_{\text{hitung}} \leq F_{\text{tabel}}$  maka  $H_0$  diterima
- b. Jika  $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$  maka  $H_0$  ditolak
- c. Jika tingkat signifikan  $F_{\text{hitung}} > 0,05$  maka  $H_0$  diterima

Jika tingkat signifikan  $F_{\text{hitung}} \leq 0,05$  maka  $H_0$  ditolak

### 3.6.3 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model (harga, kualitas bangunan, lokasi dan lingkungan) dalam menerangkan variasi variabel dependen/tidak bebas (keputusan pembelian konsumen). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol (0) dan satu (1). Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen (bebas) dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas.

Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Secara umum koefisien determinasi untuk data silang (*crosssection*) relatif rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtun waktu (*time series*) biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi (Ghozali, 2006:87).

Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bisa terhadap jumlah variabel independen yang dimaksudkan kedalam model. Setiap tambahan satu variabel independen, maka  $R^2$  pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Oleh karena itu banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai Adjusted  $R^2$  (Adjusted R Square) pada saat mengevaluasi mana model regresi terbaik. Tidak seperti  $R^2$ , nilai Adjusted  $R^2$  dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan ke dalam model (Ghozali,2006:87).

## BAB IV

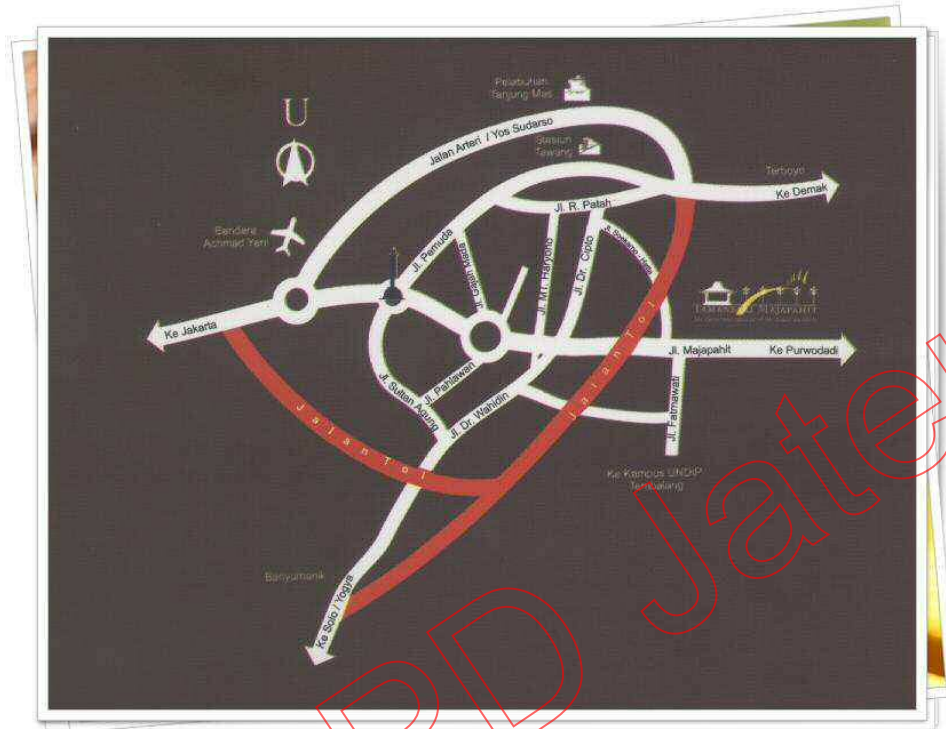
### PEMBAHASAN

#### 4.1 Gambaran Umum Perusahaan

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

Lokasi Tamansari Majapahit Semarang terletak di Jalan Tamansari Majapahit, Pedurungan, Semarang. Lokasi ini dekat dengan salah satu jalan utama kota Semarang yaitu Jalan Majapahit, dan hanya berjarak 5 km dari Simpang Lima. Menjadikan Tamansari Majapahit sebagai lingkungan perumahan berkelas yang berlokasi terdepan di kota Semarang. Dekatnya jalan Arteri baru (Jl. Soekarno-Hatta) kemudian ditambah dengan pencapaian dari Pintu Tol Gayamsari yang hanya 5 menit, memudahkan para penghuni untuk menjangkau seluruh kota Semarang.

Gambar 4.1 :Peta Lokasi Tamansari Majapahit Semarang



Sumber : PT. Wika Realty

Batas-batas wilayahnya adalah :

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

Dalam penawaran produk perumahan, hal-hal yang umumnya menjadi perhatian adalah tipe rumah yang bervariasi, kelengkapan fasilitasnya baik umum maupun khusus, lokasinya, dan sebagainya dengan harga yang sesuai. Meskipun demikian, PT. Wika selalu berusaha untuk memberikan yang lain dari yang lain atau yang berbeda dengan melakukan inovasi pada bagian atau hal-hal tertentu untuk menarik minat konsumsi, perumahan ini juga menawarkan produk dengan kelebihan atau keutamaan yang dimilikinya atau yang menjadi prioritasnya. Diantaranya lingkungan yang dibentuk berupa rumah taman tanpa pagar, sambungan listrik dan air sepenuhnya wewenang instansi PLN dan PDAM. Berikut ini adalah daftar harga rumah di Perumahan Tamansari Majapahit Semarang sebagai berikut :

Tabel 4.1  
Daftar harga Jual rumah di Perumahan Tamansari Majapahit

	Luas		Harga Jual	Uang Muka			KPR Maksimal
	Bang	Tanah		Booking Fee	Tanda jadi	Sisa Uang Muka	
amarta	60	150	643.000.000	5.000.000	27.150.000	32.150.000	578.700.000
	85	240	1.030.000.000	5.000.000	46.500.000	51.500.000	927.000.000
indraprasta	36	150	542.000.000	2.000.000	25.100.000	27.100.000	487.800.000
	45	263	907.000.000	2.000.000	43.350.000	45.350.000	816.300.000
	48	204	741.000.000	5.000.000	32.050.000	37.050.000	666.900.000
	56	204	763.000.000	2.000.000	36.150.000	38.150.000	686.700.000
	62	148	649.000.000	5.000.000	27.450.000	32.450.000	584.100.000
	85	240	1.030.000.000	5.000.000	46.500.000	51.500.000	927.000.000
Flamboyan	45	263	907.000.000	2.000.000	43.350.000	45.350.000	816.300.000

Sumber : PT. Wika Realty

#### 4.2 Gambaran Lokasi Perumahan

Perumahan Tamansari Majapahit Semarang terbagi atas tiga lokasi perumahan yang didasarkan pada desain bangunan yang berbeda. Diantaranya:

#### 4.2.1 Cluster Amarta

Lokasi Cluster Amarta terletak pada pintu sebelah kiri. Untuk Cluster Amarta desain bangunan yang digunakan lebih bernuansa limas atau budaya Jawa. Pada cluster amarta ini hanya dibangun dengan tipe bangunan mulai dari tipe 60/150 dan 85/240 dan masih tersisa 4 unit.

#### 4.2.2 Cluster Indraprasta

Lokasi Cluster Indraprasta terletak pada pintu masuk sebelah kanan yang bersebrangan dengan pintu masuk Cluster Amarta. Cluster indraprasta merupakan Cluster kedua yang dibangun setelah Cluster Amarta. Pada Cluster Indraprasta desain bangunan juga menggunakan nuansa Jawa namun memiliki sedikit perbedaan pada bagian depan bangunan atau biasa disebut Jawa minimalis. Dimana bagian depan bangunan pada pintu masuk diberikan sentuhan balkon minimalis yang tidak ditemukan pada Cluster Amarta. Pada cluster ini tipe bangunan yang dibangun mulai dari tipe 36/150, 45/263, 48/204, 56/204, 62/148, 85/240 dan masih memiliki stock rumah hingga 150 unit.

#### 4.2.3 Flamboyan

Dimana Taman Flamboyan merupakan lokasi ketiga pada perumahan Tamansari Majapahit Semarang yang tahap pembangunannya berbeda dengan lokasi sebelumnya. Letak lokasi taman Flamboyan ini tidak berada pada satu lingkup pada cluster amarta dan indraprasta sehingga dari pihak pengembang tidak menyebutnya sebagai cluster yang mereka bangun. Namun unit rumah pada Taman Flamboyan juga merupakan hasil karya pengembang PT. Wika. Unit pada Taman Flamboyan tidak dibangun dengan desain yang minimalis yang lebih dikonsepskan pada permintaan pasar. Pada taman Flamboyan ini sedang dalam tahap pembangunan lagi sebanyak 20 unit rumah.

Gambar 4.2

Peta Lokasi Perumahan Tamansari Majapahit Semarang



Sumber : Google Earth

### 4.3 Distribusi responden

Dalam penelitian ini, responden yang digunakan adalah semua konsumen yang telah membeli (pemilik) dan penghuni rumah diperumahan Tamansari Majapahit Semarang sejak tahun 2007 hingga 2010. Yaitu sebanyak 238 unit rumah yang dihuni yang mencakup seluruh tipe rumah yang dibangun di setiap cluster.

Pada penelitian ini pula pemilihan sampel dilakukan melalui *Proportionate Stratified Random Sampling*, yaitu penentuan sampelnya memperhatikan strata (tingkatan) yang ada dalam populasi. (sugiyono, 2005:118). Dimana teknik ini

umumnya digunakan pada populasi yang diteliti adalah heterogen (tidak sejenis) yang dalam hal ini berbeda bidangkerja sehingga besaran sampel pada masing-masing strata atau kelompok diambil secara proporsional untuk dipilih. Adanya sub populasi yang dikelompokkan berdasarkan lokasi perumahan yaitu cluster Indraprasta dengan jumlah sampel sebanyak 41 sampel, cluster amarta dengan jumlah sampel sebanyak 22 sampel, dan Flamboyan dengan jumlah sampel sebanyak 7 sampel.

Pembagian sampel tiap lokasi perumahan berbeda dengan asumsi sebagai berikut :

4. Indraprasta : 140 KK  $\rightarrow 140/238 \times 100\% = 59\% \rightarrow 59/100 \times 70 = 41$
  5. Cluster Amarta : 75 KK  $\rightarrow 75/238 \times 100\% = 31\% \rightarrow 31/100 \times 70 = 22$
  6. Flamboyan : 24 KK  $\rightarrow 24/238 \times 100\% = 10\% \rightarrow 10/100 \times 70 = 7$
- Total : 238 KK

#### 4.4 Gambaran Umum Responden

##### 4.4.1 Cluster Indraprasta

##### 1. Responden menurut jenis kelamin

Dari hasil penelitian ini diketahui bahwa dari sampel yang berjumlah 41 konsumen yang membeli dan tinggal diperumahan Tamansari Majapahit Semarang dapat diperoleh gambaran tentang jenis kelamin dari masing – masing responden yang dapat dilihat dari tabel berikut :

Tabel 4.2  
Responden Menurut jenis Kelamin

Jenis kelamin	Jumlah	Prosentase
Pria	23	56,10%
Wanita	18	43,90%
Jumlah	41	100 %

Sumber : data primer yang diolah, 2012

Berdasarkan hasil penelitian pada konsumen yang membeli dan tinggal di Perumahan Tamansari Majapahit Semarang, responden menurut jenis kelamin menunjukkan bahwa lebih banyak responden dengan jenis kelamin pria dari pada responden wanita, responden pria sebanyak 23 orang atau 56,10% dan responden wanita sebanyak 18 orang atau 43,90%.

### 1. Responden Menurut Usia

Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa dari sampel yang berjumlah 41 konsumen yang membeli dan tinggal di perumahan Tamansari Majapahit Semarang dapat diperoleh gambaran tentang usia dari masing-masing responden yang dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.3  
Responden Menurut Usia

Umur	Jumlah	Prosentase
17-25 tahun	1	2,44%
26-30 tahun	10	24,39%
31-40 tahun	17	41,46%
41-50 tahun	11	26,84%
➤ 50	2	4,87%
Jumlah	41	100%

Sumber : data primer yang diolah, 2012

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden berusia antara 31-40 tahun dengan jumlah 17 orang atau 41,46%, pada usia 26-30 tahun dengan jumlah 10 orang atau 24,39%, untuk usia 41-50 sebanyak 11 orang atau 26,84%, untuk usia > 50 tahun sebanyak 2 orang atau 4, 87% dan untuk usia 17-25 tahun sebanyak 1 orang atau 2,44%. Pada usia 31-40 tahun sebagian orang mulai



menempati tempat tinggal mereka sendiri. Usia ini memiliki penghasilan yang cukup untuk membeli dimana mereka berada pada usia yang produktif.

