

SKRIPSI

STUDI ANALISA VARIABEL YANG MEMPENGARUHI MINAT KONSUMEN DALAM PEMBELIAN TIPE PERUMAHAN DI WILAYAH MOJOKERTO



Disusun Oleh :

REZA MUSTAQIM (07.21.012)

**PROGRAM STUDI TEKNIK SIPIL S-1
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN
INSTITUT TEKNOLOGI NASIONAL
MALANG**

2014

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji hanya untuk Allah SWT yang telah melimpahkan RahmatNya serta junjungan kami Nabi Muhammad SAW sehingga saya bisa mengenal Islam agama yang lurus dan juga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul ***“STUDI ANALISA VARIABEL YANG MEMPENGARUHI MINAT KONSUMEN DALAM PEMBELIAN TIPE PERUMAHAN DI WILAYAH MOJOKERTO.”***

Tugas Akhir ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan Program Pendidikan Sarjana (S-1) di Program Studi Teknik Sipil, Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan di Institut Teknologi Nasional Malang.

Pada kesempatan ini saya menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Ir. Soeparno Djiwo., MT. selaku Rektor Institut Teknologi Nasional Malang.
2. Bapak DR. Ir. Kustamar, MT selaku Dekan FTSP ITN Malang.
3. Bapak Ir. A. Agus Santosa.,MT. selaku Ketua Program Studi Teknik Sipil S-1.
4. Ibu Lila Ayu Ratna Winanda, ST.,MT. Selaku Sekretaris Program Studi Teknik Sipil S-1 sekaligus Koordinator Bidang Manajemen Konstruksi Program Studi Teknik SipilS-1.
5. Ibu Lila Ayu Ratna Winanda, ST.,MT. selaku Dosen Pembimbing I.
6. Bapak Ir. H. Hirijanto.,MT. selaku Dosen Pembimbing II.
7. Ibu dan Bapak serta adikku yang selalu mendoakan dan memberi dukungan kepadaku.
8. Para teman–teman teknik sipil angkatan 07’ yang ikut membantu dalam penyelesaian proposal skripsi ini dan memberikan dukungannya .

Harapan penyusun adalah semoga laporan Tugas Akhir ini dapat bermanfaat untuk saya dan rekan-rekan mahasiswa Program Studi Teknik Sipil lainnya serta laporan ini bisa menjadi pembenaran dari laporan yang terdahulu dan penyusun mengharapkan saran dan kritik yang sifatnya membangun.

Malang, 2014

Penyusun

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL

LEMBAR PERSETUJUAN

ABSTRAKSI

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

DAFTAR GAMBAR

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	3
1.3. Tujuan Penelitian	3
1.4. Manfaat Penelitian	4
1.5. Batasan Masalah	4

BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu	5
2.2 Pengertian Perumahan.....	5
2.3 Pengertian Harha, Lokasi, bangunan, dan Lingkungan	10
2.3.1 Harga.....	10
2.3.1.1 Harga Tanah.....	12
2.3.1.2 Harga Bangunan.....	13
2.3.2 Lokasi	14

2.3.3	Bangunan.....	16
2.3.4	Lingkungan.....	19
2.4	Pengertian Perilaku Konsumen.....	22
2.4.1	Minat Konsumen.....	22
2.4.2	Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	24
2.4.3	Faktor- faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	27
2.5	Teknik Penentuan Sampel	28
2.6	Teknik Pengumpulan Data	32
2.6.1	Langkah- langkah Penyusunan Instrumen Penelitian.....	33
2.7	Analisa Statistik	33
2.8	Pengujian Validitas dan Reliabel	33
2.8.1	Pengujian Validitas Instrumen.....	33
2.8.2	Pengujian Reliabilitas Instrumen	35
2.8.2.1	Metode Belah Dua (Split Half Method).....	35
2.8.2.2	Metode Kuder Richardson-20 (KR-20).....	28
2.8.2.3	Metode KR-21	37
2.8.2.4	Metode Anova Hoyt.....	37
2.8.2.5	Metode ALPHA.....	38
2.9.1	Analisa Korelasi.....	38
2.9.1.1	Koelasi Productmoment.....	38
2.9.1.2	Koelasi Ganda	39
2.10	Analisa Regresi.....	41
2.10.1	Regresi Linier Sederhana.....	41
2.10.2	Regresi Linier Ganda.....	42

2.12 Pengujian Hipotesis.....	43
2.12.1 Uji F.....	44
2.12.2 Uji t.....	44

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Uraian Umum	46
3.2 Lokasi Studi.....	46
3.3 Jenis Penelitian	47
3.4 Pengumpulan Data	47
3.5 Populasi dan Sampel	47
3.6 Wawancara dengan responden.....	48
3.7 Penyusunan Instrumen	48
3.8 Variabel Penelitian dan Pengukuran Variabel.....	48
3.9 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	50
3.9.1 Uji validitas.....	50
3.9.2 Uji Reliabilitas.....	50
3.10 Metode Analisis Data.....	52
3.10.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	52
3.10.1.1. Uji F	52
3.10.1.2. Uji t	53
3.10.1.3. Koefisien Korelasi	53
3.11 Prosedur Analisis	54
3.12 Bagan Alir Penelitian	55

BAB IV ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN

4.1	Gambaran Umum Penelitian	56
4.2	Deskripsi Data.....	56
4.2.1	Minat Konsumen/ Tipe Perumahan.....	57
4.2.2	Tatanan Lingkungan.....	58
4.2.3	Desain dan Luas Tanah.....	60
4.2.4	Pendapatan Kerja/ Gaji.....	61
4.2.5	Fasilitas Umum	63
4.2.6	Kemudahan akses Jalan	64
4.2.7	Kelancaran Akses Jalan	65
4.2.8	Kedekatan Pusat Kota.....	67
4.2.9	Kedekan Tempat Kerja	68
4.3	Uji Instrumen Penelitian.....	69
4.3.1	Uji Validitas	69
4.3.2	Uji Reliabilitas	71
4.4	Pengaruh Variabel Bebas terhadap Variabel Terikat.....	74
4.4.1	Analisis Regresi Linier Berganda	74
4.4.2	Koefisien Determinasi	76
4.4.3	F test/ Simultan.....	77
4.4.4	t test/ Parsial	79
4.5	Variabel Bebas Paling Dominan terhadap Variabel Terikat	83

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	85
5.2 Saran.....	86

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Kreejie	30
Tabel 3.1	Variabel Penelitian	49
Tabel 3.2	Tabel Interpretasi nilai r	54
Tabel 4.1	Deskripsi Minat Konsumen	57
Tabel 4.2	Deskripsi Tatahan Lingkungan.....	59
Tabel 4.3	Deskripsi Desain dan Luas tanah.....	60
Tabel 4.4	Deskripsi Pendapatan Kerja/ Gaji.....	62
Tabel 4.5	Deskripsi Fasilitas Umum	63
Tabel 4.6	Deskripsi Kemudahan Akses Jalan.....	64
Tabel 4.7	Deskripsi Kelancaran Akses Jalan.....	66
Tabel 4.8	Deskripsi Kedekatan Pusat Kota	67
Tabel 4.9	Deskripsi Kedekatan Tempat Kerja.....	68
Tabel 4.10	Hasil pengujian Validitas.....	71
Tabel 4.11	Nilai Varian Skor Tiap- tiap item	73
Tabel 4.12	Hasil Uji Reliabilitas	74
Tabel 4.13	Persamaan Regresi.....	74
Tabel 4.14	Koefisien Determinasi	77
Tabel 4.15	Uji F	78
Tabel 4.16	Uji t/ Parsial	80
Tabel 4.17	Koefisien Beta	84
Tabel 4.18	Koefisien Beta Hasil perangkat Lunak	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Nomogram Harry King Untuk menentukan Ukuran Sampel dari populasi sampai 2000.....	31
Gambar 2.2	Korelasi Ganda dua Variabel Bebas dan Satu Terikat.....	32
Gambar 3.1	Bagan Alir Penelitian.....	55
Gambar 4.1	Minat Konsumen Terhadap Tipe Perumahan	58
Gambar 4.2	Tatanan Lingkungan	60
Gambar 4.3	Desain dan Luas Tanah.....	61
Gambar 4.4	Pendapatan Kerja/ Gaji	62
Gambar 4.5	Fasilitas Umum	64
Gambar 4.6	Kemudahan Akses Jalan	65
Gambar 4.7	Kelancaran Akses Jalan	66
Gambar 4.8	Kedekatan Pusat kota.....	68
Gambar 4.9	Kedekatan Tempat kerja	69

ABSTRAKSI

“Studi Analisa Variabel Yang Mempengaruhi Minat Konsumen Dalam Pembelian Tipe Perumahan Di Wilayah Mojokerto”. Reza Mustaqim, 2014. Dosen Pembimbing I : Ir. H. Hirijanto.,MT, Dosen Pembimbing II : Lila Ayu Ratna Winanda, ST, MT.

Kota Mojokerto adalah sebuah kota yang dahulu merupakan daerah tingkat II yang berstatus kotamadya di Jawa Timur, Indonesia dan dimana kota yang terkenal dengan makanan onde-onde. Terletak 50 km barat daya Surabaya, wilayah kota ini dikelilingi oleh Kabupaten Mojokerto dan merupakan kota dengan luas wilayah terkecil di Jawa Timur. Melihat semakin meningkatnya jumlah permintaan perumahan yang ada di wilayah Mojokerto, sehingga menyebabkan hal ini berdampak terhadap peningkatan kebutuhan rumah di pusat kota atau kabupaten (*core region*) dengan intensitas penggunaan lahan yang tinggi ikut mempengaruhi pertumbuhan perumahan dan permukiman di daerah pinggir kota maupun perbatasan kota (*suburban*) sehingga tidak menutup kemungkinan kualitas dari hunian yang ideal sesuai keinginan masyarakat di wilayah Mojokerto tidak dapat tercapai di kalangan ekonomi menengah.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuesioner dan pencatatan data. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan uji F, Uji t sampel, dan analisa regresi ganda.

Berdasarkan hasil analisis untuk minat konsumen dalam pembelian tipe perumahan di wilayah Mojokerto ialah tipe 36 dengan lebar 7 meter, panjang 12 meter, dan harga beli sebesar Rp. 120.000.000,-. Faktor – faktor terdiri Tatanan lingkungan (X_1) sebesar 0.149, Desai dan Luas tanah (X_2) sebesar 0.108, Pendapatan kerja (X_3) 0.202, fasilitas Umum (X_4) sebesar 0.140, Kemudahan akses jalan (X_5) sebesar 0.281, Kelancaran akses jalan (X_6) sebesar 0.173, Kedekatan Pusat Kota (X_7) sebesar 0.109 dan Kedekatan Tempat Kerja (X_8) sebesar 0.319 sangat berpengaruh signifikan terhadap minat konsumen dalam memilih tipe perumahan di Wilayah Mojokerto dimana nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $20.387 > 2.24$. Faktor kedekatan tempat kerja (X_8) adalah faktor yang paling dominan pengaruhnya terhadap minat konsumen dalam memilih tipe perumahan di Wilayah Mojokerto berdasarkan koefisien $\beta = 0.319$ dan nilai uji t yang terbesar dengan nilai $t_{hitung} = 3.956 > t_{tabel} = 2.021$ dengan nilai signifikan dibawah dari 5% yaitu pada analisis statistik di peroleh 0.000 .

Kata Kunci : *Konsumen, Tipe Perumahan.*

BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Kota Mojokerto adalah sebuah kota yang dahulu merupakan daerah tingkat II yang berstatus kotamadya di Jawa Timur, Indonesia dan dimana kota yang terkenal dengan makanan onde- ondenya. Terletak 50 km barat daya Surabaya, wilayah kota ini dikelilingi oleh Kabupaten Mojokerto dan merupakan kota dengan luas wilayah terkecil di Jawa Timur. Bagaimana tidak, kota yang berhari jadi tanggal 20 Juni 1981 ini hanya memiliki batas administrative seluas 16.46 km² setara dengan ¼ luas areal kota mandiri pertama di Indonesia.