## 2. Responden Menurut Status perkawinan

Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa dari sampel yang berjumlah 41 konsumen yang membeli dan tinggal di perumahan Tamansari Majapahit Semarang dapat diperoleh gambaran tentang status perkawinan dari masing-masing responden yang dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.4  
Responden Menurut Status Perkawinan

Status Perkawinan	Jumlah	Presentase
Menikah	36	87,80%
Belum/ Tidak Menikah	5	12,20%
Jumlah	41	100%

Sumber : data primer yang diolah, 2012

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden memiliki status perkawinan menikah yaitu sebanyak 36 orang atau 87,80% dan yang tidak atau belum menikah sebanyak 5 orang atau 12,20%. Dengan demikian dapat disimpulkan sebagian besar responden yang sudah berkeluarga cenderung memerlukan tempat tinggal.

## 3. Responden Menurut Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan seseorang dapat mempengaruhi reaksi dan penilaian mereka terhadap sesuatu hal. Hal tersebut akan menjadikan seseorang akan menjadi semakin selektif dalam menentukan keputusan pembelian. Responden dibagi

berdasarkan kelompok tingkat pendidikan responden yang dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.5  
Responden Menurut Tingkat Pendidikan

Pendidikan terakhir	Jumlah	Prosentase
SLTA/SMA	1	2,4%
Diploma	10	24,4%
Sarjana	30	73,2%
Jumlah	41	100%

Sumber : data primer yang diolah, 2012

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa responden menurut pendidikan terakhir dari tingkat SLTA sebanyak 1 orang atau 2,4%, Diploma sebanyak 10 orang atau 24,4% dan pendidikan Sarjana sebanyak 30 orang atau 73,2%. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa tingkat pendidikan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian, selera, gaya hidup, dan pandangan terhadap suatu hal. Semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang, maka orang tersebut akan semakin selektif dan rasional dalam membeli rumah. Artinya orang tersebut akan lebih mempertimbangkan banyak aspek, diantaranya adalah harga, lokasi, kualitas bangunan dan lingkungan.

#### 4. Responden menurut Pekerjaan

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

Tabel 4.6  
Responden Menurut Pekerjaan

Jenis Pekerjaan	Jumlah	Prosentase
PNS	4	9,7
Wiraswasta	5	12,3
Karyawan Swasta	13	31,8
BUMN	7	17
Lainnya	12	29,2
Jumlah	41	100%

Sumber : data primer yang diolah, 2012

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa responden menurut pekerjaan di PNS sebanyak 4 orang atau 9,7%, karyawan swasta sebanyak 13 orang atau 31,8%, wiraswasta sebanyak 5 orang atau 12,3%, BUMN sebanyak 7 orang atau 17%, dan lainnya 12 orang atau 29,2%. Dengan demikian diketahui bahwa mayoritas responden adalah karyawan swasta yang memiliki penghasilan cukup untuk melakukan pembelian pada perumahan Tamansari Semarang.

#### 4.4.2 Cluster Amarta

##### 1. Responden menurut jenis kelamin

Dari hasil penelitian ini diketahui bahwa dari sampel yang berjumlah 22 konsumen yang membeli dan tinggal diperumahan Tamansari Majapahit Semarang dapat diperoleh gambaran tentang jenis kelamin dari masing – masing responden yang dapat dilihat dari tabel berikut :

Tabel 4.7  
Responden Menurut jenis Kelamin

Jenis kelamin	Jumlah	Prosentase
Pria	8	36,37%
Wanita	14	63,63%
Jumlah	22	100 %

Sumber : data primer yang diolah, 2012

Berdasarkan hasil penelitian pada konsumen yang membeli dan tinggal di Perumahan Tamansari Majapahit Semarang, responden menurut jenis kelamin menunjukkan bahwa lebih banyak responden dengan jenis kelamin pria dari pada responden wanita, responden pria sebanyak 8 orang atau 36,37% dan responden wanita sebanyak 14 orang atau 63,63%.

#### 5. Responden Menurut Usia

Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa dari sampel yang berjumlah 22 konsumen yang membeli dan tinggal di perumahan Tamansari Majapahit Semarang dapat diperoleh gambaran tentang usia dari masing-masing responden yang dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.8  
Responden Menurut Usia

Umur	Jumlah	Prosentase
26-30 tahun	9	40,90
31-40 tahun	5	22,73
41-50 tahun	8	36,37
Jumlah	22	100%

Sumber : data primer yang diolah, 2012

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden Sebagian responden berusia antara 26 – 30 tahun dikarenakan usia tersebut adalah usia para pasangan muda yang mulai menempati tempat tinggal mereka sendiri. Usia ini memiliki penghasilan yang cukup untuk membeli dimana mereka berada pada usia yang produktif.

#### 6. Responden Menurut Status perkawinan

Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa dari sampel yang berjumlah 22 konsumen yang membeli dan tinggal di perumahan Tamansari Majapahit Semarang dapat diperoleh gambaran tentang status perkawinan dari masing-masing responden yang dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.9

Responden Menurut Status Perkawinan

Status Perkawinan	Jumlah	Presentase
Menikah	20	90,91
Belum/ Tidak Menikah	2	9,09
Jumlah	22	100%

Sumber : data primer yang diolah, 2012

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden memiliki status perkawinan menikah yaitu sebanyak 20 orang atau 90,91% dan yang tidak atau belum menikah sebanyak 2 orang atau 9,09%. Dengan demikian dapat disimpulkan sebagian besar responden yang sudah berkeluarga cenderung memerlukan tempat tinggal.

## 7. Responden Menurut Tingkat Pendidikan

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

Tabel 4.10  
Responden Menurut Tingkat Pendidikan

Pendidikan terakhir	Jumlah	Prosentase
SLTA/SMA	2	9,09
Diploma	7	31,83
Sarjana	12	54,54
Lainnya	1	4,54
Jumlah	22	100%

Sumber : data primer yang diolah, 2012

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa responden menurut pendidikan terakhir dari tingkat SLTA sebanyak 2 orang atau 9,09%, Diploma sebanyak 7 orang atau 31,83 % dan pendidikan Sarjana sebanyak 12 orang atau 54,54%, dan Lainnya sebanyak 1 orang atau 4,54%. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa tingkat pendidikan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian, selera, gaya hidup, dan pandangan terhadap suatu hal. Semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang, maka orang tersebut akan semakin selektif dan rasional dalam membeli rumah. Artinya orang tersebut akan lebih mempertimbangkan banyak aspek, diantaranya adalah harga, lokasi, kualitas bangunan dan lingkungan.

## 8. Responden menurut Pekerjaan

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

Tabel 4.11  
Responden Menurut Pekerjaan

Jenis Pekerjaan	Jumlah	Prosentase
PNS	1	4,54
Wiraswasta	8	36,37
Karyawan Swasta	10	45,45
Lainnya	3	13,64
Jumlah	22	100%

Sumber : data primer yang diolah, 2012

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa responden menurut pekerjaan di PNS sebanyak 1 orang atau 4,54%, karyawan swasta sebanyak 10 orang atau 45,45%, wiraswasta sebanyak 8 orang atau 36,37%, dan lainnya 3 orang atau 13,64%. Dengan demikian diketahui bahwa mayoritas responden adalah karyawan swasta yang memiliki penghasilan cukup untuk melakukan pembelian pada perumahan Tamansari Semarang.

#### 4.4.3 Flamboyan

##### 1. Responden menurut jenis kelamin

Dari hasil penelitian ini diketahui bahwa dari sampel yang berjumlah 7 konsumen yang membeli dan tinggal diperumahan Tamansari Majapahit Semarang dapat diperoleh gambaran tentang jenis kelamin dari masing – masing responden yang dapat dilihat dari tabel berikut :

Tabel 4.12  
Responden Menurut jenis Kelamin

Jenis kelamin	Jumlah	Prosentase
Pria	5	71,4
Wanita	2	28,6
Jumlah	7	100 %

Sumber : data primer yang diolah, 2012

Berdasarkan hasil penelitian pada konsumen yang membeli dan tinggal di Perumahan Tamansari Majapahit Semarang, responden menurut jenis kelamin menunjukkan bahwa lebih banyak responden dengan jenis kelamin pria dari pada responden wanita, responden pria sebanyak 5 orang atau 71,4% dan responden wanita sebanyak 2 orang atau 28,6%.

##### 2. Responden Menurut Usia

Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa dari sampel yang berjumlah 7 konsumen yang membeli dan tinggal di perumahan Tamansari Majapahit Semarang dapat diperoleh gambaran tentang usia dari masing-masing responden yang dapat dilihat pada tabel berikut ini:



Tabel 4.13  
Responden Menurut Usia

Umur	Jumlah	Prosentase
26-30 tahun	1	14,2
31-40 tahun	4	57,3
41-50 tahun	2	28,5
Jumlah	7	100%

Sumber : data primer yang diolah, 2012

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden sebagian responden berusia antara 31 – 40 tahun dikarenakan usia tersebut adalah usia para pasangan muda yang mulai menempati tempat tinggal mereka sendiri. Usia ini memiliki penghasilan yang cukup untuk membeli dimana mereka berada pada usia yang produktif.

### 3. Responden Menurut Status perkawinan

Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa dari sampel yang berjumlah 41 konsumen yang membeli dan tinggal di perumahan Tamansari Majapahit Semarang dapat diperoleh gambaran tentang status perkawinan dari masing-masing responden yang dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.14  
Responden Menurut Status Perkawinan

Status Perkawinan	Jumlah	Presentase
Menikah	7	100%
Jumlah	7	100%

Sumber : data primer yang diolah, 2012

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa sebagian seluruh responden telah memiliki status perkawinan menikah yaitu sebanyak 7 orang atau 100%. Dengan demikian dapat disimpulkan sebagian besar responden yang sudah berkeluarga cenderung memerlukan tempat tinggal.

#### 4. Responden Menurut Tingkat Pendidikan

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

Tabel 4.15  
Responden Menurut Tingkat Pendidikan

Pendidikan terakhir	Jumlah	Prosentase
SLTA/SMA	1	14,28
Diploma	1	14,28
Sarjana	5	71,44
Jumlah	7	100%

Sumber : data primer yang diolah, 2012

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa responden menurut pendidikan terakhir dari tingkat SLTA sebanyak 1 orang atau 14,28%, Diploma sebanyak 1 orang atau 14,28% dan pendidikan Sarjana sebanyak 5 orang atau 71,44%. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa tingkat pendidikan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian, selera, gaya hidup, dan pandangan terhadap suatu hal. Semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang, maka orang tersebut akan semakin selektif dan

rasional dalam membeli rumah. Artinya orang tersebut akan lebih mempertimbangkan banyak aspek, diantaranya adalah harga, lokasi, kualitas bangunan dan lingkungan.

### 5. Responden menurut Pekerjaan

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

Tabel 4.16  
Responden Menurut Pekerjaan

Jenis Pekerjaan	Jumlah	Prosentase
Wiraswasta	3	42,9
Karyawan Swasta	1	14,28
BUMN	1	14,28
Lainnya	2	28,54
Jumlah	7	100%

Sumber : data primer yang diolah, 2012

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa responden menurut pekerjaan karyawan swasta sebanyak 1 orang atau 14,28%, wiraswasta sebanyak 3 orang atau 42,9%, BUMN sebanyak 1 orang atau 14,28%, dan lainnya 2 orang atau 28,54%. Dengan demikian diketahui bahwa mayoritas responden adalah wiraswasta yang memiliki penghasilan cukup untuk melakukan pembelian pada perumahan Tamansari Semarang.

#### 4.5 Distribusi Jawaban Responden

##### 1. Tanggapan Responden Mengenai variabel Harga

Tabel 4.17

Tanggapan Responden Mengenai Variabel Harga

N O	Pernyataan Harga Rumah	STS	TS	RG	S	SS	JML H
1	Sebelum membeli rumah di TMS, harga merupakan pertimbangan utama saya	–	2 2,2 8%	12 17,1 4%	32 45,2 8%	24 34,2 8%	70 100 %
2	Dalam membeli rumah, kesesuaian antara harga dengan fasilitas dan manfaat menjadi pertimbangan saya	–	2 2,8 %	12 17,1 4%	26 37,1 4%	30 42,8 7%	70 100 %
3	Dalam membeli rumah, terlebih dahulu saya membandingkan harga rumah dengan rumah lain yang sejenis	–	-	15 21,4 2%	32 45,7 3%	23 32,8 5%	70 100 %
Jumlah		–	4	39	92	77	212
Rata rata tertimbang		–	2	13	30	25	70

Sumber : Data primer yang diolah, 2012

Dari hasil jawaban responden pada tabel 4.17 menunjukkan bahwa pendapat dari 70 responden terhadap variabel harga dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Jawaban dari 70 responden yang termasuk pada kategori setuju bahwa harga merupakan pertimbangan utama sebelum membeli rumah secara keseluruhan yaitu sebesar 56 responden dan yang masuk pada kategori tidak setuju atau netral secara keseluruhan berjumlah 14
2. Jawaban dari 70 responden yang secara keseluruhan masuk pada kategori setuju bahwa dalam membeli rumah, kesesuaian antara harga dengan fasilitas

dan manfaat menjadi pertimbangan yaitu sebesar 57 responden dan yang masuk pada kategori tidak setuju atau netral secara keseluruhan berjumlah 13 responden.