Wilayah perkotaan Mojokerto dijadikan sebagai aktifitas, baik aktivitas perdagangan, aktivitas industri, aktivitas pendidikan dan aktivitas lainnya. Dimana wilayah perkotaan Mojokerto mempunyai keterbatasan berupa batas daya dukung lahan, padahal kebutuhan tempat tinggal semakin meningkat seiring dengan laju pertumbuhan penduduk menurut data statistik Dinas Kependudukan Catatan Sipil (Dispenduk Capil) menyebut sampai pertengahan bulan ini jumlah penduduk Mojokerto mencapai 1.123.239 jiwa. (<http://www.bappeda.mojokertokab.go.id>)

Wilayah Mojokerto sebagai salah satu kota kabupaten yang perkembangannya penduduknya begitu pesat berpengaruh pada kondisi ekonomi atau pendapatan dari tahun ke tahun yang semakin meningkat. Sehingga berpengaruh terhadap permintaan masyarakat terhadap hunian atau sebagai tempat kegiatan yang nyaman berupa perumahan.

Melihat semakin meningkatnya jumlah permintaan perumahan yang ada di wilayah Mojokerto, sehingga menyebabkan hal ini berdampak terhadap

peningkatan kebutuhan rumah di pusat kota atau kabupaten (*core region*) dengan intensitas penggunaan lahan yang tinggi ikut mempengaruhi pertumbuhan perumahan dan permukiman di daerah pinggir kota maupun perbatasan kota (*suburban*) sehingga tidak menutup kemungkinan kualitas dari hunian yang ideal sesuai keinginan masyarakat di wilayah Mojokerto tidak dapat tercapai di kalangan ekonomi menengah.

Dengan tingginya permintaan masyarakat Mojokerto terhadap hunian atau sebagai tempat kegiatan yang nyaman berupa perumahan, menuntut masyarakat menentukan harga, lokasi, dan tipe rumah yang sesuai dengan, jenis pekerjaan, kemampuan beli masyarakat maupun, tingkat kenyamanan serta, akses jalan sehingga kebutuhan masyarakat akan hunian yang nyaman dapat diwujudkan atau direncanakan. Selain untuk memenuhi permintaan masyarakat Mojokerto perumahan yang direncanakan nanti diharapkan juga dapat memenuhi kriteria layak atau tidaknya bangunan tersebut dibangun pada perumahan tersebut sehingga juga perlu diadakannya analisa variabel yang menjadi tolak ukur untuk pembelian tempat hunian yang sesuai dengan keinginan.

Dengan Analisa statistik pada usaha pengembang perumahan memiliki banyak aspek dan satu dengan lainnya saling berhubungan , antara lain aspek : teknis dan nonteknis, ekonomi, sumber dana, peraturan-peraturan /perijinan, penjualan,dan masalah tanah itu sendiri. Perumahan adalah gedung yang dibangun oleh manusia di atas tanah yang sifatnya tidak dapat berpindah namun memiliki nilai ekonomi yang dapat dikuasai (Atkinson,Gjrant H.,pereye W., 1974). Karakteristik investasi pembangunan perumahan memiliki dua kategori yaitu kategori ekonomi dan kategori fisik (Fillmore,1991).

Sebelum membeli tempat hunian perlu melakukan analisa statistik dengan tujuan untuk mengetahui layak atau tidaknya tempat hunian tersebut sebagai tempat tinggal. Untuk mengetahui hunian tersebut layak atau tidaknya calon konsumen perlu melihat variabel- variabel yang mempengaruhi dalam pembelian tempat hunian diantaranya variabel independent dan dependent.

I.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang diatas, peneliti dapat merumuskan masalah yang timbul yaitu :

1. Tipe perumahan apakah yang menjadi minat konsumen di wilayah Mojokerto?
2. Faktor variabel apa saja yang berpengaruh secara signifikan terhadap harga pembelian tipe perumahan di wilayah Mojokerto?
3. Faktor variabel apa yang paling dominan berpengaruh secara signifikan terhadap harga pembelian tipe perumahan di wilayah Mojokerto?

I.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai penulis tugas akhir ini adalah :

1. Untuk mengetahui tipe perumahan yang menjadi minat konsumen di wilayah Mojokerto.
2. Untuk mengetahui variabel apa saja yang berpengaruh secara signifikan terhadap harga pembelian produk perumahan di wilayah Mojokerto.
3. Untuk mengetahui variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap harga pembelian produk perumahan di wilayah Mojokerto.

I.4 Manfaat Penelitian

Manfaat Penelitian ini adalah :

1. Penentuan terhadap harga pembelian produk perumahan yang sesuai.
2. Pertimbangan untuk masyarakat terhadap pemilihan tempat hunian yang sesuai dengan keinginan.
3. Menambah wawasan dalam bidang penilaian properti bagi pihak pembeli maupun penyedia.
4. Dapat digunakan untuk referensi bagi peneliti berikutnya, khususnya yang berkaitan dengan Analisa pemilihan tempat hunian.

I.5 Batasan Masalah

Mengingat adanya keterbatasan dalam penelitian maka penulis membatasi cakupan pembahasan masalah studi sebagai berikut :

1. Basis data berasal dari data kuisioner, wawancara dan brosur perumahan.
2. Sasarannya adalah masyarakat di kalangan ekonomi menengah.
3. Daerah yang ditinjau adalah wilayah Mojokerto dan tipe perumahan yang diteliti adalah kelas menengah tipe 36-45 dengan spesifikasi sebagai berikut :
 - a. Satu lantai.
 - b. Rangka atap dri galvalium.
 - c. Atap dinding dan dinding bata bata.
 - d. Lantai keramik.
4. Variabel yang di teliti adalah variabel bebas (*independent*) dan variabel terikat (*dependent*)
5. Penelitian dibatasi oleh kerangka waktu pada saat penelitian.
6. Terdapat 9 perumahan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Sebelumnya

Penelitian mengenai penentuan harga produk perumahan yang penulis angkat, adalah pengembangan dari penelitian terdahulu dengan judul ¹.“*Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Membeli Rumah (Studi Kasus di Perumahan Bukit Semarang Baru, Semarang)*”. Tujuan dari penelitian yang dilakukan oleh Agustinus Primananda (2010) adalah Untuk menganalisis seberapa besar pengaruh variabel berupa harga, lokasi, bangunan dan pengaruh lingkungan terhadap keputusan pembelian rumah di Perumahan Bukit Semarang Baru. ²“*Analisis Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Perumahan Tipe Cluster (Studi Kasus Perumahan Taman Sari dikota Semarang)*” disusun oleh Intan Sari Zait Rahma, Universitas Diponegoro, 2010 yang memiliki beberapa variabel bebas diantara lain persepsi harga, fasilitas lokasi, lingkungan, pendapatan, dan harga substitusi. Didalam penelitian ini faktor yang berpengaruh paling besar ialah faktor fasilitas sebesar 0.486 dilihat dari analisis regresi linear berganda.

Pengembangan penulis dari penelitian terdahulu adalah penulis mencoba mengembangkan kembali variabel berupa harga, lokasi, dan bangunan sebagai dasar untuk acuan kami dalam pembelian produk perumahan yang ditentukan atau diinginkan oleh masyarakat Wilayah Mojokerto. Selanjutnya yang membedakan penelitian saya dengan penelitian sebelumnya adalah lingkup wilayah studi kasus yang berbeda. Karena setiap berbeda wilayah akan berbeda pula penilaian harga produk perumahan pada kelas menengah.

2.2 Pengertian Perumahan

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

a. Rumah

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

b. Rumah Sehat

Rumah sebagai tempat tinggal yang memenuhi ketentuan atau ketentuan teknis kesehatan yang wajib dipenuhi dalam rangka melindungi penghuni rumah dari bahaya atau gangguan kesehatan, sehingga memungkinkan penghuni memperoleh derajat kesehatan yang optimal.

c. Perumahan

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

d. Permukiman

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

Beberapa pengertian perumahan yang lain :

- a. Menurut UU RI No.4 Tahun 1992 Pasal 1 Ayat (2), rumah mempunyai arti bangunan dan lingkungan tempat tinggal dilengkapi dengan sarana dan prasarana fasilitas yang memenuhi syarat-syarat guna mendukung kehidupan manusia.
- b. Menurut Arthur C.S. (Housing : Symbol, Structure, Site, 1990), filosofi rumah sama dengan tubuh manusia yang membutuhkan penutup berupa rumah atau shelter.
- c. Menurut Sam Davis (*The Form of Housing*), rumah kemudian akan disebut menjadi perumahan apabila menjadi sekumpulan kesatuan di atas petak-petak lahan individu atau sebagai kelompok rumah gandeng atau sebagai bangunan apartemen.
- d. Menurut Y.B. Mangunwijaya (1995), rumah memang bisa dianggap mesin, alat pergandaan produksi. Tetapi lebih dari itu, rumah adalah citra, cahaya pantulan jiwa dan cita-cita kita. Ia adalah lambang yang membahasakan segala yang manusiawi, indah dan agung dari dia yang membangunnya; kesederhanaan dan kewajarannya yang memperteguh hati setiap manusia. Rumah memang kita gunakan, namun lebih dari itu, rumah adalah cerminan jiwa yang bermartabat.

Standar dan Ketentuan Perumahan :

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

ataupun pihak swasta. Sesuai dengan UU No 4 Tahun 1992, selain membangun unit rumah, pengembang juga diwajibkan untuk :

- a. Membangun jaringan prasarana lingkungan rumah mendahului pembangunan rumah, memelihara dan mengelolanya sampai pengesahan dan penyerahan kepada Pemerintah Daerah.
- b. Mengkoordinasikan penyelenggaraan penyediaan utilitas umum.
- c. Melakukan penghijauan lingkungan.
- d. Menyediakan tanah untuk sarana lingkungan.
- e. Membangun rumah. Lokasi kawasan perumahan harus memenuhi beberapa persyaratan antara lain :
 - a. Tidak terganggu oleh polusi (air, udara, suara).
 - b. Dapat disediakan air bersih (air minum).
 - c. Memberikan kemungkinan untuk perkembangan pembangunannya.
 - d. Mempunyai aksesibilitas yang baik.
 - e. Mudah dan aman mencapai tempat kerja.
 - f. Tidak berada di bawah permukaan air setempat.
 - g. Mempunyai kemiringan yang rata.

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

Unsur-unsur permukiman :

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

a. Individu (*man*)

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

b. Masyarakat (*society*)

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

c. Alam (*nature*)

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

d. Pelindung (*shells*)

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

e. Jaringan (*network*)

Jaringan untuk transportasi, komunikasi dan kegunaan mendukung permukiman, mengikatnya bersama dengan organisasi dan struktur. Perubahan sangat mempengaruhi pola kota dan sering juga pengembangan di (dalam) jaringan dapat mengakibatkan pengembangan baru terhadap kota besar dan masyarakatnya. Doxiadis menemukan kesimpulan untuk permukiman manusia dari perkataan Aristoteles, “bahwa sasaran permukiman untuk sebuah kota besar adalah untuk membuat individu yang bahagia dan aman. Keselamatan tidaklah hanya terbatas pada keselamatan dari peperangan, tetapi keselamatan dari kejahatan, polusi dan bencana alam”. Doxiadis percaya bahwa untuk selamat, untuk tinggal atau hidup dan untuk mencapai kebahagiaan, manusia membangun permukiman yang selalu mengikuti prinsip pokok, yaitu prinsip dasar seorang individu mencari kebahagiaan :

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

2.3 Pengertian Harga, Lokasi, Bangunan, dan Lingkungan

2.3.1. Harga

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia disebutkan bahwa harga adalah jumlah uang atau alat tukar lain yang senilai, yang harus dibayarkan untuk produk

atau jasa pada waktu tertentu dan di pasar tertentu. Harga adalah satu-satunya unsur dalam bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan penjualan. Pada perusahaan-perusahaan besar, penetapan harga biasanya ditangani oleh manajer divisi atau lini produk, akan tetapi pihak manajemen teras tetap menentukan tujuan dan kebijakan umum mengenai harga jual, dan sering juga menyetujui usulan harga yang diajukan oleh para manajernya (*Philip Kotler 1998 : 120*). Terdapat enam langkah pokok dalam penetapan harga jual suatu produk yang dapat dilakukan oleh produsen (*Philip Kotler 1998 : 162*), yaitu dengan :

1. Penetapan tujuan pemasaran. Seperti misalnya bertahan hidup, maksimalisasi keuntungan jangka pendek, unggul dalam pangsa pasar, atau unggul dalam kualitas produk.
2. Penentuan kurva permintaan yang akan memperlihatkan jumlah produk yang akan dibeli di pasar dalam waktu tertentu, pada berbagai tingkat harga. Makin inelastis permintaan, makin mampu perusahaan menaik - turunkan harganya.
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. Penetapan harga yang dilakukan oleh produsen, dalam hal ini developer perumahan, memiliki beberapa tujuan (Peter, J.Paul & Olson, Jerry C, 2000 : 238), antara lain :

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

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

2.3.1.1. Harga Tanah

1. Status tanah

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

2. Lokasi tanah

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

2.3.1.2. Harga Bangunan

1. Permanensi bangunan

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

2. Usia bangunan

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

3. Bentuk dan ukuran bangunan

Dari segi bentuk, sebaiknya konsumen menilai bentuk bukan dalam arti model saja, tetapi juga pengorganisasian ruang. Dalam arti, apakah sudah sesuai dengan kebutuhan atau belum. Dari segi ukuran sudah

bisa dipastikan bahwa semakin besar sebuah rumah maka harganya akan semakin tinggi. Tetapi untuk rumah yang luasnya sama harganya bisaberbeda - beda tergantung jumlah pembagian ruang di dalamnya. Seperti dikutip dari penelitian Muhammad Taufik & Eduardus Tandelilin (2007) bahwa harga merupakan suatu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Hasil tersebut sejalan dengan hasil studi sebelumnya (Rahmawati, 2005) yaitu bahwa transaksi suatu barang terutama dipengaruhi oleh tingkat harganya. Dan juga hukum permintaan yang menyatakan bahwa semakin rendah harga barang maka akan semakin banyak permintaan terhadap barang tersebut., ataupun sebaliknya (Arsyad, 1997 : 22)

2.3.2. Lokasi

Menurut Sudharto P. Hadi (2005 : 104) tahapan dalam pengembangan permukiman secara garis besar dibagi ke dalam tahap perencanaan awal dan pada tahap operasional (ketika permukiman telah mulai dihuni). Dilihat dari sisi lingkungan, setidaknya ada dua persoalan yang muncul ketika letak pembangunan permukiman telah diputuskan. Pertama, apakah daerah tersebut layak secara ekologis. Karena banyak permukiman yang dibangun di daerah yang seharusnya menjadi daerah konservasi seperti di daerah perbukitan atau daerah resapan air. Sehingga menimbulkan banjir dan berkurangnya cadangan air tanah. Kedua, permukiman yang dibangun oleh suatu badan usaha (*real estate*) hampir seluruhnya menempati daerah pinggiran kota.

Menurut Leaf (1995) kondisi ini dianggap memperburuk dampak lingkungan di perkotaan. Karena menciptakan penghuni kota yang bergantung pada alat transportasi kendaraan bermotor, terutama mobil. UU No 4 Tahun 1992 dan PP No 29 Tahun 1986 tentang ketentuan pokok pengelolaan lingkungan merupakan salah satu sarana untuk melakukan pencegahan terhadap suatu rencana kegiatan, misalnya proyek yang mungkin dapat menyebabkan kerusakan lingkungan. Dalam undang - undang tersebut pengelolaan lingkungan hidup diwajibkan berpegang pada azas pelestarian lingkungan yang serasi dan seimbang bagi peningkatan kesejahteraan manusia. Hal ini berarti kegiatan pembangunan proyek dan pengoperasian unit hasil proyek harus berpatokan pada wawasan lingkungan. Untuk mencapai maksud tersebut diusahakan dengan cara sebagai berikut (Soeharto, Iman, 1996 : 371) :

- a. Memperhatikan kemampuan daya dukung lingkungan lokasi proyek dan alam di sekitarnya.
 - b. Mengelola penggunaan sumber daya secara bijaksana dengan merencanakan, memantau, dan mengendalikan secara bijaksana.
 - c. Memperkecil dampak negatif dan memperbesar dampak positif. Dua hal penting yang perlu diperhatikan sebagai dasar pertimbangan lokasi (Surowiyono, Tutu TW, 2007:13) adalah kondisi lingkungan secara geografis dan kondisi lingkungan menurut kebutuhan strategis.
- a. Secara geografis

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

1. Kelengkapan administrasi.
2. Kondisi geografi.
3. Kondisi geologis.
4. Kebutuhan strategis .
5. Kebutuhan Kepala Keluarga.
6. Kebutuhan Ibu rumah tangga.
7. Kebutuhan untuk anak.

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

2.3.3. Bangunan

Fenomena desain bangunan tema arsitektur perumahan memang menjadi tren yang berkembang pesat pada masa kini, hingga masing-masing perumahan selalu tampil dengan desain bangunan tema tertentu untuk mengembangkan lingkungannya. Perkembangannya desain arsitektur perumahan masa kini muncul sebagai sebuah komoditi konsumsi manusia sehingga terjadi perubahan makna fungsi hunian sebagai rumah tinggal yang dapat

dikembangkan ruang-ruangnya bertambah pada kenyamanan, keamanan, kebanggaan dan keindahan yang akan ditempati.

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

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

- a. Kemungkinan pengembangan rumah (luasan tanah yang besar memberikan konsumen berbagai pilihan untuk memperluas rumah).
- b. Perhatikan luas setiap ruangan (bisa dengan leluasa menata interior ruangan).
- c. Tampak rumah (membuat rumah bisa tampil unik, menarik dan merepresentasikan jati diri).
- d. Kapasitas rumah dan jumlah orang yang akan tinggal.
- e. Perawatan berkala terhadap rumah anda.

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

- a. Bangunan 1 lantai memiliki jumlah ruang dan kelengkapan bangunan sesuai type.
- b. Memiliki lantai dengan perkerasan semen.
- c. Dinding bata/batako belum dilakukan finishing/ cat dinding.
- d. Atap genteng dengan warna standar.
- e. Memiliki sambungan listrik.
- f. Memiliki sumber air bersih.
- g. Memiliki saluran pembuangan air kotor dan septic tank.

Sedangkan untuk tipepeningkatan mutu perbedaanya hanya terletak pada :

1. Lantai sudah ditingkatkan menjadi lantai keramik.
2. Dinding sudah ditingkatkan dengan finishing cat dinding.
3. Kamar mandi /wc sudah memakai lantai dan dinding keramik.
4. Atap genteng sudah memakai warna tertentu.

Kualitas bahan bangunan dan desain bangunan menjadi pertimbangan konsumen karena kualitas yang baik akan memberikan ketahanan dan nyaman dalam rumah, serta desain bangunan yang sesuai dengan kriteria konsumen akan berpengaruh terhadap harga rumah itu dan akhirnya mempengaruhi keputusan.

2.3.4. Lingkungan

Di Negeri Belanda, istilah lingkungan digunakan menurut dua pengertian. Dalam peraturan perundangan lingkungan diberi arti "keseluruhan air, tanah, udara, manusia, hewan, tumbuhan, barang beserta nasabah antar masing-masing" (Anon, 1987).Di dalam Ketentuan Umum Undang-Undang RI Nomor 4 Tahun 1982 tentang Ketentuan-ketentuan Pokok Pengelolaan Lingkungan Hidup, lingkungan hidup adalah "kesatuan ruang dengan semua benda, daya, keadaan dan makhluk hidup, termasuk di dalamnya manusia dan perilakunya, yang mempengaruhi kelangsungan perikehidupan dan kesejahteraan manusia dan makhluk hidup lainnya". Pengertian ini mirip dengan yang digunakan dalam peraturan perundangan Negeri Belanda dan menyiratkan pengertian ekosistem. Dengan demikian maka pengelolaan lingkungan bermakna pengaturan keadaan komponen lingkungan masing-masing dan saling nasabahnya untuk memperoleh maslahat sebaik-baiknya

secara berkelanjutan bagi perikehidupan manusia. Menurut tinjauan produksi, istilah lingkungan dapat dipadankan dengan istilah lahan. Lahan ialah keseluruhan lingkungan alamiah dan budaya yang di dalamnya dilangsungkan kegiatan berproduksi (Shoper & Baird, 1978).Melihat tren perkembangan perumahan sekarang yang memiliki pengaruh gaya berbagai macam aliran, sering kali melupakan bahwa gaya yang diterapkan kadang tidak sesuai dengan kondisi iklim tropis di Indonesia. Membangun di daerah dengan iklim tropis seperti Indonesia, diperlukan pengolahan terhadap kendala yang disebabkan oleh kondisi iklim tropis. Panas sinar matahari yang berlebih, curah hujan yang tinggi, dan kelembaban udara yang tinggi, semua ini perlu ditangani. Tentunya dengan kombinasi dari potensi alam dan desain arsitektural yang tepat akan menciptakan suatu hunian yang nyaman. Prioritas untuk merespon iklim tropis dalam perancangan arsitektural kawasan perumahan sangatlah penting karena faktor ini akan berpengaruh langsung terhadap kenyamanan lingkungan perumahan yang selanjutnya akan berpengaruh terhadap rumah– rumah yang ada.

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

1. Perbandingan ruang terbuka (areal hijau) dan ruang tertutup yang ideal. Fungsi dari areal hijau ini untuk mengurangi panas matahari pada lingkungan dan juga sebagai barrier terhadap polusi udara sehingga kualitas udara dalam lingkungan dapat dijaga.
2. Desain penataan rumah pada master plan perumahan juga menjadi bagian yang bisa membantu merespon iklim tropis, misalnya dengan

memperhatikan garis edar matahari, maka penataan kapling rumah dibuat dengan orientasi utara-selatan (cara ini mampu mengurangi beban rumah dalam mengatasi panas matahari yang berlebihan).

3. Desain arsitektural rumah tinggal yang merespon tren gaya terkini sesuai dengan permintaan pasar tetapi juga tetap merespon kondisi iklim dengan melakukan beberapa penyesuaian desain. Beberapa kriteria jenis lingkungan yang baik untuk dihuni:
 - a. Pepohonan atau taman lingkungan (green area). Tentunya akan lebih nyaman bila lingkungan tempat tinggal asri, teduh sehingga tidak panas, ingatlah bahwa pepohonan yang lebat dan tinggi merupakan barier (penghalang) yang baik terhadap polusi debu.
 - b. Lebar jalan masuk perumahan dan lebar jalan lingkungan, jalan yang lebar memberikan kemudahan sirkulasi berkendara, dan setidaknya tidak perlu was-was saat berkendara.
 - c. Kepadatan lalu lintas di lingkungan perumahan dan didepan rumah. Berpengaruh terhadap tingkat kebisingan dan keamanan. Bisa jadi tidak bisa tidur dengan tenang karena berisik dan anak tidak leluasa bermain sepeda.
 - d. Sarana dan Prasarana pendukung. Bisa jadi perumahan yang dilirik tidak menyediakan sarana – sarana pendukung seperti ; kompleks pertokoan, pusat kebugaran, tempat rekreasi, dan lainnya. Hal ini dapat menjadikan konsumen toleransi bila didaerah sekitar perumahan ada tempat – tempat pendukung yang memenuhi kebutuhan lebih baik. Menurut Hall et.al (2000) ukuran yang sering digunakan indicator-

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

2.4 Pengertian Perilaku Konsumen

Perilaku Konsumen adalah tingkah laku dari konsumen, dimana mereka dapat mengilustrasikan pencarian untuk membeli, menggunakan, mengevaluasi dan memperbaiki suatu produk dan jasa mereka. Fokus dari perilaku konsumen adalah bagaimana individu membuat keputusan untuk menggunakan sumber daya mereka yang telah tersedia untuk mengkonsumsi suatu barang. (Cahyo Prabowo 2009) Dua wujud perilaku konsumen :

1. *Personal Consumer* : konsumen ini membeli atau menggunakan barang atau jasa untuk penggunaannya sendiri.
2. *Organizational Consumer* : konsumen ini membeli atau menggunakan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dan menjalankan organisasi tersebut. Para konsumen sangat beraneka ragam menurut usia, pendapatan, tingkat pendidikan, pola perpindahan tempat, selera. Sangat bermanfaat bagi para pemasar untuk membeda-bedakan kelompok konsumen yang memang berbedabeda, dan mengembangkan produk dan jasa yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen itu.

2.4.1. Minat Konsumen

Menurut Assael (2002 : 53) minat beli konsumen (*intention to buy*) adalah sebagai berikut

Intention to buy, once brands are evaluated the consumer intends to purchase brands achieving the highest level of expected satisfaction.

Pengertian minat beli konsumen di atas mengkondisikan bahwa minat beli konsumen timbul dan terbentuk setelah konsumen melakukan evaluasi terlebih dahulu terhadap sesuatu merek dan akan melakukan pembelian terhadap merek yang dapat memberikan tingkat paling tinggi dari kepuasan yang diharapkan.