3. Jawaban dari 70 responden yang termasuk pada kategori setuju bahwa bahwa dalam membeli rumah, terlebih dahulu membandingkan harga rumah dengan rumah lain yang sejenis secara keseluruhan yaitu sebesar 55 responden, dan sisanya yang masuk pada kategori netral atau tidak setuju sebesar 15 responden.
4. Hal ini menunjukkan bahwa indikator harga mampu membangkitkan keinginan anda untuk mengetahui dan lebih dipertimbangkan oleh responden daripada indikator yang lain.
5. Dari jawaban responden tersebut, dapat disimpulkan bahwa responden menyatakan setuju sebanyak 57 responden mengenai kesesuaian antara harga dengan fasilitas dan manfaat yang menjadi salah satu pertimbangan konsumen. Oleh karena itu pengembang harus memperhatikan dari segi harga dengan fasilitas yang disediakan

## 2. **Tanggapan Responden Mengenai variabel Kualitas bangunan**

Pendapat responden tentang variabel kualitas bangunan dapat dilihat pada tabel 4.9 berikut ini

Tabel 4.18  
Tanggapan Responden mengenai Variabel Kualitas bangunan

NO	Pernyataan Kualitas Bangunan	STS	TS	RG	S	SS	Jml
1	Luas bangunan atau lantai menjadi pertimbangan utama saya dalam membeli rumah	-	3 4,28 %	25 34,28 %	22 31,44 %	21 30 %	70 100 %
2	Rumah dengan lantai keramik, beratap genting dan dinding bercat sesuai	1 1,42	5 7,14	27 38,57	13 31,45	15 21,42	70 100

	selera menjadi pertimbangan saya dalam membeli rumah	%	%	%	%	%	%
3	Ketersediaan sambungan listrik dengan watt sesuai kebutuhan menjadi pertimbangan saya dalam membeli rumah	-	8 11,42 %	14 20 %	42 60 %	6 8,59 %	70 100 %
4	rumah yang memiliki sumber air bersih menjadi pertimbangan saya dalam membeli rumah	-	4 5,71	31 44,30	20 28,57	15 21,42	70 100
5	Rumah yang memiliki saluran pembuangan yang baik menjadi pertimbangan saya dalam membeli rumah	-	4 5,71 %	35 50 %	20 28,57 %	11 15,73 %	70 100 %
Jumlah		1	24	132	117	68	342
Rata rata tertimbang		0.20	5	27	24	13.8	70

Sumber : data primer yang diolah, 2012

Dari hasil jawaban responden pada tabel 4.18 menunjukkan bahwa pendapat dari 70 responden terhadap variabel kualitas bangunan dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Jawaban dari 70 responden yang masuk pada kategori setuju bahwa luas bangunan atau lantai menjadi pertimbangan utama dalam membeli rumah secara keseluruhan sebesar 42 responden dan yang termasuk pada kategori tidak setuju atau netral berjumlah 28 responden.
2. Jawaban dari 70 responden yang menyatakan setuju bahwa rumah dengan lantai keramik, beratap genting dan dinding bercat sesuai selera menjadi pertimbangan dalam membeli rumah secara keseluruhan sebesar 28 responden

dan yang termasuk menyatakan tidak setuju atau netral secara keseluruhan berjumlah 42 responden

3. Jawaban dari 70 responden yang secara keseluruhan menyatakan setuju bahwa ketersediaan sambungan listrik dengan watt sesuai kebutuhan menjadi pertimbangan dalam membeli rumah yaitu sebesar 48 responden dan diikuti dengan yang menyatakan tidak setuju atau netral secara keseluruhan berjumlah 22
4. Jawaban dari 70 responden yang termasuk kategori setuju bahwa rumah yang memiliki sumber air bersih menjadi pertimbangan dalam membeli rumah secara keseluruhan sebesar 35 responden dan yang masuk pada kategori tidak setuju atau netral secara keseluruhan berjumlah 35 responden.
5. Jawaban dari 70 responden yang setuju bahwa rumah yang memiliki saluran pembuangan yang baik menjadi pertimbangan dalam membeli rumah secara keseluruhan sebesar 31 responden dan yang tidak setuju atau netral secara keseluruhan berjumlah 39 responden
6. Dari jawaban responden tersebut, dapat disimpulkan bahwa responden menyatakan setuju sebanyak 48 responden mengenai ketersediaan sambungan listrik dengan volt sesuai kebutuhan. Hal ini menunjukkan bahwa indikator kualitas produk juga lebih dipertimbangkan oleh responden.

### 3. Tanggapan Responden Mengenai variabel Lokasi

Pendapat responden tentang variabel lokasi dapat dilihat pada tabel 4.19 berikut ini

Tabel 4.19

#### Tanggapan responden Mengenai Variabel Lokasi

NO	Pernyataan Lokasi Rumah	STS	TS	RG	S	SS	Jmlh
1	Jarak kedekatan lokasi rumah TMS dengan kantor, sekolah dan pusat kota menjadi pertimbangan saya	3	7	31	17	12	70
		4,28	5,71	44,30	24,28	17,14	100
		%	%	%	%	%	%

	dalam membeli rumah						
2	Kemudahan mendapatkan sarana transportasi dari rumah ketempat tujuan menjadi pertimbangan dalam membeli rumah di TMS	-	1 1,42 %	27 38,57 %	27 38,57 %	15 21,42 %	70 100 %
3	Tingkat keamanan lokasi rumah menjadi pertimbangan saya dalam membeli rumah di TMS	-	2 2,85 %	26 37,16 %	21 30 %	21 30 %	70 100 %
Jumlah		3	10	84	65	48	210
Rata rata tertimbang		1	3	28	22	16	70

Sumber : data primer yang diolah, 2012

Dari hasil jawaban responden pada tabel 4.19 menunjukkan bahwa pendapat dari 70 responden terhadap variabel lokasi dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Jawaban dari 70 responden yang termasuk pada kategori setuju bahwa jarak kedekatan lokasi rumah TMS dengan kantor, sekolah dan pusat kota menjadi pertimbangan dalam membeli rumah secara keseluruhan sebesar 29 responden dan yang termasuk pada kategori tidak setuju atau netral secara keseluruhan berjumlah 41 responden
2. Jawaban dari 70 responden yang masuk pada kategori setuju kemudahan mendapatkan sarana transportasi dari rumah ketempat tujuan menjadi pertimbangan dalam membeli rumah di TMS secara keseluruhan sebesar 42 responden dan yang masuk pada ketegori tidak setuju atau netral secara keseluruhan berjumlah 28 responden.
3. Jawaban dari 70 responden yang masuk pada pernyataan setuju bahwa tingkat keamanan lokasi rumah menjadi pertimbangan dalam membeli rumah di TMS secara keseluruhan sebesar 42 responden dan diikuti oleh pernyataan yang termasuk tidak setuju atau netral berjumlah 28 responden.



4. Hal ini menunjukkan bahwa indikator kemudahan mendapatkan transportasi ke rumah dan indicator keamanan lokasi rumah lebih dipertimbangkan oleh 42 responden daripada indikator yang lain.

#### 4. Tanggapan Responden Mengenai Variabel Lingkungan

Pendapat responden tentang variabel lingkungan dapat dilihat pada tabel 4.20 berikut ini

Tabel 4.20  
Tanggapan Responden Mengenai Variabel Lingkungan

NO	Pernyataan Lingkungan Rumah	STS	TS	RG	S	SS	Jmlh
1	Kondisi jalan dan lingkungan yang baik di perumahan menjadi pertimbangan saya dalam membeli rumah di TMS	-	4 5,73 %	30 42,85 %	18 25,71 %	18 25,71 %	70 100 %
2	Penataan bangunan yang terstruktur membuat saya tertarik untuk membeli rumah	1 1,42 %	13 18,59 %	21 30 %	20 28,57 %	15 21,42 %	70 100 %
3	Dalam membeli rumah, ketersediaan tempat ibadah disekitar perumahan menjadi pertimbangan saya dalam membeli rumah d TMS	1 1,42 %	3 4,28 %	24 34,28 %	22 31,45 %	20 28,57 %	70 100 %
4	Adanya ketersediaan sarana olahraga dan rekreasi keluarga menjadi pertimbangan saya dalam membeli rumah	-	5 7,14 %	30 42,87 %	29 41,44 %	6 8,59 %	70 100 %
Jumlah		2	26	85	89	59	261

Rata rata tertimbang	0.5	7	23	23.5	16	70
----------------------	-----	---	----	------	----	----

Sumber : data primer yang diolah, 2012

Dari hasil jawaban responden pada tabel 4.20 menunjukkan bahwa pendapat dari 70 responden terhadap variabel lingkungan dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Jawaban dari 70 responden yang secara keseluruhan menyatakan setuju bahwa kondisi jalan dan lingkungan yang baik di perumahan menjadi pertimbangan dalam membeli rumah di TMS yaitu sebesar 36 responden dan yang secara keseluruhan menyatakan tidak setuju atau netral berjumlah 34 responden.
2. Jawaban dari 70 responden yang masuk pada kategori setuju bahwa penataan bangunan yang terstruktur membuat konsumen tertarik untuk membeli rumah secara keseluruhan sebesar 25 responden dan yang masuk pada kategori tidak setuju atau netral secara keseluruhan berjumlah 45 responden.
3. Jawaban dari 70 responden yang secara keseluruhan menyatakan setuju bahwa dalam membeli rumah, ketersediaan tempat ibadah disekitar perumahan menjadi pertimbangan dalam membeli rumah di TMS yaitu sebesar 42 responden dan sisanya yang secara keseluruhan menyatakan tidak setuju atau netral sebesar 28 responden
4. Jawaban dari 70 responden yang menyatakan setuju bahwa dalam membeli rumah, ketersediaan fasilitas umum disekitar rumah menjadi pertimbangan secara keseluruhan sebesar 35 responden, dan sisanya yang menyatakan tidak setuju atau netral secara keseluruhan sebesar 34 responden.
5. Hal ini menunjukkan bahwa indikator ketersediaan tempat ibadah di lingkungan perumahan mampu membangkitkan keinginan konsumen dan lebih dipertimbangkan oleh responden daripada indikator yang lain

**5. Tanggapan Responden Mengenai variabel Keputusan Pembelian**

Pendapat responden tentang variabel harga dapat dilihat pada tabel 4.21 berikut ini

Tabel 4.21

Tanggapan Responden Mengenai Variabel Keputusan Pembelian

NO	Pernyataan Keputusan Pembelian	STS	TS	RG	S	SS	Jmlh
1	Keinginan saya untuk membeli rumah lebih didasarkan pada kebutuhan saya untuk memiliki rumah dan bukan alternative investasi	-	5 7,14 %	29 41,44 %	23 32,85 %	13 18,57 %	70 100 %
2	Ketelitian dalam mencari informasi merupakan hal yang wajib saya lakukan terlebih dahulu sebelum memutuskan untuk membeli rumah di TMS	-	18 25,71 %	10 14,38 %	27 38,57 %	15 21,42 %	70 100 %
3	Keputusan saya untuk membeli rumah di TMS, berdasarkan hasil kesepakatan bersama dengan pihak keluarga (isuami, istri, orang tua)	-	1 1,42 %	20 28,57 %	27 38,57 %	22 31,44 %	70 100 %
4	saya merasa puas setelah membeli rumah di Tamansari Majapahit Semarang	-	3 4,28 %	24 34,28 %	31 44,30 %	12 17,14 %	70 100 %
Jumlah		-	17	80	101	62	260
Rata rata tertimbang		-	4.5	21.5	27	17	70

Sumber : data primer yang diolah, 2012

Dari hasil jawaban responden pada tabel 4.21 menunjukkan bahwa pendapat dari 70 responden terhadap variable keputusan pembelian dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Jawaban dari 70 responden yang secara keseluruhan menyatakan setuju bahwa keputusan membeli rumah di Perumahan Tamansari Majapahit Semarang bahwa dipengaruhi oleh harga yaitu sebesar 34 responden dan yang secara keseluruhan menyatakan tidak setuju atau netral berjumlah 36 responden.
2. Jawaban dari 70 responden yang secara keseluruhan menyatakan setuju bahwa sebelum memutuskan membeli rumah di Perumahan Tamansari Majapahit Semarang karena dipengaruhi oleh kualitas bangunan yaitu sebesar 36 responden dan sisanya yang secara keseluruhan menyatakan tidak setuju atau netral berjumlah 34 responden.
3. Jawaban dari 70 responden yang masuk pada kategori setuju bahwa sebelum membeli rumah di Perumahan Tamansari Majapahit Semarang karena dipengaruhi oleh lokasi perumahan secara keseluruhan sebesar 49 responden dan yang masuk pada kategori tidak setuju atau netral berjumlah 21 responden.
4. Jawaban dari 70 responden yang secara keseluruhan menyatakan setuju bahwa setelah memutuskan untuk membeli rumah di Perumahan Tamansari Majapahit Semarang karena pengaruh lingkungan yaitu sebesar 42 responden dan sisanya yang menyatakan tidak setuju atau netral berjumlah 28 responden.
5. Dari jawaban responden tersebut, dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian rumah di Perumahan Tamansari Majapahit Semarang di pengaruhi oleh harga, kualitas bangunan, lokasi dan lingkungan.