Philip Kotler (1994 : 602) titik tolak untuk, memahami perilaku pembelian konsumen adalah melalui modal stimulasi AIDA yang berusaha menggambarkan tahap-tahap suatu rangsangan tertentu yang diberikan oleh para pemasar, yaitu sebagai berikut :

- *Attention*, yaitu Timbulnya perhatian konsumen terhadap suatu usaha pemasaran yang diberikan oleh pemasar.
- *Interest*, yaitu Munculnya minat beli karena tertarik terhadap objek yang dikenakan usaha pemasaran tersebut
- *Desire* yaitu setelah merasa tertarik, timbul hasrat atau keinginan untuk memiliki objek tersebut.
- *Action*, yaitu Tindakan yang muncul setelah tiga tahapan di atas yaitu melakukan pembelian

Minat beli konsumen merupakan masalah yang sangat kompleks namun harus tetap menjadi perhatian pemasar, minat konsumen untuk membeli dapat

muncul sebagai akibat dari adanya stimulus (rangsangan) yang ditawarkan oleh perusahaan masing-masing stimulus tersebut dirancang untuk menghasilkan tindakan pembelian dari konsumen.

Menurut Asseal (2002 : 72) factor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen diantaranya.

a. lingkungan

lingkungan sekitar dapat mempengaruhi minat beli konsumen dalam pemilihan suatu produk tertentu.

b. Stimuli pemasaran.

Pemasaran berupaya menstimulus konsumen sehingga dapat menarik minat beli, diantaranya dengan iklan yang menarik.

Minat beli dibentuk oleh pengaruh, sikap konsumen terhadap suatu produk dan keyakinan mereka atas kualitas, dalam hal ini pemasar harus mengerti keinginan konsumen. Minat beli konsumen yaitu sikap, minat dan tindakan yang dilakukan konsumen dalam proses pengambilan keputusan dan merencanakan pembelian terhadap sejumlah merek. Minat konsumen sangat dipengaruhi oleh karakteristik produk pemilihan terhadap manfaat dari suatu produk dan harga yang ditentukan oleh pemasar.

2.4.2 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian oleh Konsumen

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

keputusan pembelian, dan bagaimana langkah-langkah dalam proses membeli tersebut. Beberapa peranan seseorang dalam mempengaruhi sebuah keputusan pembelian (Philip Kotler 1993 : 252):

1. Pengambil Inisiatif (*initiator*) : adalah orang yang pertama-tama menyarankan atau memikirkan gagasan membeli produk atau jasa tertentu.
2. Orang yang mempengaruhi (*influences*) : adalah orang yang pandangan atau nasihatnya diperhitungkan dalam membuat keputusan akhir.
3. Pembuat Keputusan (*decides*) : adalah seseorang yang pada akhirnya menentukan sebagian besar atau keseluruhan keputusan membeli: apakah jadi membeli, apa yang dibeli, bagaimana membeli, atau dimana membeli.
4. Pembeli (*buyer*) : adalah seseorang yang melakukan pembelian yang sebenarnya.
5. Pemakai (*user*) : adalah seseorang atau beberapa orang yang menikmati atau memakai produk dan jasa.

Tipe-tipe Perilaku Membeli :

1. Perilaku Membeli yang Kompleks yaitu perilaku membeli yang kompleks bila mereka semakin terlibat dalam kegiatan membeli dan menyadari perbedaan 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 di beli itu mahal harganya, jarang dilakukan dan berisiko.

3. Perilaku Membeli Berdasarkan Kebiasaanyaitu perilaku membeli konsumen yang acuh, tanpa memandang perbedaan nyata antara merek satu dengan yang lain. Konsumen tidak melakukan pencarian informasi yang luas tentang berbagai merek, menilai ciri-cirinya dan menimbang-nimbang keputusan namun konsumen malah menerima informasi pasif yang biasanya dari sebuah iklan di televisi atau koran.
4. Perilaku yang Mencari Keragamanyaitu perilaku membeli yang tingkat keterlibatan konsumennya rendah, tetapi ditandai oleh perbedaan merek yang nyata. Konsumen memiliki beberapa kepercayaan memilih satu merek tanpa banyak penilaian dalam membeli.

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

1. Menganalisa Keinginan dan Kebutuhan Penganalisaan keinginan dan kebutuhan ini ditujukan terutama untuk mengetahui adanya keinginan dan kebutuhan yang belum terpenuhi atau terpuaskan.
2. Menilai Sumber-sumber tahap kedua dalam proses pembelian ini sangat berkaitan dengan lamanya waktu dan jumlah uang yang tersedia untuk membeli.
3. Menetapkan Tujuan Pembelian Tahap ketika konsumen memutuskan untuk tujuan apa pembelian dilakukan, yang bergantung pada jenis produk dan kebutuhannya.
4. Mengidentifikasi Alternatif Pembelian Tahap ketika konsumen mulai mengidentifikasi berbagai alternatif pembelian.

5. Keputusan Membeli Tahap ketika konsumen mengambil keputusan apakah membeli atau tidak. Jika dianggap bahwa keputusan yang diambil adalah membeli, maka pembeli akan menjumpai serangkaian keputusan menyangkut jenis produk, bentuk produk, merk, penjual, kuantitas, waktu pembelian dan cara pembayarannya.
6. Perilaku Sesudah Pembelian Tahap terakhir yaitu ketika konsumen sudah melakukan pembelian terhadap produk tertentu.

2.4.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen

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

1. Kebudayaan

Kebudayaan ini sifatnya sangat luas, dan menyangkut segala aspek kehidupan manusia. Kebudayaan adalah simbul dan fakta yang kompleks, yang diciptakan oleh manusia, diturunkan dari generasi ke generasi sebagai penentu dan pengatur tingkah laku manusia dalam masyarakat yang ada.

2. Kelas sosial

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

3. Kelompok referensi kecil

Kelompok 'kecil' di sekitar individu yang menjadi rujukan bagaimana seseorang harus bersikap dan bertingkah laku, termasuk dalam tingkah

laku pembelian, misal kelompok keagamaan, kelompok kerja, kelompok pertemanan, dll.

4. Keluarga

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

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

5. Pengalaman

Berbagai informasi sebelumnya yang diperoleh seseorang yang akan mempengaruhi perilaku selanjutnya.

6. Kepribadian

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

7. Sikap dan kepercayaan

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

8. Konsep diri

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

2.5. Teknik Penentuan Sampel

Menurut *Sugiyono (2006)*, Jumlah anggota sampel sering dinyatakan dengan ukuran sampel. Jumlah sampel 100% mewakili populasi adalah sama dengan populasi. Jadi bila jumlah populasi 1000 dan hasil penelitian itu akan diberlakukan untuk 1000 orang tersebut tanpa ada kesalahan, maka jumlah sampel yang diambil sama dengan jumlah populasi tersebut yaitu 1000 orang. Makin besar jumlah sampel mendekati populasi, maka peluang kesalahan generalisasi semakin kecil dan sebaliknya makin kecil jumlah sampel menjauhi populasi, maka makin besar kesalahan generalisasi (diberlakukan umum).

Cara menentukan ukuran sampel sangat praktis, yaitu dengan tabel dan nomogram. Tabel yang digunakan adalah tabel Krejcie dan nomogram Harry King. Dengan kedua cara tersebut tidak perlu dilakukan perhitungan yang rumit.

Krejcie dalam melakukan perhitungan ukuran sampel didasarkan atas kesalahan 5%. Jadi sampel yang diperoleh mempunyai nilai kepercayaan 95% terhadap populasi. Tabel Krejcie ditunjukkan pada tabel 2.1. Dari tabel itu terlihat bila jumlah populasi 100 maka sampelnya 80, bila populasi 1000 maka sampelnya 278, bila populasinya 10.000 maka sampelnya 370, dan bila jumlah populasi 100.000 maka jumlah sampelnya 384. dengan demikian makin besar populasi makin kecil prosentase sampel. Oleh karena itu tidak tepat bila ukuran populasinya berbeda prosentase sampelnya sama, misalnya 10%.

Harry King menghitung sampel tidak hanya atas kesalahan 5% saja, tetapi bervariasi sampai 15%. Tetapi jumlah, populasi paling tinggi hanya

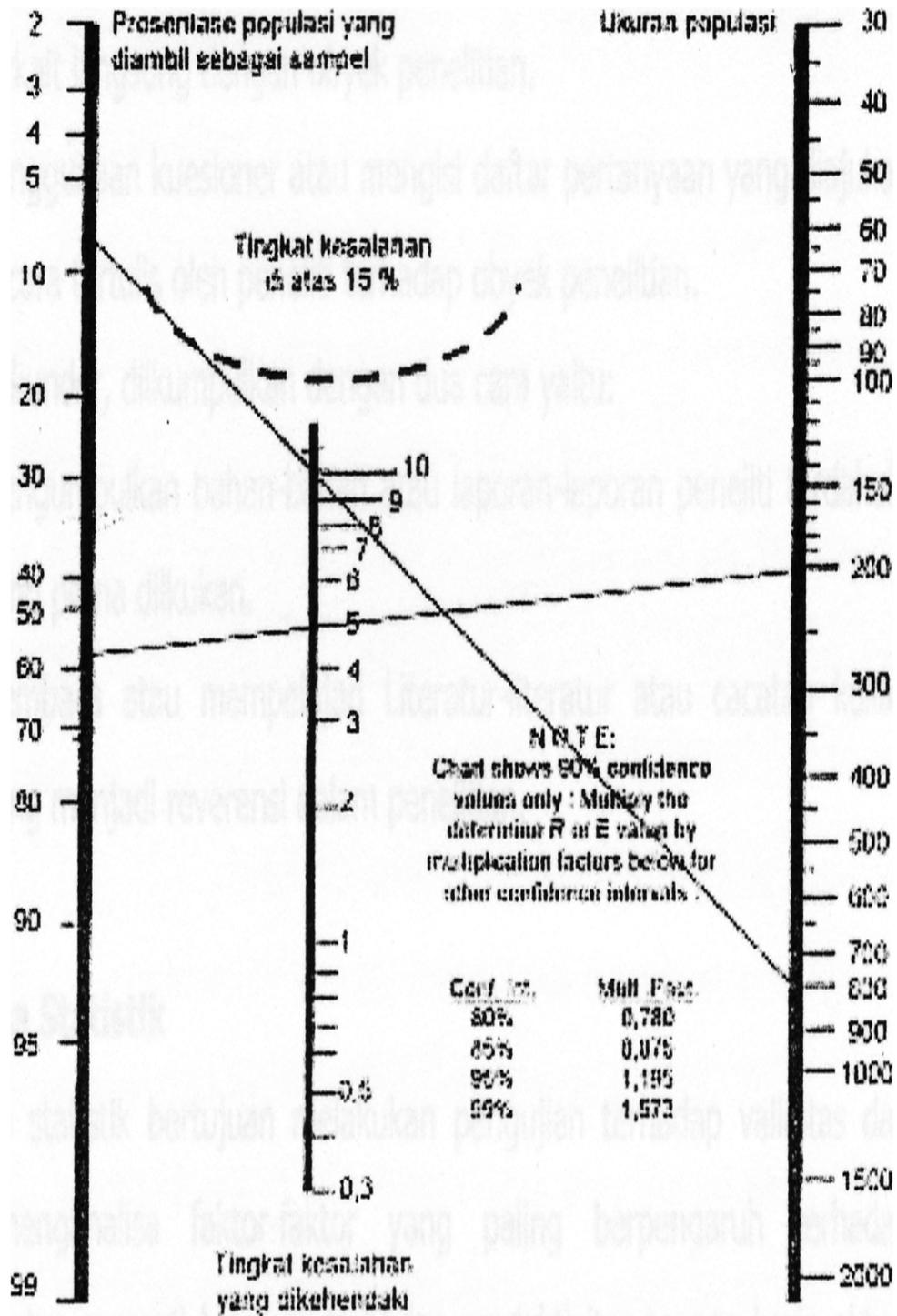
2000. Nomogram ini ditunjukkan pada gambar 2.4. Dari gambar tersebut diberikan contoh bila populasi 200 kepercayaan sampel dalam mewakili 95%, maka jumlah sampelnya sekitar 58% dari populasi. Jadi $0,58 \times 200 = 116$. Bila populasi 800, kepercayaan sampel 90%, atau kesalahan 10%, maka jumlah sampel = 7,5% dari populasi, jadi $0,075 \times 800 = 60$. Terlihat disini semakin besar kesalahan akan semakin kecil jumlah sampel. Contoh mencari ukuran sampel diberikan dibawah nomogram (Gambar 2.1).