#### **4.6 Uji Kualitas Instrumen**

Kualitas data yang dihasilkan dari penggunaan instrumen penelitian dianalisis dengan menggunakan pengujian validitas dan reliabilitas.

## 1. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengetahui sah / valid tidak suatu kuesioner, suatu kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Adapun hasil uji validitas dapat ditunjukkan seperti tabel dibawah ini:

### a. Uji Validitas Instrumen Untuk Variabel Kewajaran Harga

Variabel harga terdiri dari 3 indikator yang digunakan dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh hasil yang dapat dilihat pada tabel 4.22 berikut:

Tabel 4.22

Hasil Uji Validitas Variabel Harga

No.	Pertanyaan	$r_{hitung}$	Signifikansi	Keterangan
1	Pertanyaan 1	0,895	0,000	Valid
2	Pertanyaan 2	0,873	0,000	Valid
3	Pertanyaan 3	0,845	0,000	Valid

Sumber : data primer yang diolah tahun 2012

Berdasarkan tabel 4.22 di atas dapat diketahui bahwa signifikansi kurang dari 5%, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan pada variabel harga adalah valid, dengan tingkat signifikansi kurang dari 5%

### b. Uji Validitas Instrumen Untuk Variabel Kualitas Bangunan

Variabel kualitas bangunan terdiri dari 5 indikator yang digunakan dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh hasil yang dapat dilihat pada tabel 4.23 berikut.

Tabel 4.23

Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Bangunan				
No	Pertanyaan	$r_{hitung}$	Signifikansi	Keterangan
1	Pertanyaan 1	0,663	0,000	Valid
2	Pertanyaan 2	0,606	0,000	Valid
3	Pertanyaan 3	0,574	0,000	Valid
4	Pertanyaan 4	0,732	0,000	Valid
5	Pertanyaan 5	0,724	0,000	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah tahun 2012

Berdasarkan tabel 4.23 di atas dapat diketahui bahwa signifikansi kurang dari 5% sehingga dapat disimpulkan seluruh pertanyaan pada variabel kualitas bangunan adalah valid.

**c. Uji Validitas Instrumen Untuk Variabel Lokasi**

Variabel lokasi terdiri dari 3 (tiga) indikator yang digunakan dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh hasil yang dapat dilihat pada tabel 4.24 berikut.

Tabel 4.24  
 Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi

No.	Pertanyaan	$r_{hitung}$	Signifikansi	Keterangan
1	Pertanyaan 1	0.757	0,000	Valid
2	Pertanyaan 2	0.833	0,000	Valid
3	Pertanyaan 3	0.850	0,000	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah tahun 2012

Berdasarkan tabel 4.24. di atas dapat diketahui bahwa signifikansi kurang dari 5% sehingga dapat disimpulkan seluruh pertanyaan pada variabel lokasi adalah valid.

**d. Uji Validitas Instrumen Untuk Variabel Lingkungan**

Variabel lingkungan terdiri dari 4 indikator yang digunakan dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh hasil yang dapat dilihat pada tabel 4.25 berikut:

Tabel 4.25  
 Hasil Uji Validitas Variabel Lingkungan

No.	Pertanyaan	$r_{hitung}$	Signifikansi	Keterangan
1	Pertanyaan 1	0,802	0,000	Valid
2	Pertanyaan 2	0,789	0,000	Valid
3	Pertanyaan 3	0,690	0,000	Valid
4	Pertanyaan 4	0,531	0,000	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah tahun 2012

Berdasarkan tabel 4.25. di atas dapat diketahui bahwa signifikansi kurang dari 5% sehingga dapat disimpulkan seluruh pertanyaan pada variabel lingkungan adalah valid

e. Uji Validitas Instrumen Untuk Variabel Keputusan pembelian

Variabel keputusan pembelian terdiri dari 4 indikator yang digunakan dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh hasil yang dapat dilihat pada tabel 4.26 berikut:

Tabel 4.26  
Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian

No.	Pertanyaan	$r_{hitung}$	Signifikansi	Keterangan
1	Pertanyaan 1	0,671	0,000	Valid
2	Pertanyaan 2	0,740	0,000	Valid
3	Pertanyaan 3	0,445	0,000	Valid
4	Pertanyaan 4	0,443	0,000	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah tahun 2012

Berdasarkan tabel 4.26. di atas dapat diketahui bahwa signifikansi kurang dari 5% sehingga dapat disimpulkan seluruh pertanyaan pada variabel keputusan pembelian adalah valid

## 2. Uji Reliabilitas Instrumen

Reliabel atau handal jika jawaban seseorang adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu untuk mengukur Reliabilitas dengan Uji Statistik *Cronbach.Alpha* ( $\alpha$ ) suatu variabel dikatakan reliabel (handal) jika memiliki nilai *Cronbach Alpha*



lebih besar dari 0,6. Adapun hasil dari pengujian reliabilitas dapat dilihat pada tabel 4.27 berikut:

Tabel.4.27  
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Alpha	Keputusan
Kewajaran Harga	0,841	Reliabel
Kualitas Bangunan	0,675	Reliabel
Lokasi	0,737	Reliabel
Lingkungan	0,671	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,618	Reliabel

Sumber : Data Primer yang diolah tahun 2012

Dari tabel 4.27 menunjukkan bahwa nilai *cronbach alpha instrument* untuk semua variabel penelitian mempunyai nilai *cronbach alpha* > 0,6, sehingga dapat dikatakan bahwa semua instrumen dalam penelitian ini dapat dinyatakan reliabel dan layak digunakan sebagai variabel penelitian. Memiliki nilai *Cronbach Alpha* tertinggi terdapat pada variabel harga yaitu sebesar 0,841 dan nilai alpha terendah sebesar 0,618 terdapat pada variabel keputusan pembelian

### 3. Analisis Regresi Linier berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk memprediksikan nilai dari variabel keputusan pembelian (Y) dengan memperhatikan variabel kewajaran harga (x1), kualitas bangunan (x2), lokasi (x3), dan lingkungan (x4). Hasil analisis diketahui besarnya pengaruh 4 variabel independen (X) terhadap keputusan pembelian (Y) pada tabel di 4.28 berikut :

Tabel 4.28  
 Hasil regresi Linier Berganda

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardize	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.286	1.399		.204	.839		
	Harga	.158	.071	.147	2.246	.028	.978	1.023
	Kualitas Bangunan	.279	.060	.375	4.655	.000	.648	1.542
	Lokasi	.312	.090	.314	3.465	.001	.514	1.946
	Lingkungan	.286	.062	.359	4.627	.000	.699	1.430

a. Dependent Variable:  
 Pembelian

Berdasarkan hasil pengolahan data yang terlihat pada tabel diatas. Kolom kedua pada *Unstandardized Coefficients* bagian B, maka diperoleh persamaan regresi linier berganda yaitu :

$$Y = 286 + 0,158 X_1 + 0,279 X_2 + 0,312 X_3 + 0,286 X_4$$

Persamaan regresi linier berganda tersebut dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Konstanta ( $a$ ) = 286, artinya apabila harga, kualitas bangunan, lokasi dan lingkungan dalam keadaan tetap maka keputusan pembelian konsumen sebesar 286.
2. Pada variable kewajaran harga, nilai koefisien yang dihasilkan sebesar 0,158 positif artinya bahwa nilai harga naik satu satuan maka keputusan pembelian akan mengalami kenaikan sebesar 0,158 dengan syarat variabel lain dianggap konstan
3. Pada variable kualitas bangunan, nilai koefisien yang dihasilkan sebesar 0,279 positif artinya bahwa nilai kualitas bangunan naik satu satuan maka keputusan pembelian akan mengalami kenaikan sebesar 0,279 dengan syarat variabel lain dianggap konstan.
4. Pada variable lokasi, nilai koefisien yang dihasilkan sebesar 0,312 positif artinya bahwa nilai lokasi naik satu satuan maka keputusan pembelian akan mengalami kenaikan sebesar 0,312 dengan syarat variabel lain dianggap konstan
5. Pada variable lingkungan, nilai koefisien yang dihasilkan sebesar 0,286 positif artinya bahwa nilai lingkungan naik satu satuan maka keputusan pembelian akan mengalami kenaikan sebesar 0,158 dengan syarat variabel lain dianggap konstan

Persamaan regresi linier berganda menyatakan bahwa faktor kewajaran harga ( $X_1$ ), kualitas bangunan ( $X_2$ ), lokasi ( $X_3$ ), dan lingkungan ( $X_4$ ) berbanding lurus dengan keputusan pembelian rumah di Perumahan Tamansari Majapahit Semarang.

4. Uji Asumsi Klasik
  - a. Uji Normalitas

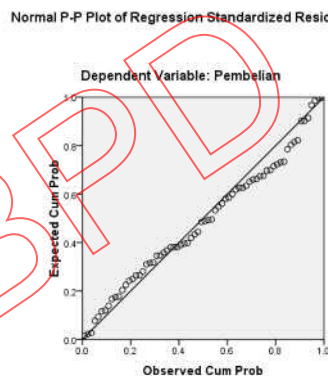
Distribusi Normal akan membentuk satu garis diagonal jika distribusi normal data adalah normal maka garis menggambarkan data. Sesungguhnya akan mengikuti

garis diagonalnya atau dengan kata lain media grafik Histogram dan grafik Normal plot.

- 1) Jika data menyebar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram menunjukkan pola distribusi normal maka model regresi memenuhi asumsi Normalitas.
- 2) Jika data menyebar garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram, maka tidak menunjukkan pola distribusi normal maka model regresi tidak memenuhi asumsi Normalitas.

Adapun dalam penelitian ini pengujian normalitas sebagai berikut:

Gambar 4.3  
Grafik Normal Probability Plot



Berdasarkan gambar 4.3. di atas dapat disimpulkan bahwa seluruh data pada penelitian ini adalah normal karena data mengikuti garis diagonal.

#### b. Hasil Uji Heteroskedastisitas

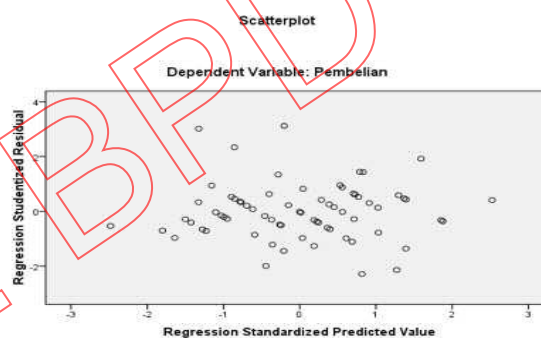
Uji Heteroskedastisitas bertujuan apakah dalam model regresi ketidaksamaan variance dari Residual satu pengamatan kepengamatan yang lain jika variance dari Residual pengamatan yang lain tetap maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda Heteroskedastisitas.

Deteksi ada tidaknya Heteroskedastisitas dapat tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara  $s_{resid}$  dan  $z_{pred}$  dimana sumbu Y yang telah diprediksi dan sumbu X atau residual ( $Y_{prediksi} - Y_{sesungguhnya}$ ) yang telah distudentized, analisisnya

- a) Jika ada pola tertentu seperti titik – titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur lebih gelombang menyebarkan kemudian menyempit maka mengindikasikan telah terjadi *Heteroskedastisitas*.
- b) Jika tidak ada pola yang jelas serta titik–titik yang menyebarkan di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi Heteroskedastisitas.

Pengujian heteroskedastisitas menggunakan software SPSS Versi 16

Gambar 4.4  
Grafik Scatterplot



Berdasarkan gambar 4.4. di atas dapat disimpulkan bahwa variabel pada penelitian ini tidak terkena heteroskedastisitas

c. Uji Multikolinearitas

Model regresi juga tidak diperbolehkan terjadi multikolinearitas yaitu adanya korelasi yang kuat antara variabel independen. Antar variabel independen tidak terjadi multikolinearitas apabila nilai *tolerance value* variabel independen berada di atas 0,1 dan *variance inflation value* atau nilai VIF masing-masing variabel

independen berada di bawah 10. Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada tabel 4.29

Tabel 4.29  
Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel Independen	Tolerance	VIF	Keterangan
Kewajaran Harga	0,978	1,023	Bebas multikolinearitas
Kualitas bangunan	0,648	1,549	Bebas multikolinearitas
Lokasi	0,514	1,946	Bebas multikolinearitas
Lingkungan	0,699	1,430	Bebas multikolinearitas

Nilai tolerance masing-masing variabel independen di atas 0,1 dan nilai VIF di bawah 10, sehingga antar variabel independen harga, kualitas bangunan, lokasi dan lingkungan tidak terjadi multikolinearitas.

#### 4.7 Uji Hipotesis

##### 1. Uji T (Uji Parsial)

Untuk menguji hipotesis penelitian dilakukan dengan uji t (t test). Uji t (t-test) ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh secara parsial (*individu*) variabel-variabel independen (kewajaran harga, kualitas bangunan, lokasi, lingkungan) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian). Dengan dilakukan uji-t ini akan dapat diketahui apakah variabel kewajaran harga, kualitas bangunan, lokasi, dan lingkungan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen yang membeli dan tinggal di perumahan Tamansari Majapahit Semarang.

Tabel 4.30  
Hasil Pengujian Uji – t

Variabel Bebas	T hitung	probabilitas
Kewajaran Harga	2.246	0,028
Kualitas Bangunan	4.655	0,000
Lokasi	3.465	0,001
Lingkungan	4.627	0,000

Pengujian hipotesis tersebut dapat diuraikan sebagai berikut :

- a. Uji Hipotesis Pengaruh Harga ( $X_1$ ) Terhadap Keputusan Pembelian rumah di Perumahan Tamansari Majapahit Semarang secara parsial

Dikemukakan hipotesis :

$H_0 : \beta_1 = 0$ , Variabel semakin wajarnya suatu harga maka tidak berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian rumah di Perumahan Tamansari Majapahit Semarang

$H_a : \beta_1 > 0$ , Variabel semakin wajarnya suatu harga maka semakin berpengaruh positif terhadap variabel keputusan pembelian rumah di Perumahan Tamansari Majapahit Semarang.

Berdasarkan tabel 4.30 menunjukkan tingkat signifikansi sebesar 0,028 ( $< 0,05$ ). Ini berarti bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya bahwa harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian rumah di Perumahan Tamansari Majapahit Semarang secara parsial.

- b. Uji Hipotesis Pengaruh Kualitas Bangunan ( $X_2$ ) Terhadap Keputusan Pembelian rumah di Perumahan Tamansari Majapahit Semarang secara parsial

Dikemukakan hipotesis :

Ho :  $\beta_i = 0$ , Variabel kualitas bangunan tidak berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian rumah di Perumahan Tamansari Majapahit Semarang

Ha :  $\beta_i > 0$ , Variabel kualitas bangunan berpengaruh positif terhadap variabel keputusan pembelian rumah di Perumahan Tamansari Majapahit Semarang.

Berdasarkan tabel 4.30 menunjukkan signifikansi sebesar 0,000 ( $<0,05$ ). Ini berarti bahwa Ho ditolak dan Ha diterima, artinya bahwa kualitas bangunan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian rumah di Perumahan Tamansari Majapahit Semarang secara parsial.

- c. Uji Hipotesis Pengaruh Lokasi ( $X_3$ ) Terhadap Keputusan Pembelian rumah di Perumahan Tamansari Majapahit Semarang secara parsial

Dikemukakan hipotesis :

Ho :  $\beta_i = 0$ , Variabel lokasi tidak berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian rumah di Perumahan Tamansari Majapahit Semarang

Ha :  $\beta_i > 0$ , Variabel lokasi berpengaruh positif terhadap variabel keputusan pembelian rumah di Perumahan Tamansari Majapahit Semarang.

Berdasarkan tabel 4.30 menunjukkan tingkat signifikansi sebesar 0,001 ( $<0,05$ ). Ini berarti bahwa Ho ditolak dan Ha diterima, artinya bahwa lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian rumah di Perumahan Tamansari Majapahit Semarang secara parsial.



- d. Uji Hipotesis Pengaruh Lingkungan ( $X_4$ ) Terhadap Keputusan Pembelian rumah di Perumahan Tamansari Majapahit Semarang secara parsial

Dikemukakan hipotesis :

$H_0 : \beta_i = 0$ , Variabel lingkungan tidak berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian rumah di Perumahan Tamansari Majapahit Semarang

$H_a : \beta_i > 0$ , Variabel lingkungan berpengaruh positif terhadap variabel keputusan pembelian rumah di Perumahan Tamansari Majapahit Semarang.

Berdasarkan tabel 4.30 menunjukkan tingkat signifikansi sebesar 0,000 ( $< 0,05$ ). Ini berarti bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya bahwa lingkungan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian rumah di Perumahan Tamansari Majapahit Semarang secara parsial.

## 2. *Goodnes Of Fit* (Uji F)

Dalam melakukan uji F, parameter yang digunakan adalah dengan membandingkan nilai signifikansi  $< 0,05$ . Adapun kriteria pengujian uji t adalah sebagai berikut :

- a. Jika  $Sig < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima berarti ada pengaruh signifikan variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen.
- b. Jika  $Sig > 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak berarti tidak ada pengaruh signifikan variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen.

Pengujian pengaruh variabel bebas secara simultan dilakukan dengan uji F dengan hasil yang dapat dilihat pada tabel 4.31 berikut.

Tabel 4.31  
Nilai Uji F

ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	224.479	4	56.120	43.166	.000 <sup>a</sup>
	Residual	84.507	65	1.300		
	Total	308.986	69			

a. Predictors: (Constant), Lingkungan, Harga, Kualitas Bangunan, Lokasi

b. Dependent Variable: Pembelian

Berdasarkan tabel 4.31 menunjukkan hasil perhitungan uji F diperoleh nilai F-hitung sebesar 43.166 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 ( $<0,05$ ). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kewajaran harga, kualitas bangunan, lokasi, dan lingkungan berpengaruh signifikan secara simultan atau bersama-sama terhadap keputusan pembelian rumah di Perumahan Tamansari Majapahit Semarang.

### 3. Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel bebas dalam menerangkan variabel terikat. Nilai determinasi ditentukan dengan nilai Adjusted R Square

Tabel 4.32

#### Nilai Koefisien Determinasi

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.852 <sup>a</sup>	.727	.710	1.140	1.745

a. Predictors: (Constant), Lingkungan, Harga, Kualitas Bangunan, Lokasi

b. Dependent Variable: Pembelian

Berdasarkan hasil perhitungan regresi, diperoleh nilai Koefisien Determinasi yang disesuaikan (adjusted R<sup>2</sup>) adalah 0,710 artinya 71 persen variasi dari semua variabel bebas (harga, kualitas bangunan, lokasi dan lingkungan) dapat menerangkan variabel keputusan pembelian, sedangkan sisanya sebesar 29 persen diterangkan oleh variabel lain yang tidak diajukan dalam penelitian ini seperti : (a) faktor sosial, budaya ; (b) faktor referensi (misal keluarga, teman) ;(c) faktor psikologis(motivasi, sikap, kebudayaan, persepsi). (I wayan,2006)

#### 4.9 Pembahasan

Penelitian ini dilakukan untuk mengungkapkan pengaruh faktor kewajaran suatu harga, kualitas bangunan, lokasi, dan lingkungan terhadap keputusan pembelian rumah di Perumahan Tamansari Majapahit Semarang. Dari hasil analisis yang dilakukan menunjukkan hasil-hasil sebagai berikut :

##### 1. Pengaruh kualitas bangunan terhadap keputusan pembelian

Hasil uji hipotesis membuktikan bahwa kualitas bangunan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. ini dapat dibuktikan dari nilai uji – t sebesar 4.655 dengan sig. 0,000. Fenomena kualitas bangunan yang salah satunya merupakan desain bangunan tema arsitektur perumahan memang menjadi tren yang berkembang pesat pada saat ini, hingga masing–masing perumahan selalu tampil dengan desain bangunan tema tertentu untuk mengembangkan lingkungannya (Dewa Nyoman, 2005:74). Faktor kualitas bangunan merupakan unsur penting yang mampu mempengaruhi keputusan pembelian. Hasil penelitian ini sama dengan Dahmiri (2008) yang menyatakan bahwa kualitas bangunan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Pertimbangan memiliki rumah yang dibangun dengan kualitas bahan baku yang baik, memiliki saluran air bersih, listrik hingga pembuangan yang baik merupakan hal yang sangat dipikirkan oleh konsumen. Bagi pengembang, tetap menggunakan bahan baku bangunan yang berkualitas sehingga kekokohan dari bangunan rumah tersebut tetap terjaga.

##### 2. Pengaruh lingkungan terhadap keputusan pembelian

Hasil uji hipotesis membuktikan bahwa lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. ini dapat dibuktikan dari nilai uji – t sebesar 4.627 dengan sig. 0,000. Sesuai dengan pengertian UU No 4 tahun 1982 mengenai lingkungan adalah kemampuan untuk mendukung perikehidupan manusia dan makhluk hidup lainnya. Faktor lingkungan merupakan faktor penting yang mampu mempengaruhi keputusan pembelian rumah. Dengan adanya berbagai

fasilitas umum mulai sarana olahraga, kolam renang, track jogging hingga tempat ibadah merupakan hal-hal yang mampu menarik minat konsumen dan sebaiknya dari pihak pengembang harus lebih mengetahui kebutuhan dan keinginan calon konsumennya sehingga calon konsumen yang hendak membeli rumah akan tertarik untuk membeli unit rumah di perumahan tersebut. Hasil penelitian ini sama dengan Adib Abadi (2001) yang menyebutkan bahwa faktor lingkungan merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi keputusan pembelian rumah.

### 3. Pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian

Hasil uji hipotesis membuktikan bahwa lokasi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. ini dapat dibuktikan dari nilai uji - t sebesar 3.465 dengan sig. 0,001. Salah satu hal yang banyak dibahas dalam teori lokasi adalah pengaruh jarak terhadap intensitas orang bepergian dari satu lokasi ke lokasi lainnya. Dengan asumsi bila jarak tempuh lokasi perumahan bertambah jauh dengan pusat kota atau kantor akan berpengaruh pada keputusan pembelian. Selain itu, ketersediaan sarana penghubung (transportasi umum) bagi sebagian konsumen pastinya akan tetap di butuhkan pada saat pemilik rumah tidak dapat menggunakan kendaraan pribadinya dan untuk tingkat keamanan lokasi perumahan merupakan hal yang juga dipertimbangkan konsumen. Hasil penelitian ini sama dengan Mulyo Budi S (2009) yang menyatakan bahwa lokasi mampu mempengaruhi keputusan pembelian. Dalam hal ini, kedepannya pengembang perlu memperhatikan pemilihan lokasi perumahan bila hendak ingin membangun perumahan yang baru.