Tabel 2.1 Tabel Krecjie (a = 5%)

Tabel Krecjie (a = 5%)											
N	S	N	S	N	S	N	S	N	S	N	S
10	10	85	70	220	140	440	205	1.200	291	4.000	351
15	14	90	73	230	144	460	210	1.300	297	4.500	354
20	19	95	75	240	148	480	214	1.400	302	5.000	357
25	24	100	80	250	152	500	217	1.500	306	6.000	361
30	28	110	86	260	155	550	226	1.600	310	7.000	364
35	32	120	92	270	159	600	234	1.700	313	8.000	367
40	36	130	97	280	162	650	242	1.800	317	9.000	368
45	40	140	103	290	165	700	248	1.900	320	10.000	370
50	44	150	108	300	169	750	254	2.000	322	15.000	375
55	48	160	113	320	179	800	260	2.200	327	20.000	377
60	52	170	118	340	181	850	265	2.400	331	30.000	379
65	56	180	123	360	186	900	269	2.600	335	40.000	380
70	59	190	127	380	191	950	274	2.800	338	50.000	381
75	63	200	132	400	196	1.000	278	3.000	341	75.000	382
80	66	210	136	420	201	1.100	285	3.500	346	100.000	384

Sumber Sugiyono (2006)

Dimana : N = Jumlah populasi. S = Sampel



Gambar 2.1 . Nomogram Harry King untuk menentukan ukuran sampel dari populasi sampai 2000.

2.6. Teknik Pengumpulan Data

Menurut *Ridwan (2004)*, Metode pengumpulan data adalah teknik atau Cara- cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Teknik pengumpulan data. Yang diperlukan adalah teknik pengumpulan data mana yang paling tepat, sehingga benar-benar didapat data yang valid dan reliabel. Metode pengumpulan data yaitu observasi dan wawancara. Instrumen pengumpulan data adalah kuesioner.

Menurut *Iqbal Hasan (2002 : 186)*, teknik pengumpulan data yang dilakukan harus disesuaikan dengan jenis data yang diambil antara lain Untuk data Primer, dikumpulkan dengan tiga cara yaitu:

- a. Observasi (pengamatan) adalah pengamatan secara langsung terhadap kejadian-kejadian yang ditemukan dilapangan. Kejadian ini dicatat dan didokumentasikan sebagai data primer penelitian.
- b. Wawancara atau mengadakan tanya jawab dengan pihak-pihak yang terkait langsung dengan obyek penelitian.
- c. Penggunaan kuesioner atau mengisi daftar pertanyaan yang diajukan secara tertulis oleh peneliti terhadap obyek penelitian Untuk data Sekunder, dikumpulkan dengan dua cara yaitu :
 - Mengumpulkan bahan-bahan atau laporan-laporan peneliti terdahulu yang pernah dilakukan.
 - Membaca atau mempelajari Literatur- literatur atau catatan kuliah yang menjadi referensi dalam penelitian.

2.6.1 Langkah- Langkah Penyusunan Instrumen Penelitian/ Kuisiener.

Menurut *Arikunto (2002: 178)* penyusunan kuisiener sebagai instrumen pengumpulan data dilakukan dengan cara sebagai berikut:

- 1). Mengadakan identifikasi variabel-variabel yang ada di rumusan judul penelitian atau yang tertera dalam masalah penelitian;
- 2). Menjabarkan variabel menjadi sub atau bagian variabel
- 3). Mencari indikator setiap sub atau bagian variabel
- 4). Menderetkan deskriptor dari setiap indikator
- 5). Merumuskan setiap deskriptor menjadi butiran- butiran instrumen
- 6). Melengkapi instrumen (pedoman atau instruksi) dan kata pengantar.

Keseluruhan rincian variabel menjadi sub variabel kemudian diteruskan menjadi indikator dan deskriptor ini dikenal dengan kisi-kisi penyusunan instrumen (*Arikunto, 2002: 178*).

2.7. Analisa Statistik

Analisa statistik bertujuan melakukan pengujian untuk menganalisa faktor-faktor yang paling berpengaruh terhadap keberhasilan devoloper perumahan, dan menguji hipotesa terhadap keberhasilan devoloper perumahan.

2.8.1. Pengujian Validitas dan Reliabilitas

2.8.1.1. Pengujian Validitas Instrumen

Pengujian Validitas Instrumen dengan menguji validitas konstruksi, maka dapat digunakan pendapat dari ahli. Pengujian validitas instrumen menjelaskan bahwa validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keandalan atau kesahihan suatu alat ukur. Alat ukur

yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Untuk menguji validitas alat ukur, terlebih dahulu dicari harga korelasi antara bagian-bagian dari alat ukur secara keseluruhan dengan cara mengkorelasikan setiap butir alat ukur dengan skor total yang merupakan jumlah tiap skor butir, dengan rumus Pearson Product Moment adalah (Riduwan, 2010;110) :

$$r_{hitung} = \frac{n \sum x_i y_i - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{(n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2)(n \sum y_i^2 - (\sum y_i)^2)}} \quad 2.1$$

Dimana:

- r_{hitung} = Koefisien korelasi
- $\sum X_i$ = Jumlah skor item
- $\sum Y_i$ = Jumlah skor total (seluruh item)
- n = Jumlah responden

selanjutnya dihitung dengan uji- t dengan rumus : $t_{hitung} = \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$ 2.2

Dimana :

- t = Nilai t_{hitung}
- r = koefisien korelasi hasil r_{hitung}
- n = Jumlah responden

distribusi (tabel t) untuk $\alpha = 0.05$ dan derajat kebebasan ($dk = n-2$) kaidah

keputusan : jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ berarti valid sebaliknya

$t_{hitung} < t_{tabel}$ berarti tidak valid

Jika instrument itu valid, maka dilihat criteria penafsiran mengenai indeks korelasinya (r) sebagai berikut:

Antara 0.800 sampai dengan 1.000 sangat tinggi

Antara 0.600 sampai dengan 0.799 tinggi

Antara 0.400 sampai dengan 0.599 cukup tinggi

Antara 0.200 sampai dengan 0.399 rendah

Antara 0.000 sampai dengan 0.199 sangat rendah (*tidak valid*)

2.8.1.2. Pengujian Reliabilitas Instrumen

Instrumen penelitian harus berkualitas yang sudah distandarkan sesuai dengan kriteria teknik pengujian validitas dan reliabilitas. Didalam pengujian reliabilitas instrumen ini dapat digunakan berbagai cara antara lain: belah dua (*split half*) dan Spearman Brown, Kuder Richardson-20 (KR-20), KR-21, Anova Hoyt dan Alpha.

2.8.1.2.1 Metode Belah Dua (Split Half Method)

Dalam menggunakan metode ini pengetes hanya memiliki satu seri tes tetapi dicobakan dua kali. Oleh karena tesnya hanya satu dan dicobakan dua kali disebut *single-test-double-trial method*. Ada juga metode koreksi diri sendiri (*self-correlation method*) karena meng-korelasikan hasil dari tes yang sama.

Dari kelemahan penggunaan metode dua-tes dua kali percobaan dan satu tes dua kali percobaan, maka diatasi dengan metode belah dua. Metode belah dua menggunakan sebuah tes dan dicobakan satukali. Pada waktu membelah dua dan mengkorelasikan dua belahan, baru diketahui reliabilitas setengah tes saja. Jika untuk mengetahui reliabilitas seluruh tes

harus menggunakan rumus Spearman Brown sebagai berikut (Riduwan,2010;113):

$$r_{11} = \frac{2.r_b}{1+r_b} \quad 2.3$$

Dimana:

r_{11} = Koefisien reliabilitas internal seluruh item

r_b = Korelasi Product Moment antara belahan (ganjil- genap) atau (awal-akhir)

Metode belah dua harus diingat bahwa banyaknya butir pertanyaan atau pertanyaan harus genap agar dapat dibelah. Ada dua cara membelah butir pertanyaan atau pernyataan yaitu: (1) embelah atas item- item genap dan item-item ganjil, disebut juga dengan belahan ganjil-genap, dan (2) membelah atas item-item akhir yaitu setengah jumlah pada nomor-nomor awal dan setengah jumlah pada nomor-nomor akhir, disebut juga dengan belahan awal-akhir.

2.8.1.2.2 Metode Kuder Richardson-20 (KR-20)

Metode KR-20 ini berguna untuk mengetahui reliabilitas dari seluruh tes untuk item pertanyaan atau pernyataan yang menggunakan jawaban benar (ya) atau salah (tidak). Bila benar bernilai = 1 dan jika salah bernilai = 2. Menggunakan rumus sebagai berikut (Riduwan,2010;119):

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1}\right) \cdot \left(\frac{s^2 - \sum pq}{s^2}\right) \quad 2.4$$

Dimana :

r_{11} = Koefisien reliabilitas internal seluruh item

p = Proporsi subyek yang menjawab item dengan benar

- q = Proporsi subyek yang menjawab item yang salah ($q = 1 - p$)
- Σpq = Jumlah hasil perkalian p dan q
- k = Banyaknya Item
- s = Standar deviasi dari test

2.8.1.2.3 Metode KR-21

Metode KR-21 ini alternatif lain untuk mencari reliabilitas dan fungsinya sama dengan KR-20 dengan menggunakan rumus sebagai berikut (*Riduwan, 2010; 120*):

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1}\right) \cdot \left(1 - \frac{\bar{x}(k-\bar{x})}{k \cdot s^2}\right) \quad 2.5$$

Dimana :

- r_{11} = Koefisien reliabilitas internal seluruh item
- k = Banyaknya Item
- s = Standar deviasi dari test
- \bar{x} = Mean (rerata total skor)

2.9.1.2.4 Metode Anova Hoyt

Metode ini untuk mencari reliabilitas item dengan menggunakan rumus Hoyt sebagai berikut (*Riduwan, 2010; 121*):

$$r_{11} = \frac{V_r - V_s}{V_r} \quad 2.6$$

Dimana :

- r_{11} = Koefisien reliabilitas internal seluruh item
- V_r = Varian responden
- V_s = Varian sisa

2.8.1.2.5 Metode ALPHA

Metode ini untuk mencari reliabelitas internal yaitu menganalisis reliabilitas alat ukur dari satu kali pengukuran dengan menggunakan rumus *Alpha* sebagai berikut (Riduwan, 2010; 125):

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \cdot \left(1 - \frac{\sum S_i}{S_t} \right) \quad 2.7$$

Dimana :

- r_{11} = Nilai Reliabilitas
- $\sum S_i$ = Jumlah varians skor tiap- tiap item
- S_t = Varian total
- k = Jumlah item

2.9.1. Analisa Korelasi

2.9.1.1. Korelasi *product moment*

Analisa hubungan antar variabel secara garis besar ada dua yaitu Analisa korelasi dan Analisa Regresi. Kedua analisa tersebut saling terkait. Analisa Korelasi menyatakan derajat keeratan hubungan antar variabel, sedangkan analisa Regresi digunakan dalam peramalan variabel terikat berdasarkan variabel-variabel bebasnya.

Analisa korelasi akan mencari derajat keeratan hubungan dan arah hubungan. Nilai korelasi berada dalam rentang 0 sampai 1 atau 0 sampai - 1. Tanda positif dan negatif menunjukkan arah hubungan. Tanda positif menunjukkan arah perubahan yang sama. Jika satu variabel naik, variabel yang lain juga naik. Demikian pula sebaliknya. Tanda negatif menunjukkan arah perubahan yang berlawanan. Jika satu variabel naik, variabel yang lain malah turun.