### 4. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian

Hasil uji hipotesis membuktikan bahwa semakin wajarnya suatu harga maka semakin berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. ini dapat dibuktikan dari nilai uji - t sebesar 2.246 dengan sig. 0,028. Harga adalah penilaian kewajaran, ketepatan, atau kelayakan yang dibuat pelanggan berdasarkan pengalaman-pengalaman pelanggan lainnya. (Xia et al dalam Herman et al (2007)

dalam Marina 2009). Dimana alasan seseorang mempertimbangkan faktor harga karena hal tersebut berkaitan dengan pendapatan mereka. Selain itu, kesesuaian harga dengan produk juga menjadi pertimbangan konsumen yang memiliki persepsi berbeda mengenai harga. Bagi sebagian konsumen yang lebih mementingkan kesesuaian, bahwa dengan mengeluarkan uang yang lebih besar bila manfaat produk yang akan diperoleh konsumen sebanding maka pengorbanan tersebut merupakan suatu pengeluaran yang pantas. Hasil penelitian ini sama dengan Dahmiri (2008) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

STIE BPD Jateng

## **BAB V**

### **KESIMPULAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Pada bab ini disajikan kesimpulan dari penelitian mengenai pengaruh kewajaran harga, kualitas bangunan, lokasi dan lingkungan terhadap keputusan pembelian rumah di Perumahan Tamansari Majapahit Semarang dan saran-saran yang diharapkan dapat memberikan manfaat bagi PT Wika Realty

Dari hasil pengolahan data, pengujian hipotesis, analisis dan pembahasan hasil penelitian mengenai pengaruh kewajaran harga, kualitas bangunan, lokasi dan lingkungan terhadap keputusan pembelian rumah di Perumahan Tamansari Majapahit Semarang dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Semakin wajarnya harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian rumah di Perumahan Tamansari Majapahit Semarang.
2. Kualitas bangunan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian rumah di Perumahan Tamansari Majapahit Semarang.
3. Lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian rumah di Perumahan Tamansari Majapahit Semarang.
4. Lingkungan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian rumah di Perumahan Tamansari Majapahit Semarang.
5. Variabel kewajaran harga (X1), kualitas bangunan (X2), lokasi (X3), dan lingkungan (X4) secara bersama sama mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian rumah di Perumahan Tamansari Majapahit Semarang. Hal ini dapat dilihat pada F hitung sebesar 43.166.

dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 ( $<0,05$ ). Serta koefisien korelasi R sebesar 0,710 dan koefisien determinasi ganda (R squared) sebesar 0,727

## 5.2 Keterbatasan Penelitian

Selama melakukan proses penelitian, peneliti menemukan keterbatasan penelitian, sehingga hasil penelitian yang dicapai belum menunjukkan hasil yang maksimal. Adapun beberapa keterbatasan penelitian adalah:

1. Penelitian ini hanya berfokus untuk menguji beberapa variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian, terutama yang berkaitan dengan keputusan pembelian konsumen pada perumahan yang meliputi kewajaran harga, kualitas bangunan, lokasi dan lingkungan.
2. Penelitian ini hanya dilakukan pada lokasi Perumahan Tamansari Majapahit Semarang dengan segmen pasar menengah atas yang terletak di Jalan Majapahit.
3. Dalam penelitian ini  $R^2$  sebesar 71% dan sisanya sebesar 29% yang di pengaruhi oleh faktor lainnya diluar dari penelitian.

## 5.3 Saran

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dalam penelitian ini, dapat dikemukakan saran-saran sebagai berikut:

1. Untuk lebih merangsang keputusan pembelian konsumen perumahan, sebaiknya pengembang yang bersangkutan mampu memahami kebutuhan dan keinginan calon konsumennya di kemudian hari.
2. Sebaiknya kepada pengembang untuk tetap memberikan perhatian dan penanganan yang baik pada setiap keluhan konsumen pasca pembelian rumah, sehingga keluhan tersebut dapat segera diatasi dan kepuasan konsumen terus terjaga



3. Sebagai bentuk pengembangan dalam penelitian maka perlu menambah variabel-variabel lain yang diduga juga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian seperti variabel psikologis yang meliputi motivasi, sikap, persepsi dan budaya
4. Sebagai bentuk pengembangan dalam penelitian ini maka perlu diadakan penelitian serupa dengan lokasi yang berbeda di perumahan lainnya dengan mengangkat segmen pasar yang berbeda.

#### **5.4 Implikasi Manajerial**

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

1. Kualitas bangunan merupakan faktor yang dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Konsumen yang memiliki pendidikan tinggi, lebih menyukai pemakaian bahan baku bangunan yang berkualitas pada perumahannya. Sebagian konsumen berfikir bahwa ketahanan, kekokohan rumah hingga memiliki saluran pembuangan yang baik merupakan hal yang utama menjadi perhatian dan pertimbangan untuk membeli rumah. Berdasarkan hal ini, pengembang hendaknya tetap mempertahankan penggunaan bahan baku yang berkualitas baik pada produknya terlebih rumah yang di bangun pada Perumahan Tamansari Majapahit Semarang di peruntukan bagi segmen menengah atas dan ini menjadikan poin penting yang tetap harus dipertahankan oleh pengembang.
2. Dengan diketahuinya faktor lingkungan mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian rumah di Perumahan Tamansari Majapahit Semarang, maka hal ini mencerminkan bahwa faktor ketersediaan infrastruktur menyangkut aspek kondisi lingkungan merupakan faktor yang juga

menentukan dalam pembelian rumah. Dimana aspek ini dipengaruhi mulai dari tata bangunan pribadi, keindahan tata bangunan, pola lingkungan dan keamanan, kebersihan umum, keindahan ruang terbuka, kelengkapan fasilitas pendukung hingga sarana prasarana umum tempat beribadah di hadirkan di sekitar lokasi perumahan. Dengan adanya kelengkapan dari sarana umum diharapkan mampu mempengaruhi persepsi konsumen, sehingga dapat merangsang pembelian rumah pada perumahan ini. Hendaknya pengembang dalam hal ini juga lebih memperhatikan lagi untuk dapat tetap terus bertahan dalam persaingan pasar property yang semakin ketat.

3. Faktor lokasi menjadi pertimbangan konsumen pada penelitian ini. Adanya persepsi yang berbeda dari konsumen mengenai lokasi perumahan yang baik, bebas banjir dan akses menuju rumah tidak terhalang oleh kemacetan kota yang dalam hal ini lebih mempengaruhi keputusan pembelian dari konsumen. Pengembang dapat terus melebarkan sayapnya, untuk dapat terus membangun perumahan di kawasan baru yang bebas banjir dengan kemudahan akses menuju pusat kota.
4. Kewajaran harga merupakan faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Dalam hal ini, konsumen berfikir mengenai persepsi harga yang berbeda dimana konsumen berpendapat bahwa selama konsumen memperoleh manfaat yang lebih atas kepemilikan rumah di lingkungan perumahan tersebut dengan nilai investasi dimasa depan maka harga tersebut bernilai wajar, pengembang dapat terus melakukan strateginya dengan memberikan harga yang wajar dan bersaing kepada calon konsumennya. Memberikan diskon, promo khusus serta hadiah yang nantinya dapat diperoleh calon konsumen, hal ini juga mampu menarik minat beli konsumen untuk membeli rumah di Tamansari Majapahit Semarang.

## Daftar Pustaka

- Adib Abadi (2007), "Menuju Lingkungan Perumahan Perkotaan Yang Berkualitas: Belajar dari Fenomena Kekosongan Perumahan Menengah Kebawah," Bandung
- Anoraga, Pandji (2003), *Pengantar Bisnis Pengelolaan Bisnis Era Global*, Semarang
- Adrian Sutawijaya (2004), "Analisis Faktor Faktor Yang mempengaruhi Nilai Tanah Sebagai Dasar penilaian Nilai Jual Obyek Pajak (NJOP) PBB di Kota Semarang", *Jurnal Ekonomi Pembangunan* Vol 9 No.1
- Arikunto, Suharsimi, (2006). *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. Cetakan Ketiga belas. Jakarta. PT.Rineka Cipta.
- Amborowati, Armadyah (2009), "Sistem Penunjang Keputusan Pemilihan Perumahan dengan Metode APH Menggunakan Experd Choice" *Jurnal STMIK AMIKOM*, Yogyakarta
- Anonim, UU No 4 Tahun 1992 Tentang Perumahan dan Pemukiman
- Anonim, UU No. 1 Tahun 2011 Tentang Perumahan dan Kawasan Pemukiman
- Badrudin, Rudy (1999) *Pengembangan Wilayah Provinsi DIY (Pendekatan Teoritis)*, JEP Vol.4 no 2, Yogyakarta
- Bappeda (2009), *Indikator Kesejahteraan Rakyat Kota Semarang*, Semarang
- Brahmanto, Yudhi (2000), *Pengaruh Karakteristik Pembeli Unit Rumah di Perumahan Graha Famili*.
- Dahmiri (2008), " Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Membeli Perumahan Griya Kembar Lestari Kota Lampung", *Jurnal* Vol.94 ISSN: 0854/8986

Dahlan Saleh, Sakhrul (2007), *Kajian Kualitas Bangunan Rumah Pondokan terhadap Kenyamanan Huni Berdasarkan Persepsi Penghuni di Permukiman Sekitar Kampus Hasanudin*. Makasar

Engel F, James, dkk (1994), *Perilaku Konsumen*, PT. Binarupa Aksar, Jakarta

Firdaus, Muhammad. (2004). *Ekonometrika Suatu Pendekatan Aplikatif*, Jakarta : Bumi Aksara

Gunawan (2007), *Akutansi Real Estate dan Analisis Atas Distorsi Akutansi yang Ditimbulkannya*, Vol.1 No.2 ISSN: 145/154

Ghozali, Imam, (2006). *Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: UNDIP.

I Wayan Muka, IGA. Adnyana Putra dan Gede Astawa Diputra (2006), “*Analisis Sikap dan Perilaku Konsumen dalam Memilih Rumah Sederhana Sehat (RSH) pada PT. Bali Karisma Pratama*,” *Jurnal Ilmiah teknik sipil* Vol.10 no2

Kuncoro, Mudrajat (2003), *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*, Penerbit Erlangga

Kotler, Philip dan Gary Armstrong, (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 2, Edisi Keduabelas, Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Keduabelas. Jakarta. Erlangga. 2008.

Lamb, Charles W, Joseph F. Hair dan Carl McDaniel. *Pemasaran*. Buku 1. Edisi Pertama. Jakarta. Salemba Empat. 2001.

Mulyo Budi (2009), *Analisis Permintaan Rumah Sederhana Di Kota Semarang*, JBE Vol. 16 No. 2 ISSN: 1412/3126, Semarang

Mustafid (2009), *Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pembelian Rumah Sederhana di Bandar Lampung*, *Jurnal Bisnis & Manajemen* Vol.6 no.1, Lampung

Muh, Dimiyati (2010), “*Mengatasi Backlog Perumahan bagi masyarakat*” Kamenpera

Mowen, John C. dan Michael Minor. *Perilaku Konsumen*. Jilid I. Edisi Kelima. Jakarta. Erlangga. 2002.

Martono, Dwi N et al (2009), "*Kajian Spesial Kualitas Kesehatan Lingkungan Perumahan (Studi Kasus: Kabupaten Bekasi)*" Jurnal Peneliti Pusat Pengembangan dan Teknologi Pengindraan Jauh LAPAN, IPB

Marina (2009), *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Jasa dan Kewajaran Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Bengkel Honda Jakarta Center*, DeReMa Jurnal Manajemen Vol. 4 No. 1

Nyoman,Dewa (2005), "*Penerapan Konsep Tri Hita Karana Dalam Perencanaan Perumahan di Bali,*" Jurnal Pemukiman Natah Vol 3 No 2, Bali

Rini Puspitasari, Cristiana (2007), "*Dampak Ekonomi Pembangunan Perumahan Casa Grande di Kabupaten Sleman*", Vol. 1 No 2, Yogyakarta

Rolen (2007), *Peran Kelompok Acuan dan Keluarga Terhadap Proses Keputusan Membeli*, Business and Managemen Journal Bunda Mulia, Vol.3 No.2

Sugiyono, (2005). *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan kedelapan. Bandung. CV.Alfabeta.

Stanton, W.J., M.J. Etzel, dan B.J. Walker (1992) *Fundamentals of Marketing*. Tenth edition, MCGraw-Hill Inc., New York.

Subagya, Joko (2005), *Hukum Lingkungan Masalah dan Penanggulangannya*. Jakarta. PT. Asdi Mahasatya

Tedjakusuma, Ritawati, Sri Hartini, Muryani (2001), "*Analisis Faktor Yang mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Air Minum Mineral di Kotamadya Surabaya*", Jurnal Penelitian Dinamika Sosial Vol.2 No.3, Surabaya

Timoticin Kuwanda, et al. (2001), *Analisis Kepuasan Penghuni Perumahan Sederhana di Denpasar Berdasarkan Faktor lokasi, Prasarana, Kualitas Bangunan, desain dan Harga*. Jurnal Dimensi Teknik arsitektur Vol.29 No.2

[www.wikarealty.com](http://www.wikarealty.com)

[www.google.com](http://www.google.com)

[www.kompas.com](http://www.kompas.com)

[www.propertykita.com](http://www.propertykita.com)

Kepada :

Yth. Bapak/Ibu/Sdr/Sdri Responden

Di tempat

Dengan hormat,

Sehubungan dengan penelitian yang akan saya lakukan sebagai syarat menempuh ujian Sarjana di STIE Bank BPD Jateng dengan judul Pengaruh Faktor Kewajaran Harga, Kualitas Bangunan, Lokasi dan Lingkungan terhadap Keputusan Pembelian Rumah di Perumahan Tamansari Majapahit Semarang, maka ditengah kegiatan Bapak/Ibu/Sdr/Sdri, saya meminta kesediaanya untuk membantu saya dengan memberikan jawaban dari koesioner berikut ini.