Nilai korelasi yang sering disebut juga koefisien Pearson memiliki formula sebagai berikut (Sugiyono2007;228):

$$r_{xy} = \frac{n \sum x_i y_i - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{(n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2)(n \sum y_i^2 - (\sum y_i)^2)}} \quad 2.8$$

dimana:

r_{xy} = Koefisien korelasi

n = Jumlah sampel

x_i = Variabel bebas ke i

y_i = Variabel terikat ke i

$\sum x_i y_i$ = Jumlah perkalian antara skor instrumen dan skor total

$\sum x_i^2$ = Jumlah kuadrat skor item

$\sum y_i^2$ = Jumlah kuadrat skor total

Besarnya nilai korelasi menggambarkan tingkat hubungan antar variabel sebagaimana ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 2.2 Tingkat Kofesien Korelasi

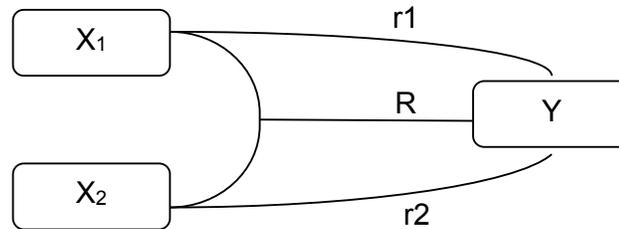
Interval Koefisien Korelasi	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,00	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2010)

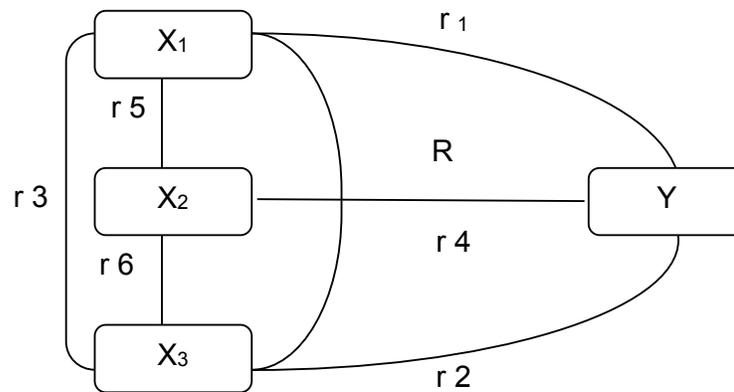
2.9.1.2. Korelasi ganda

Korelasi ganda (*multiple correlation*) merupakan angka yang menunjukkan arah dan kuatnya hubungan anatar dua variabel secara bersama-sama atau lebih dengan variabel yang lain. Pemahaman tentang

korelasi ganda dapat dilihat melalui gambar berikut. Simbol korelasi ganda adalah R



Gambar 2.2 Korelasi Ganda dua Variabel bebas dan satu terikat



Gambar 2.3 Korelasi Ganda tiga Variabel bebas dan satu terikat

Dari gambar diatas terlihat bahwa korelasi ganda R, bukan merupakan penjumlahan dari korelasi sederhana yang ada pada setiap variabel ($r_1 + r_2 + r_3$), jadi $R \neq (r_1 + r_2 + r_3)$. Korelasi ganda merupakan hubungan secara bersama-sama antara P_1 dengan P_2 dan P_n dengan Y . Rumus korelasi ganda dua variabel ditunjukkan pada rumus berikut (Sugiyono2007;233):

$$R_{y.x_1 \dots x_2} = \sqrt{\frac{r^2_{xy_1} + r^2_{xy_2} - 2r_{xy_1} r_{xy_2} r_{x_1y_2}}{1 - r_{x_1y_2}^2}} \quad 2.9$$

Dimana:

$R_{y, x_1 x_2}$ = korelasi antara variabel X_1 dengan X_2 secara bersama-sama dengan variabel Y

r_{xy_1} = Korelasi Product Moment antara X_1 dengan Y

r_{xy_2} = Korelasi Product Moment antara X_2 dengan Y

$r_{x_1 x_2}$ = Korelasi Product Moment antara X_1 dengan X_2

Jadi untuk menghitung korelasi ganda, maka harus dihitung terlebih dahulu korelasi sederhananya dulu melalui korelasi *Product Moment* dari Pearson

2.10. Analisa Regresi

2.10.1 Regresi linier sederhana

Analisa Regresi merupakan uji yang digunakan untuk meramalkan suatu variabel terikat berdasarkan satu variabel atau beberapa variabel lain (variabel bebas) dalam suatu persamaan linier (*Sugiyono, 2007; 261*).

$$\bar{Y} = a + bX \quad 2.10$$

dimana:

\bar{Y} = variabel terikat

X = variabel bebas

a = harga Y bila $X=0$ (harga konstan)

b = Angka arah atau koefisien regresi yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel bebas. Bila $b (+)$ maka naik, dan bila $b (-)$ maka terjadi penurunan

$$\text{Harga } b = r \frac{S_y}{S_x} \quad 2.11$$

$$\text{Harga } a = Y - bX \quad 2.12$$

Dimana:

r = koefisien *product moment* antara variabel X dengan variabel Y

S_p = Simpangan baku variabel X

S_q = Simpangan baku variabel Y

2.10.2 Regresi ganda

Analisa regresi ganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel terikat (kriterium), bila dua atau lebih variabel bebas sebagai faktor preditor dimanipulasi (dinaikturunkan nilainya), jadi analisa regresi ganda akan dilakukan bila jumlah variabel bebasnya minimal 2.

Persamaan regresi untuk n preditor adalah (Sugiyono, 2007;275)

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n \quad 2.13$$

Untuk bisa membuat ramalan melalui regresi maka data setiap variabel harus tersedia. Selanjutnya berdasarkan data itu peneliti harus dapat menemukan persamaan perhitungan.

Jadi harga b merupakan fungsi dari koefisien korelasi. Bila koefisien korelasi tinggi, maka harga b juga besar, sebaliknya bila koefisien rendah maka harga b juga rendah (kecil). Selain itu bila koefisien korelasi negatif maka harga b juga negatif dan sebaliknya bila koefisien korelasi positif maka harga b juga positif.

Selain itu harga a dan b dapat dicari dengan rumus berikut
(Sugiyono, 2007;275):

$$a = \frac{(\sum Y_i)(\sum X_i^2) - (\sum X_i)(\sum X_i Y_i)}{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2} \quad 2.14$$

$$b = \frac{n \sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2} \quad 2.15$$

dimana:

n = Jumlah sampel

$\sum x_i$ = Jumlah dari variabel bebas ke i

$\sum y_i$ = Jumlah dari variabel terikat ke i

$\sum x_i y_i$ = Jumlah perkalian antara skor instrumen dan skor total

$\sum x_i^2$ = Jumlah kuadrat skor item

$\sum y_i^2$ = Jumlah kuadrat skor total

2.11. Pengujian hipotesis

Pengujian hipotesis merupakan langkah ketiga dalam penelitian. Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat tanya. Penelitian yang merumuskan hipotesis adalah penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif. Pada penelitian kualitatif, tidak merumuskan hipotesis hipotesis, tetapi justru menemukan hipotesis. Didalam penelitian ini menggunakan pengujian hipotesis berupa uji F dan uji t.

2.11.1 Uji F

Untuk mengetahui apakah variabel-variabel bebas secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap variable tergantung, digunakan Uji F. Rumus yang dapat digunakan adalah (*Riduwan, 2011*):

$$F_{\text{Hitung}} = \frac{R^2 \cdot (n - k - 1)}{k \cdot (1 - R^2)} \quad 2.16$$

Dimana:

k = jumlah parameter dalam model

n = jumlah sampel

R = koefisien korelasi ganda

Pada tingkat keyakinan 95% dilakukan uji hipotesis koefisien regresi secara simultan dengan menggunakan analisis varian (Uji F), melalui prosedur sebagai berikut:

- a. $H_0: \beta_1 = \beta_2 = \dots = \beta_n = 0$: menunjukkan bahwa variabel faktor-faktor tidak berpengaruh terhadap peningkatan produktivitas hasil kerja.
- b. H_1 : tidak semua $\beta_1 \neq \beta_2 \neq \beta_n \dots \neq 0$: menunjukkan bahwa faktor-faktor berpengaruh terhadap peningkatan produktivitas.

2.11.2 Uji t

Selanjutnya, untuk menguji tingkat signifikansi dari koefisien regresi secara parsial dilakukan uji t yang dapat dihitung dengan cara (*Riduwan, 2011*):

$$t = \frac{b_i}{Sb_i} \quad 2.17$$

Dimana:

b_i = koefisien regresi ke-i

Sb_i = Kesalahan standar dari koefisien regresi-i

Pada tingkat keyakinan 95%, uji hipotesis dilakukan dengan prosedur:

- a. $H_0: \beta_1 = 0$; artinya bahwa variabel faktor-faktor tidak berpengaruh terhadap peningkatan produktivitas hasil kerja.
- b. $H_1: \beta_1 \neq 0$; artinya bahwa variabel faktor-faktor mempengaruhi resiko peningkatan biaya proyek.
- c. Besarnya koefisien korelasi parsial dikatakan bermakna jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, dan ini berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima.

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Uraian umum

Penelitian adalah langkah-langkah yang dilakukan untuk memecahkan suatu masalah melalui proses pengumpulan dan pengolahan data. Agar mendapatkan ketepatan penelitian, memperkecil kesalahan-kesalahan yang mungkin terjadi serta mendapatkan hasil penelitian yang sesuai dengan tujuan yang ditetapkan, maka perlu dibuat metodologi penelitian. Tahapan-tahapan penelitian tersebut merupakan urutan-urutan langkah yang harus dilakukan oleh peneliti dalam melaksanakan penelitiannya. Keterkaitan dari masing-masing tahap sangat erat karena hasil dari tahap sebelumnya akan menentukan proses dan hasil dari tahap selanjutnya.

Langkah-langkah yang ditempuh dalam melaksanakan penelitian meliputi hal sebagai berikut:

3.2 Lokasi studi

Sebelum melaksanakan penelitian, peneliti terlebih dahulu osbservasi. Studi ini ditujukan kepada pembeli produk perumahan di wilayah Mojokerto yaitu batas utara dengan Kota Lamongan dan Gresik, batas selatan dengan Kota Malang, batas timur dengan Pasuruan dan Sidoarjo, dan batas barat dengan Jombang.

3.3 Jenis penelitian

Penelitian ini dapat dikategorikan sebagai penelitian pengembangan analisa statistik karena penelitian ini dikerjakan dengan tujuan untuk mengembangkan suatu manajemen properti dan minat konsumen terhadap pembelian produk perumahan di wilayah Mojokerto.

3.4 Pengumpulan data

Pengumpulan data untuk mendukung penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner dan wawancara ke pembeli produk perumahan. Pengumpulan data dilakukan secara langsung ke rumah pembeli dengan tujuan agar tidak terjadi kesalahan dalam memahami pernyataan, dan dengan harapan agar para responden dapat memberi masukan-masukan yang berguna untuk menyempurnakan penelitian ini. Konsumen pembeli produk perumahan di beri beberapa pertanyaan, dan dalam hal ini responden diberikan kesempatan memberikan jawaban bebas untuk menjelaskan alasan atas pilihan jawaban yang dipilih.

3.5 Populasi dan sampel

Pada dasarnya ada dua macam metode pengambilan sampel, yaitu pengambilan sampel secara acak dan pengambilan sampel dipilih berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu. Berdasarkan hal di atas, dicoba untuk mendapatkan hasil survei yang sebaik mungkin. Untuk itu dipilih responden yang mempunyai reputasi yang baik. Tetapi karena adanya keterbatasan waktu dan biaya serta tujuan studi yang baru merupakan tahap penjajakan awal, maka hanya

diambil 32 responden dari developer perumahan pada pembangunan perumahan tipe menengah di Wilayah Mojokerto.

3.6 Wawancara dengan responden

Salah satu metode pengumpulan data adalah dengan jalan wawancara. Tanpa wawancara peneliti akan kehilangan informasi yang hanya dapat diperoleh dengan jalan bertanya langsung pada responden. Pewawancara harus dapat menciptakan hubungan baik dengan responden, sehingga responden mau diajak bekerja sama dan bersedia memberi informasi yang sebenarnya. Setelah itu pewawancara diharapkan juga dapat menyampaikan pertanyaan yang merangsang responden untuk menjawabnya, menggali jawaban lebih jauh bila dikehendaki dan mencatatnya.

3.7 Penyusunan instrumen

Setelah pemilihan metode, langkah selanjutnya adalah penyusunan instrumen yaitu alat yang digunakan dalam penyusunan data. Instrument tersebut berupa kuesioner yang berisi beberapa pertanyaan yang ditujukan kepada konsumen pembeli perumahan. Instrumen yang digunakan yaitu: formulir kuesioner.

3.8 Variabel Penelitian dan Pengukuran variabel

Teknik pengukuran adalah penerapan atau pemberian skor terhadap obyek atau fenomena menurut aturan tertentu. Dalam penelitian ini digunakan skala likert yang berdasarkan kuesioner. Kuesioner terdiri dari beberapa pertanyaan dengan masing-masing mempunyai 4 pilihan jawaban yaitu SB (Sangat Berpengaruh); B (Berpengaruh); KB (Kurang Berpengaruh); TB (Tidak

Berpengaruh) dan tiap pilihan jawaban tersebut mempunyai nilai tersendiri dimana SB= 4; B= 3; KB=2; TB= 1 sesuai dengan tingkatannya terhadap masalah penelitian. Untuk mengetahui sejauh mana faktor-faktor berpengaruh terhadap kinerja dan untuk memudahkan penilaian.