Bapak/Ibu/Sdr/Sdri dapat memberikan jawaban sesuai dengan keadaan yang sebenarnya, hasil kuesioner ini dipergunakan untuk kepentingan penelitian saya, oleh karena itu jawaban yang diberikan akan dirahasiakan oleh peneliti dan tidak ada jawaban yang benar atau salah karena semua jawaban mengukur tingkat pendapat anda.

Kesediaan bapak/ibu/sdr/sdri merupakan bantuan yang sangat besar artinya bagi tercapainya tujuan penelitian ini, dan saya menghargai setiap jawaban yang diberikan.

Atas perhatian, bantuan dan kesediaannya dalam mengisi koesioner ini, saya mengucapkan banyak terima kasih .

Hormat saya,

Peneliti

STIE BPD Jateng

**I. PROFIL RESPONDEN**

1. Nama : Jenis Kelamin : L / P
2. Alamat:
3. Usia :
- a. 17 – 25 tahun
  - b. 26 – 30 tahun
  - c. 31 – 40 tahun
  - d. 41 – 50 tahun
  - e.  $\geq$  50 tahun (sebutkan).....
4. Pendidikan Terakhir:
- a. SMP/MTS
  - b. SMA / MA
  - c. Diploma
  - d. Sarjana
  - e. Lainnya (sebutkan) .....
5. Pekerjaan:
- a. PNS
  - b. Wiraswasta
  - c. Karyawan swasta
  - d. BUMN
  - e. Lainnya (Sebutkan).....
6. Status Perkawinan
- a. Belum Kawin
  - b. Kawin

NO RESPODEN



### Petunjuk Pengisian Kuisisioner

Dalam pernyataan berikut ini, Bp/ibu dimohon memberikan pendapat tentang sejauh mana pernyataan itu sesuai realita, melalui penilaian 1-5 pada kolom yang sudah tersedia. Penilaian dengan cara memberi tanda check (✓), dengan ketentuan nilai 1 berarti sangat tidak setuju, sedangkan 5 menggambarkan sangat setuju.

- 1 = Sangat tidak setuju      4 = Setuju  
2 = Tidak setuju              5 = Sangat setuju  
3 = Ragu - ragu

#### 1. Kuisisioner terhadap kewajaran harga

NO	Pernyataan kuisisioner untuk Harga Rumah	STS	TS	RG	S	SS
1	Sebelum membeli rumah di TMS, harga merupakan pertimbangan utama saya					
2	Dalam membeli rumah, kesesuaian antara harga dengan fasilitas dan manfaat menjadi pertimbangan saya					
3	Dalam membeli rumah, terlebih dahulu saya membandingkan harga rumah dengan rumah lain yang sejenis					

#### 2. Kuisisioner terhadap kualitas bangunan

NO	Pernyataan kuisisioner untuk Kualitas Bangunan	STS	TS	RG	S	SS
1	Luas bangunan atau lantai menjadi pertimbangan utama saya dalam membeli rumah					
2	Rumah dengan lantai keramik, beratap genting dan dinding bercat sesuai selera menjadi pertimbangan saya dalam membeli rumah					
3	Ketersediaan sambungan listrik dengan watt sesuai kebutuhan menjadi pertimbangan saya dalam membeli rumah					
4	rumah yang memiliki sumber air bersih menjadi pertimbangan saya dalam membeli rumah					
5	Rumah yang memiliki saluran pembuangan yang baik					

	menjadi pertimbangan saya dalam membeli rumah					
--	---	--	--	--	--	--

### 3. Kuesioner terhadap lokasi

NO	Pernyataan kuesioner untuk Lokasi Rumah	STS	TS	RG	S	SS
1	Jarak kedekatan lokasi rumah TMS dengan kantor, sekolah dan pusat kota menjadi pertimbangan saya dalam membeli rumah					
2	Kemudahan mendapatkan sarana transportasi dari rumah ketempat tujuan menjadi pertimbangan dalam membeli rumah di TMS					
3	Tingkat keamanan lokasi rumah menjadi pertimbangan saya dalam membeli rumah di TMS					

### 4. Kuesioner terhadap lingkungan

NO	Pernyataan kuesioner untuk Lingkungan Rumah	STS	TS	RG	S	SS
1	Kondisi jalan dan lingkungan yang baik di perumahan menjadi pertimbangan saya dalam membeli rumah di TMS					
2	Penataan bangunan yang terstruktur membuat saya tertarik untuk membeli rumah					
3	Dalam membeli rumah, ketersediaan tempat ibadah disekitar perumahan menjadi pertimbangan saya dalam membeli rumah di TMS					
4	Adanya ketersediaan sarana olahraga dan rekreasi keluarga menjadi pertimbangan saya dalam membeli rumah					

### 5. Kuesioner terhadap keputusan pembelian

NO	Pernyataan kuesioner untuk Keputusan Pembelian	STS	TS	RG	S	SS
1	Keinginan saya untuk membeli rumah lebih didasarkan pada kebutuhan saya untuk memiliki rumah dan bukan alternative investasi					
2	Ketelitian dalam mencari informasi merupakan hal yang wajib saya lakukan terlebih dahulu sebelum memutuskan untuk membeli rumah di TMS					
3	Keputusan saya untuk membeli rumah di TMS, berdasarkan hasil kesepakatan bersama dengan pihak					

	keluarga (suami, istri, orang tua)					
--	------------------------------------	--	--	--	--	--

No	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Status Perkawinan	Pendidikan	Pekerjaan
----	------	---------------	------	-------------------	------------	-----------

STIE BPD Jateng

4	saya merasa puas setelah membeli rumah di Tamansari Majapahit Semarang					
---	--	--	--	--	--	--

1	Cintya	Perempuan	40	Menikah	Lainnya	Lainnya
2	Juhedy S	Laki-laki	30	Menikah	Sarjana	BUMN
3	Hendro W.	Laki-laki	30	Menikah	Sarjana	Wiraswasta
4	Harsono	Laki-laki	40	Menikah	Lainnya	Lainnya
5	Santi Astari	Perempuan	30	Menikah	Sarjana	Lainnya
6	Lia Aprianti	Perempuan	30	Menikah	Sarjana	Karyawan Swasta
7	Ngawijan	Laki-laki	40	Menikah	SMA	Karyawan Swasta
8	Fadila A.	Perempuan	25	Belum Menikah	SMA	Lainnya
9	Heny	Perempuan	33	Menikah	Diploma	Wiraswasta
10	Ronna	Perempuan	30	Menikah	Diploma	Lainnya
11	Peni	Perempuan	40	Menikah	Sarjana	Karyawan Swasta
12	Yenny Kosasi	Perempuan	40	Menikah	Sarjana	Lainnya
13	Irwan Afif	Laki-laki	30	Belum Menikah	Sarjana	Wiraswasta
14	Vemilya Retno G.	Perempuan	30	Menikah	Sarjana	Lainnya
15	Hendi Wicaksono	Laki-laki	40	Menikah	Sarjana	Karyawan Swasta
16	Eddy Subagiyo	Laki-laki	55	Menikah	Sarjana	Karyawan Swasta
17	Dhian	Perempuan	30	Menikah	Diploma	Lainnya
18	Intan	Perempuan	20	Menikah	Sarjana	Lainnya
19	Benedita Juliana	Perempuan	27	Belum Menikah	Lainnya	Karyawan Swasta
20	Endang Agustyawati	Perempuan	40	Menikah	Sarjana	PNS
21	Endah Rahmawati	Perempuan	40	Menikah	Diploma	Karyawan Swasta
22	Ricky F	Laki-laki	40	Menikah	Sarjana	Karyawan Swasta
23	Elvi Mulyani	Perempuan	40	Menikah	Sarjana	BUMN
24	Tuti Wardani	Perempuan	40	Menikah	Diploma	Lainnya
25	Ayub Basas	Laki-laki	40	Menikah	Lainnya	Lainnya
26	Fajar	Laki-laki	60	Menikah	Lainnya	Lainnya
27	Erma Setyawati	Perempuan	30	Menikah	Sarjana	Karyawan Swasta
28	Marjoko	Laki-laki	40	Menikah	Sarjana	BUMN
29	Afif Firmansyah	Laki-laki	30	Menikah	Sarjana	BUMN
30	Soni Jatmiko	Laki-laki	30	Menikah	Diploma	Wiraswasta
31	Sudiro	Laki-laki	40	Menikah	Sarjana	Wiraswasta
32	Akhmad Sidiq	Laki-laki	30	Menikah	Diploma	Karyawan Swasta
33	Dicky Haris	Laki-laki	30	Menikah	Sarjana	Karyawan Swasta
34	Suyoso Santoso	Laki-laki	40	Menikah	Sarjana	Karyawan Swasta
35	Huda Adiyasa	Laki-laki	30	Menikah	Diploma	Wiraswasta
36	Adriano Bima	Laki-laki	40	Menikah	Sarjana	Wiraswasta
37	Doni S.	Laki-laki	40	Menikah	Sarjana	PNS
38	Niko Prabowo	Laki-laki	30	Menikah	Diploma	Wiraswasta

39	Sukandi	Laki-laki	40	Belum Menikah	Sarjana	BUMN
40	Rudi Sugiono	Laki-laki	40	Menikah	Sarjana	BUMN
41	Dian Mayangsari	Perempuan	33	Menikah	Sarjana	Wiraswasta
42	Aziza	Perempuan	28	Menikah	Diploma	Wiraswasta
43	Novi Herlina	Perempuan	40	Menikah	Diploma	PNS
44	Riana Sari	Perempuan	35	Menikah	Diploma	Lainnya
45	Fani Indriyani	Perempuan	42	Menikah	Diploma	Karyawan Swasta
46	Erna	Perempuan	30	Menikah	Sarjana	Karyawan Swasta
47	Indri Yulianingrum	Perempuan	40	Menikah	Sarjana	Karyawan Swasta
48	Estika Ayu	Perempuan	30	Menikah	Sarjana	Lainnya
49	Vera Widiasih	Perempuan	40	Belum Menikah	Lainnya	Karyawan Swasta
50	Pramesti Wulandari	Perempuan	30	Menikah	Diploma	Wiraswasta
51	Yen Yen	Laki-laki	40	Menikah	SMA	Karyawan swasta
52	Arief Kurniawan	Laki-laki	40	Menikah	Sarjana	Karyawan Swasta
53	Bambang Sutikno	Laki-laki	40	Menikah	Sarjana	Karyawan Swasta
54	Setyadi Raharjo	Laki-laki	30	Menikah	Sarjana	Karyawan Swasta
55	Timbul Hari P	Laki-laki	30	Belum Menikah	Sarjana	Karyawan Swasta
56	Agung Setiawan	Laki-laki	30	Menikah	Sarjana	Karyawan Swasta
57	Suharyo	Laki-laki	50	Menikah	SMA	POLRI
58	Rudi Sugiarto	Laki-laki	40	Menikah	Diploma	Wiraswasta
59	Andi Wibowo	Laki-laki	30	Menikah	Diploma	Wiraswasta
60	Reni H.	Perempuan	30	Menikah	Sarjana	Karyawan Swasta
61	Tyas Uripmi	Perempuan	40	Menikah	Diploma	Lainnya
62	Eni Sulistiyanti	Perempuan	30	Belum Menikah	Sarjana	BUMN
63	Susy S.	Perempuan	30	Menikah	Sarjana	Lainnya
64	Diah K.S	Perempuan	30	Menikah	Sarjana	Wiraswasta
65	Jessica	Perempuan	30	Menikah	Diploma	Karyawan Swasta
66	Maria Septiani	Perempuan	30	Menikah	Sarjana	Lainnya
67	Yudi	Laki-laki	30	Menikah	Sarjana	BUMN
68	Indra Prayogo	Laki-laki	30	Menikah	Sarjana	Wiraswasta
69	Yahya Haryoko	Laki-laki	40	Menikah	Sarjana	Wiraswasta
70	David	Laki-laki	40	Menikah	SMA	Lainnya

## Reliabilitas Harga

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	70	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	70	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.841	.841	3

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x1	7.64	2.407	.397	.165	.790
x2	7.29	2.294	.641	.468	.502
x3	7.24	2.100	.578	.442	.558

### Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
11.09	4.456	2.111	3

## Reliabilitas Kualitas Bangunan

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	70	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	70	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.675	.676	5