Adapun variabel yang dipakai dalam penelitian ini adalah :

Tabel 3.1 Variabel Penelitian

No	Variabel	Definisi variabel
1.	Tipe Perumahan (Y)	Merupakan variabel terikat yang perlu di perhatikan dengan melihat Luas bangunan dan luas tanah.
2.	Tatanan Lingkungan (X ₁)	Pemasangan aliran listrik, air, telepon, Lampu PJU perumahan maupun air kotor. Memperhatikan akibat dari unsur- unsur yang dapat mencemari lingkungan seperti air, udara, dan kebisingan
3.	Desain dan Luas Tanah (X ₂)	Memberikan kebebasan dalam desain dan luas tanah yang tersisa dari yang bangun.
4.	Pendapatan Kerja (X ₃)	Variabel yang dijadikan acuan konsumen untuk mengambil tipe perumahan sesuai dengan pendapatan.
5.	Fasilitas Umum (X ₄)	Meliputi kebutuhan sehari- hari seperti mushola, makam, taman, dan taman bermain anak-anak.
6.	Kemudahan Akses Jalan (X ₅)	Mininjau jalur transportasi umum dan kenyamanan aksesibilitas jalan

7.	Kelancaran Akses Jalan (X_6)	Meninjau lebar jalan, marka jalan dan kemacetan disekeliling jalan yang akan menuju perumahan.
8.	Kedekatan Pusat Kota (X_7)	Mininjau jarak tempuh dari perumahan ke pusat kota.
9.	Kedekatan Tempat Kerja (X_8)	Mininjau jarak tempuh dari perumahan ke tempat kerja.

3.9 Uji validitas dan reliabilitas

Agar instrumen yang dipakai dalam penelitian ini dapat difungsikan dengan baik, maka instrument tersebut harus valid dan reliabel. Bahwa instrumen dikatakan valid apabila instrumen tersebut mampu mengukur apa yang diinginkan secara tepat. Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkatan-tingkatan atau kesahihan, instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur yang diinginkan dan mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Sedangkan Reliabilitas adalah sesuatu instrumen yang cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik.

3.9.1. Uji validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkatan-tingkatan atau kesahihan, instrument dikatakan valid apabila mampu mengukur yang diinginkan dan mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Validitas diukur dengan mengkorelasi antar skor masing-masing variabel dengan skor total yang merupakan skor butir. Untuk koefisien validiti, pengujian validitas menggunakan perhitungan produk moment yang dikemukakan oleh Pearson.

Validitas instrumen diperoleh dari hasil korelasi antar skor instrumen, dikorelasikan dengan skor total, kemudian dibandingkan dengan nilai kritis “r”. Jika korelasi setiap instrumen pertanyaan lebih besar arti nilai butir “r” maka instrumen tersebut dapat dinyatakan valid.

Adapun kaidah keputusan validitas adalah Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ berarti valid dan jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ berarti tidak valid.

Jika instrument itu valid, maka dilihat criteria penafsiran mengenai indeks korelasinya (r) sebagai berikut:

Antara 0.800 sampai dengan 1.000 sangat tinggi

Antara 0.600 sampai dengan 0.799 tinggi

Antara 0.400 sampai dengan 0.599 cukup tinggi

Antara 0.200 sampai dengan 0.399 rendah

Antara 0.000 sampai dengan 0.199 sangat rendah (*tidak valid*)

3.9.2. Uji reliabilitas

Reliabilitas adalah sesuatu instrumen yang cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Alat ukur yang baik tidak akan bersifat tendensius atau mengarahkan responden untuk memilih jawaban-jawaban tertentu. Instrumen yang sudah dapat dipercaya juga, adapun teknik pengujian Reliabilitas yaitu dengan menggunakan nilai koefisien yang nilainya berkisar mulai dari angka 0 sampai dengan angka 1. Semakin mendekati angka 1 semakin reliabel ukuran yang dipakai, untuk menunjukkan bahwa semakin reliabel bilamana nilai Cronbach alpha di atas 0,6 dan dibawah 0,6 menunjukkan total reliabel.

Adapun kaidah keputusan reliabel adalah Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ berarti reliabel dan jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ berarti tidak reliabel.

3.10 Metode analisis data

Setelah data terkumpul, proses yang dapat dilakukan selanjutnya adalah melakukan analisis data untuk menjawab hipotesis-hipotesis yang ada. Untuk itu, nantinya akan digunakan program bantu perangkat lunak statistik.

3.10.1. Analisis regresi linier berganda

Setelah dilakukan analisis faktor, didapat faktor-faktor resiko yang dapat mempengaruhi peningkatan produktifitas pekerja langkah selanjutnya adalah memperkirakan faktor-faktor yang paling dominan terhadap peningkatan biaya proyek. Hal ini dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda.

Untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat ditunjukkan dari besarnya nilai koefisien regresi sedangkan pengaruh signifikan terhadap variabel terikat dilihat dari uji F dan uji t. Sedangkan koefisien determinasi digunakan untuk melihat besar kontribusi/sokongan variabel bebas terhadap variabel terikat.

3.10.1.1 Uji F

Untuk mengetahui apakah variabel-variabel bebas secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel tergantung, digunakan Uji F.

Pada tingkat keyakinan 95% dilakukan uji hipotesis koefisien regresi secara simultan dengan menggunakan analisis varian (Uji F), melalui prosedur sebagai berikut:

- a. $H_0: X_1 = X_2 = \dots = X_n = \mathbf{0}$: menunjukkan bahwa variabel faktor-faktor tidak berpengaruh terhadap keberhasilan developer perumahan.
- b. H_1 : tidak semua $X_1 \neq X_2 \neq X_n \dots \neq \mathbf{0}$: menunjukkan bahwa variabel faktor-faktor berpengaruh terhadap keberhasilan developer perumahan.

3.10.1.2 Uji t

Uji t dilakukan untuk menguji tingkat signifikansi dari koefisien regresi secara parsial.

Pada tingkat keyakinan 95%, uji hipotesis dilakukan dengan prosedur:

- a. $H_0: \beta_1 = 0$; artinya bahwa variabel faktor-faktor tidak berpengaruh terhadap keberhasilan developer perumahan.
- b. $H_1: \beta_1 \neq 0$; artinya bahwa variabel faktor-faktor mempengaruhi terhadap keberhasilan developer perumahan.
- c. Besarnya koefisien korelasi parsial dikatakan bermakna jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, dan ini berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima.

3.10.1.3 Koefisien korelasi

Koefisien korelasi adalah suatu alat statistik, yang dapat digunakan untuk membandingkan hasil pengukuran dua variabel

yang berbeda agar dapat menentukan tingkat hubungan antara variabel-variabel ini.

3.2 Tabel Interpretasi nilai r

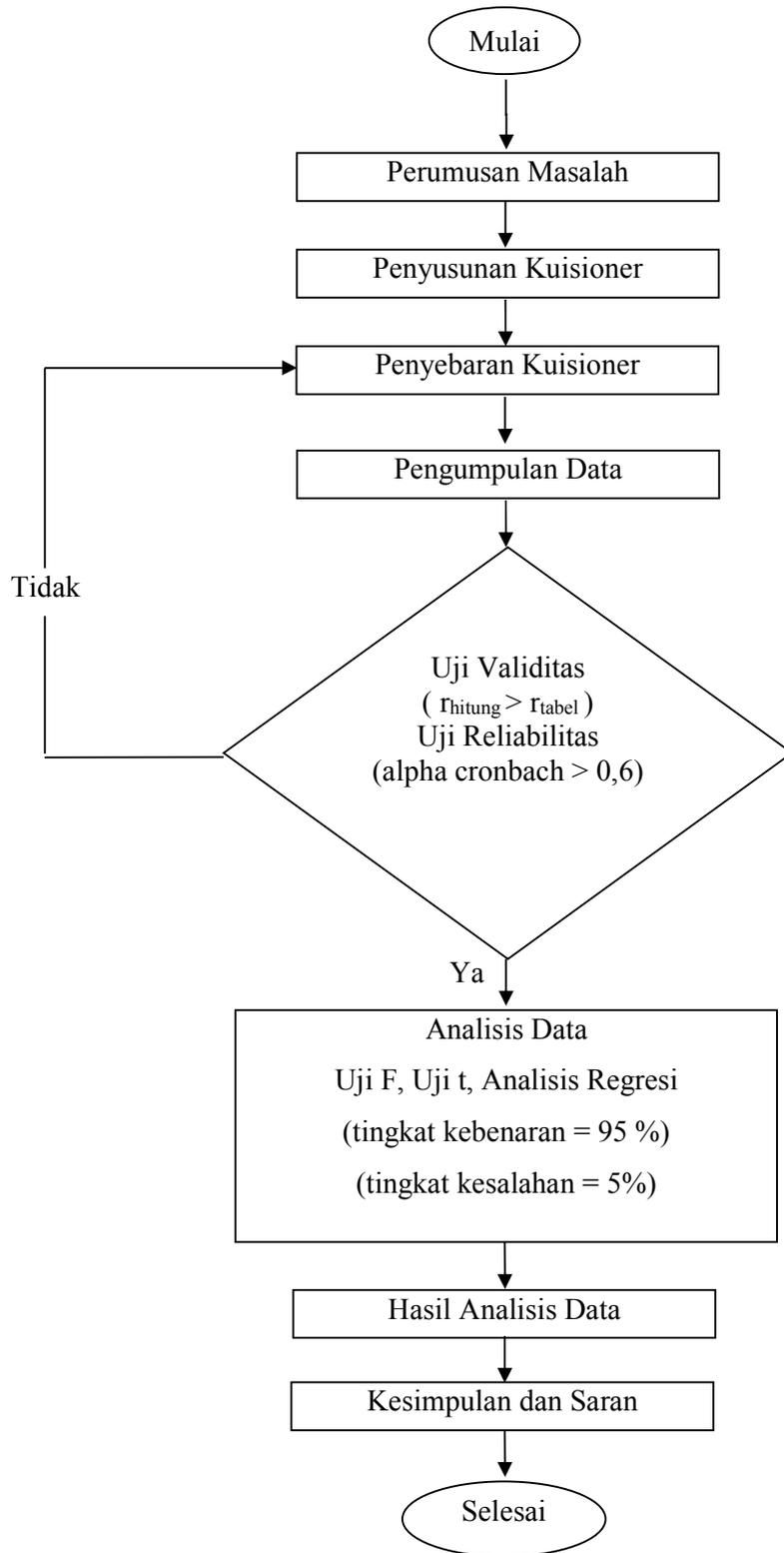
Besarnya nilai r	Interpretasi
Antara 0,800 sampai dengan 1,00	Tinggi
Antara 0,600 sampai dengan 0,800	Cukup
Antara 0,400 sampai dengan 0,600	Agak rendah
Antara 0,200 sampai dengan 0,0400	Rendah
Antara 0,000 sampai dengan 0,200	Sangat rendah (tak berkorelasi)

Dikutip dari Sutrisno Hadi Prof. Metodologi Research 3 UGM Yogyakarta

3.11 Prosedur analisis

Analisis data dilakukan secara sistematis dan terarah, hal ini dimaksudkan untuk mendapatkan hasil yang akurat. Adapun prosedur analisis yang dilakukan apabila digambarkan secara bagan alir pada Gambar 3.1

3.12 Bagan Alir Penelitian



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Penelitian

Pada bab ini akan dipaparkan hasil – hasil penelitian yang berhubungan dengan uji kelayakan instrumen penelitian berupa uji validitas dan reabilitas data, analisis deskriptif, uji F maupun uji t yang berhubungan dengan variabel Yang Mempengaruhi Minat Konsumen dalam Pembelian Tipe Perumahan Di Wilayah Mojoketo.

Jumlah reponden minat konsumen terhadap perumahan sebanyak 40 responden, Langkah selanjutnya adalah pengolahan data minat konsumen hasil penelitian, didalam pengelolaan data terdiri dari variabel bebas dan terikat. Dimana variabel bebas terdiri dari tatanan lingkungan (X_1), desain dan luas tanah (X_2), pendapatan kerja/ gaji (X_3), fasilitas umum (X_4), kemudahan akses jalan (X_5), kelancaran akses jalan (X_6), kedekatan pusat kota (X_7), kedekatan tempat kerja (X_8) dan variabel terikat terdiri dari minat konsumen/ tipe perumahan (Y).

4.2 Analisa Deskripsi

Data yang digunakan untuk mencari hubungan antara minat konsumen dengan variabel yang mempengaruhi dapat dilihat pada Lampiran 1.

Variabel–variabel bebas yang terdapat disini merupakan dari variabel bersifat kategorik. Dalam model regresi variabel kategori yang berharga satu sampai dengan empat disini sangat bermanfaat untuk mengklasifikasikan data kualitatif

Sebelum membahas mengenai interpretasi model hubungan antara variabel-variabel tersebut terlebih dahulu akan disajikan mengenai analisis deskriptif masing-masing variabel.