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x4	14.51	5.558	.433	.444	.622
x5	14.69	5.726	.331	.303	.670
x6	14.70	6.097	.338	.254	.661
x7	14.71	5.164	.525	.480	.578
x8	14.81	5.342	.530	.433	.579

### Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
18.36	8.059	2.839	5

### Reliabilitas Lokasi

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	70	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	70	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.737	.745	3

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x9	7.67	2.369	.432	.186	.813
x10	7.31	2.335	.640	.490	.571
x11	7.24	2.100	.636	.494	.558



### Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
11.11	4.508	2.123	3

### Reliabilitas Lingkungan

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	70	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	70	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.671	.663	4

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted

x12	10.83	3.941	.603	.480	.498
x13	10.99	3.695	.530	.475	.548
x14	10.67	4.456	.416	.192	.628
x15	10.97	5.477	.279	.145	.699

#### Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
14.49	7.036	2.653	4

### Reliabilitas Pembelian

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	70	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	70	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.618	.609	4

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
y1	11.37	3.425	.428	.572	.524
y2	11.37	2.788	.572	.598	.395
y3	11.00	3.710	.378	.283	.562
y4	11.26	4.194	.229	.226	.657

### Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
15.00	5.565	2.359	4

### Validitas Harga

#### Correlations

		x1	x2	x3	Harga
x1	Pearson Correlation	1	.696**	.628**	.895**
	Sig. (1-tailed)		.000	.000	.000
	N	70	70	70	70
x2	Pearson Correlation	.696**	1	.589**	.873**
	Sig. (1-tailed)	.000		.000	.000
	N	70	70	70	70
x3	Pearson Correlation	.628**	.589**	1	.845**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000		.000
	N	70	70	70	70
Harga	Pearson Correlation	.895**	.873**	.845**	1

Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	
N	70	70	70	70

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

### Validitas Kualitas Bangunan

#### Correlations

		x4	x5	x6	x7	x8	Kualitas Bangunan
x4	Pearson Correlation	1	.152	.174	.666**	.182	.663**
	Sig. (1-tailed)		.105	.075	.000	.066	.000
	N	70	70	70	70	70	70
x5	Pearson Correlation	.152	1	.081	.190	.518**	.606**
	Sig. (1-tailed)	.105		.253	.057	.000	.000
	N	70	70	70	70	70	70
x6	Pearson Correlation	.174	.081	1	.276*	.440**	.574**
	Sig. (1-tailed)	.075	.253		.010	.000	.000
	N	70	70	70	70	70	70

x7	Pearson Correlation	.666**	.190	.276*	1	.268*	.732**
	Sig. (1-tailed)	.000	.057	.010		.012	.000
	N	70	70	70	70	70	70
x8	Pearson Correlation	.182	.518**	.440**	.268*	1	.724**
	Sig. (1-tailed)	.066	.000	.000	.012		.000
	N	70	70	70	70	70	70
KualitasBangunan	Pearson Correlation	.663**	.606**	.574**	.732**	.724**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	70	70	70	70	70	70

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (1-tailed).

### Validitas Lokasi

#### Correlations

		x9	x10	x11	Lokasi
x9	Pearson Correlation	1	.393**	.400**	.757**
	Sig. (1-tailed)		.000	.000	.000
	N	70	70	70	70
x10	Pearson Correlation	.393**	1	.688**	.833**
	Sig. (1-tailed)	.000		.000	.000
	N	70	70	70	70
x11	Pearson Correlation	.400**	.688**	1	.850**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000		.000

	N	70	70	70	70
Lokasi	Pearson Correlation	.757**	.833**	.850**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	
	N	70	70	70	70

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

### Validitas Lingkungan

		x12	x13	x14	x15	Lingkungan
x12	Pearson Correlation	1	.667**	.303**	.254*	.802**
	Sig. (1-tailed)		.000	.005	.017	.000
	N	70	70	70	70	70
x13	Pearson Correlation	.667**	1	.333**	.107	.789**
	Sig. (1-tailed)	.000		.002	.189	.000
	N	70	70	70	70	70
x14	Pearson Correlation	.303**	.333**	1	.316**	.690**
	Sig. (1-tailed)	.005	.002		.004	.000
	N	70	70	70	70	70

x15	Pearson Correlation	.254*	.107	.316**	1	.531**
	Sig. (1-tailed)	.017	.189	.004		.000
	N	70	70	70	70	70
Lingkungan	Pearson Correlation	.802**	.789**	.690**	.531**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	70	70	70	70	70

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (1-tailed).

### Validitas Pembelian

		y1	y2	y3	y4	Pembelian
y1	Pearson Correlation	1	.747**	.102	-.014	.671**
	Sig. (1-tailed)		.000	.201	.453	.000
	N	70	70	70	70	70
y2	Pearson Correlation	.747**	1	.276*	.101	.740**
	Sig. (1-tailed)	.000		.010	.204	.000
	N	70	70	70	70	70
y3	Pearson Correlation	.102	.276*	1	.470**	.445**
	Sig. (1-tailed)	.201	.010		.000	.000

	N	70	70	70	70	70
y4	Pearson Correlation	-.014	.101	.470**	1	.443**
	Sig. (1-tailed)	.453	.204	.000		.000
	N	70	70	70	70	70
Pembelian	Pearson Correlation	.671**	.740**	.445**	.443**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	70	70	70	70	70

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (1-tailed).

## Regression

Variables Entered/Removed<sup>b</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Lingkungan, Lokasi, Kualitas Bangunan, Harga <sup>a</sup>		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Pembelian



**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.852 <sup>a</sup>	.727	.710	1.140	1.745

a. Predictors: (Constant), Lingkungan, Harga, KualitasBangunan, Lokasi

b. Dependent Variable: Pembelian

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	224.479	4	56.120	43.166	.000 <sup>a</sup>
	Residual	84.507	65	1.300		
	Total	308.986	69			

a. Predictors: (Constant), Lingkungan, Harga, KualitasBangunan, Lokasi

b. Dependent Variable: Pembelian

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.286	1.399		.204	.839		

Harga	.158	.071	.147	2.246	.028	.978	1.023
Kualitas Bangunan	.279	.060	.375	4.655	.000	.648	1.542
Lokasi	.312	.090	.314	3.465	.001	.514	1.946
Lingkungan	.286	.062	.359	4.627	.000	.699	1.430

a. Dependent Variable: Pembelian

#### Collinearity Diagnostics<sup>a</sup>

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions				
				(Constant)	Harga	Kualitas Bangunan	Lokasi	Lingkungan
1	1	4.925	1.000	.00	.00	.00	.00	.00
	2	.037	11.560	.02	.36	.01	.08	.10
	3	.019	16.229	.00	.01	.26	.10	.67
	4	.013	19.589	.11	.19	.31	.66	.02
	5	.006	27.813	.87	.44	.42	.17	.20

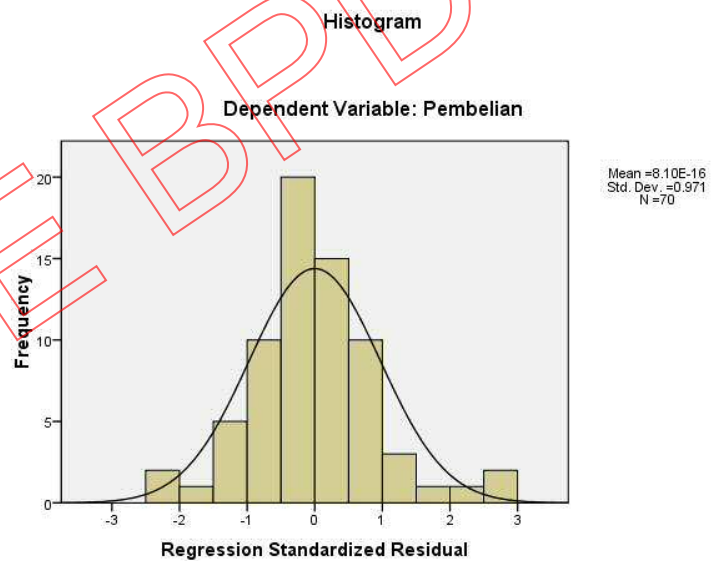
a. Dependent Variable: Pembelian

#### Residuals Statistics<sup>a</sup>

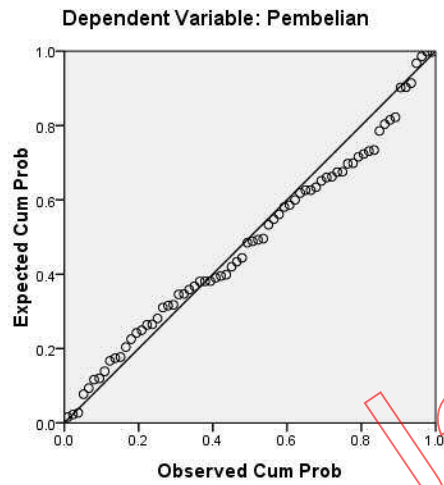
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	10.52	19.62	15.01	1.804	70

Std. Predicted Value	-2.492	2.552	.000	1.000	70
Standard Error of Predicted Value	.160	.557	.293	.083	70
Adjusted Predicted Value	10.63	19.56	15.01	1.806	70
Residual	-2.535	3.376	.000	1.107	70
Std. Residual	-2.224	2.961	.000	.971	70
Stud. Residual	-2.352	3.124	.003	1.015	70
Deleted Residual	-2.837	3.812	.008	1.212	70
Stud. Deleted Residual	-2.440	3.363	.009	1.047	70
Mahal. Distance	.377	15.491	3.943	2.960	70
Cook's Distance	.000	.283	.019	.045	70
Centered Leverage Value	.005	.225	.057	.043	70

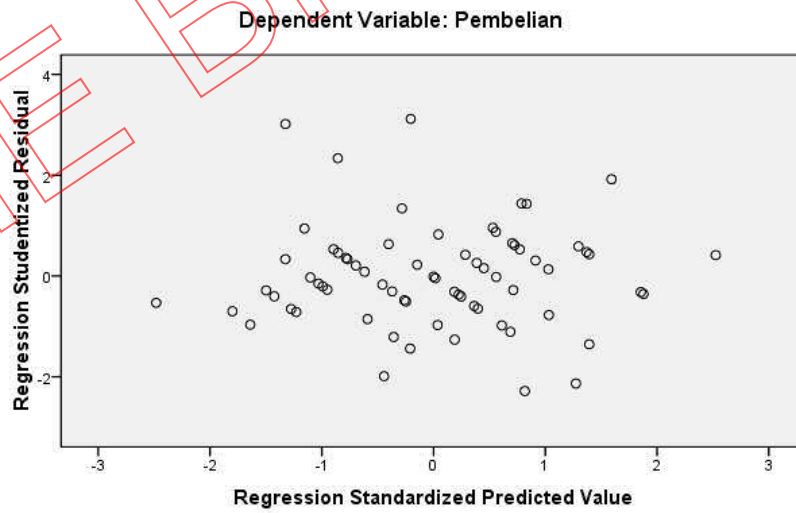
a. Dependent Variable: Pembelian



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Scatterplot



## SURAT KETERANGAN

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Listia Dewi Kharisa  
Status : Mahasiswi  
Kampus : STIE Bank BPD Jateng  
Fakultas : Manajemen

Telah meminta ijin kepada Ketua RT komplek Amarta guna melakukan kegiatan penyebaran kuesioner untuk penelitian skripsinya. Kegiatan ini sepenuhnya diketahui oleh ketua RT dan mengizinkan mahasiswi tersebut mengumpulkan data sesuai dengan masalah yang akan diteliti.

Ketua RT

Komplek Amarta

( )

### SURAT KETERANGAN

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Listia Dewi Kharisa

Status : Mahasiswi

Kampus : STIE Bank BPD Jateng

Fakultas : Manajemen

Telah meminta ijin kepada Ketua RT komplek Indraprasta guna melakukan kegiatan penyebaran kuesioner untuk penelitian skripsinya. Kegiatan ini sepenuhnya diketahui oleh ketua RT dan mengizinkan mahasiswi tersebut mengumpulkan data sesuai dengan masalah yang akan diteliti.

Ketua RT  
Komplek Indraprasta

( )

#### SURAT KETERANGAN

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Listia Dewi Kharisa  
Status : Mahasiswi  
Kampus : STIE Bank BPD Jateng  
Fakultas : Manajemen

Telah meminta ijin kepada Ketua RT komplek Flamboyan guna melakukan kegiatan penyebaran kuesioner untuk penelitian skripsinya. Kegiatan ini sepenuhnya diketahui oleh ketua RT dan mengizinkan mahasiswi tersebut mengumpulkan data sesuai dengan masalah yang akan diteliti.

Ketua RT

Komplek Flamboyan

( )

STIE BPD Jateng