4.2.1 Minat Konsumen pada Tipe Perumahan (Y)

Dari basis data type perumahan diperoleh data luas tanah, lebar, panjang dan luas bangunan pada Tabel 4.1 dimana data rumah memiliki luas tanah dan bangunan minimum 36 m² dan luas maksimum 91 m² pada daerah Mojokerto Jawa Timur,. Harga bangunan rumah tinggal yang dapat dihimpun sebanyak 3 rumah tipe menengah antara lain tipe 36, 40, dan 45, yang tersebar di wilayah Mojokerto Jawa Timur, dengan klasifikasi luas tanah dan bangunan sebagai berikut :

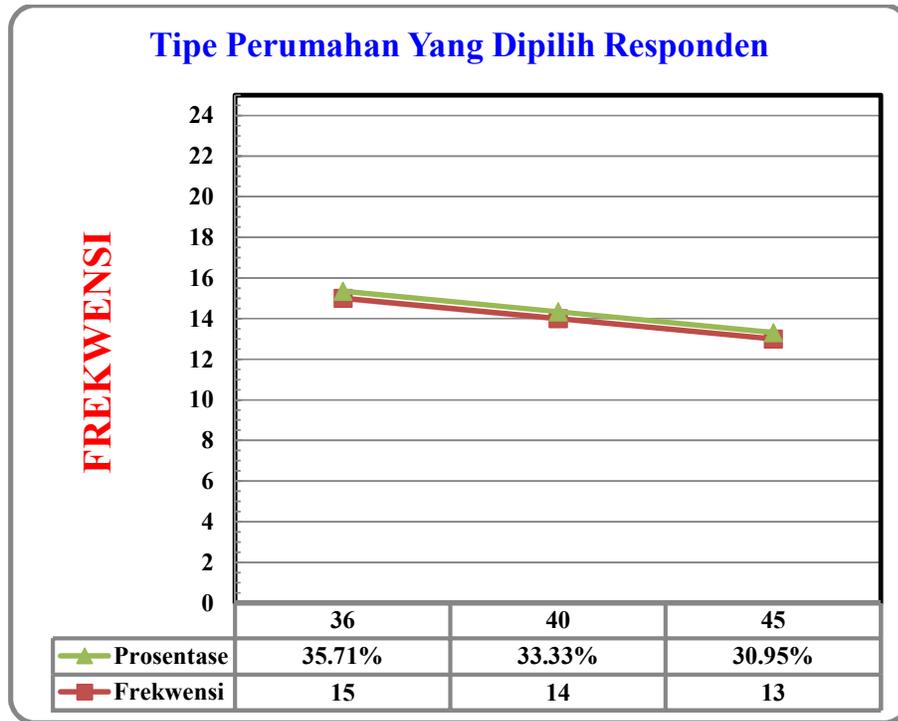
Tabel 4.1 Deskripsi Minat Konsumen

No	Type	Luas Tanah (m ²)	Lebar (m)	Panjang (m)	Harga	Frekwensi	Prosentase	Kumulatif
1	36	84	7	12	Rp 120,000,000.00	15	35.71%	35.71%
2	40	84	7	12	Rp 228,335,000.00	14	33.33%	69.05%
3	45	91	7	13	Rp 251,000,000.00	13	30.95%	100.00%

Sumber : data diolah (2014)

Dari Tabel 4.1 dapat diketahui bahwa rumah dengan luas tanah 84 m² dan bangunan 36 m² menempati urutan teratas yakni sejumlah 15 rumah atau 35.71%, diikuti rumah dengan luas tanah 84 m² dan bangunan 40 m² yakni sejumlah 14 rumah atau 33.33%, dilanjutkan rumah dengan luas tanah

91 m² dan bangunan 45 m² yakni sejumlah 13 rumah atau 30.95% .Untuk lebih jelasnya, dapat dilihat pada grafik berikut :



Gambar 4.1 Minat Konsumen Terhadap Type Perumahan

4.2.2 Tatanan Lingkungan (X_1)

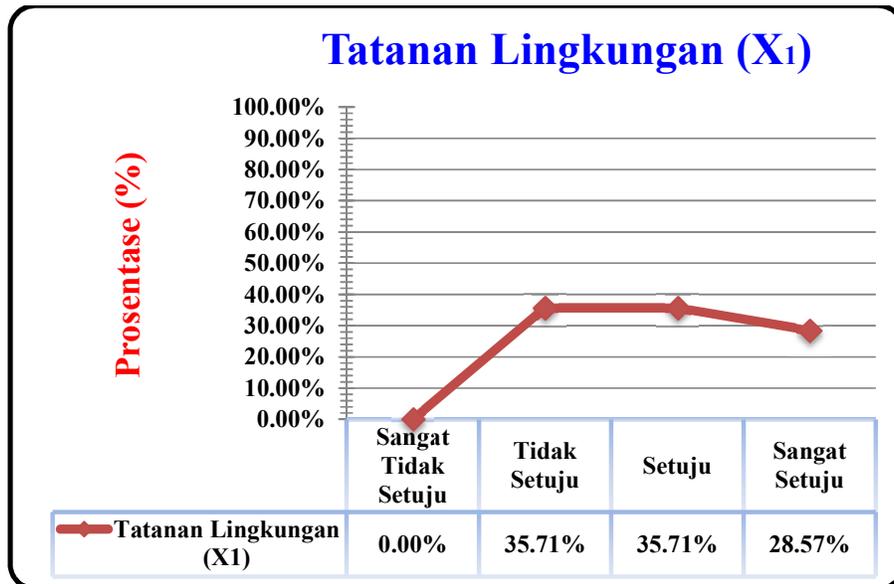
Berdasarkan hasil penyebaran kuisioner sebanyak 42 responden untuk variabel bebas tatanan lingkungan mempunyai pengaruh terhadap minat konsumen untuk menentukan pilihan rumah yang akan dipilih, dapat dilihat pada Tabel 4.3 dimana untuk responden yang menjawab setuju lebih banyak dibandingkan dengan tidak setuju, dengan tabel sebagai berikut :

Tabel 4.2 Deskripsi Tatanan Lingkungan

Keterangan	Tatanan Lingkungan (X_1)			
	1	2	3	4
	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Sangat Setuju
Frekwensi	0	15	15	12
Persentase	0.00%	35.71%	35.71%	28.57%
Total	100%			

Sumber : data diolah (2013)

Dari Tabel 4.3 dapat diketahui bahwa untuk variabel bebas tatanan lingkungan yang menjawab tidak setuju dan setuju yakni sejumlah 15 responden atau 35.71% menempati urutan teratas, diikuti yang menjawab sangat setuju yakni sejumlah 12 responden atau 28.57%, dilanjutkan yang menjawab sangat tidak setuju yakni sejumlah 0 responden atau 0.00%. Untuk lebih jelasnya, dapat dilihat pada grafik berikut :



Gambar 4.2 Tatanan Lingkungan

4.2.3 Desain dan Luas Tanah (X₂)

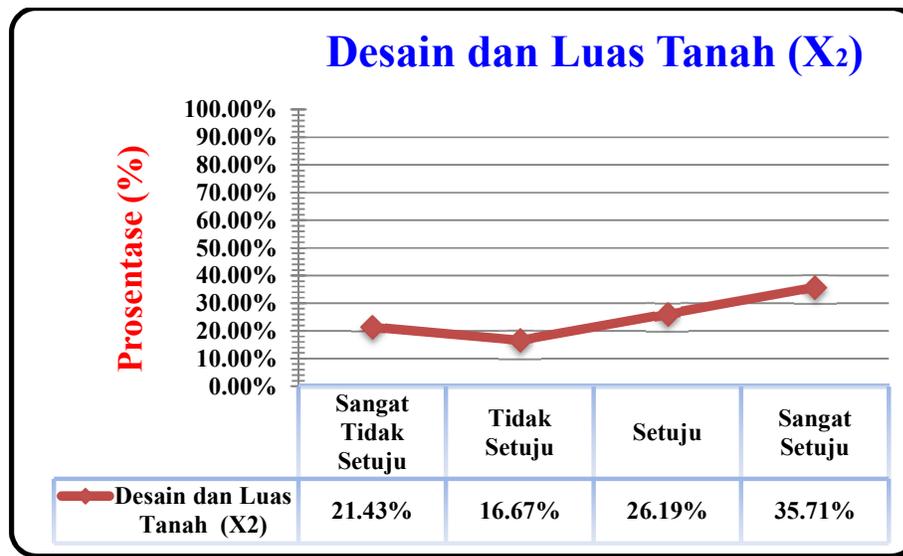
Berdasarkan hasil penyebaran kuisioner sebanyak 42 responden untuk variabel bebas desain dan luas tanah mempunyai pengaruh terhadap minat konsumen untuk menentukan pilihan rumah yang akan dipilih, dapat dilihat pada Tabel 4.3 dimana untuk responden yang menjawab setuju lebih banyak dibandingkan dengan tidak setuju, dengan tabel sebagai berikut :

Tabel 4.3 Deskripsi Desain dan Luas Tanah

Keterangan	Desain dan Luas Tanah (X ₂)			
	1	2	3	4
	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Sangat Setuju
Frekwensi	9	7	11	15
Persentase	21.43%	16.67%	26.19%	35.71%
Total	100%			

Sumber : data diolah (2014)

Dari Tabel 4.3 dapat diketahui bahwa untuk variable bebas desain dan luas tanah yang menjawab sangat setuju yakni sejumlah 15 responden atau 37.71% menempati urutan teratas, diikuti yang menjawab setuju yakni sejumlah 11 responden atau 26.67%, dilanjutkan yang menjawab sangat tidak setuju yakni sejumlah 9 responden atau 21.43% dan yang menjawab tidak setuju menempati urutan terbawah yaitu 7 responden atau 16.67%. Untuk lebih jelasnya, dapat dilihat pada grafik berikut :



Gambar 4.3 Desain dan Luas Tanah

4.2.4 Pendapatan Kerja/ Gaji (X_3)

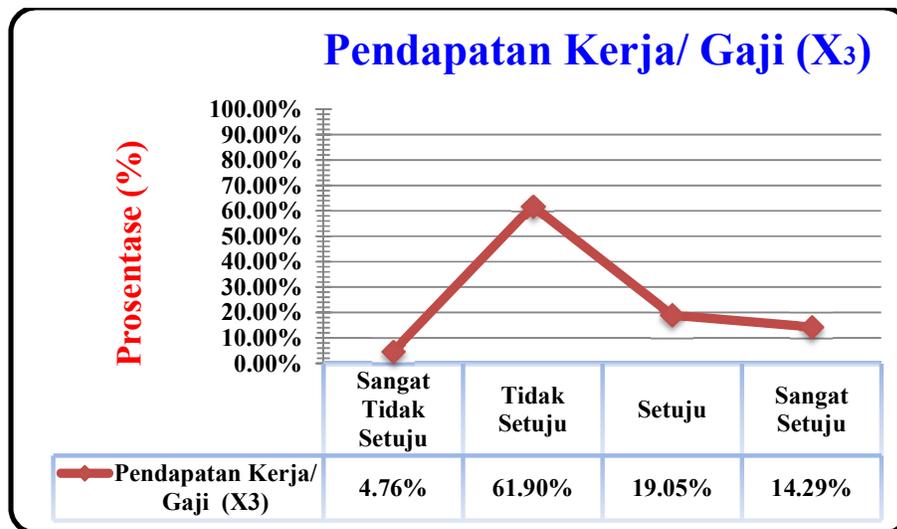
Berdasarkan hasil penyebaran kuisioner sebanyak 42 responden untuk variabel bebas pendapatan kerja/ gaji mempunyai pengaruh terhadap minat konsumen untuk menentukan pilihan rumah yang akan dipilih, dapat dilihat pada Tabel 4.4 dimana untuk responden yang menjawab setuju lebih banyak dibandingkan dengan tidak setuju, dengan tabel sebagai berikut :

Tabel 4.4 Deskripsi Pendapat Kerja/ Gaji

Keterangan	Pendapatan Kerja/ Gaji (X ₃)			
	1	2	3	4
	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Sangat Setuju
Frekwensi	2	26	8	6
Persentase	4.76%	61.90%	19.05%	14.29%
Total	100%			

Sumber : data diolah (2013)

Dari Tabel 4.4 dapat diketahui bahwa untuk variable bebas desain dan luas tanah yang menjawab tidak setuju yakni sejumlah 26 responden atau 61.90% menempati urutan teratas, diikuti yang menjawab setuju yakni sejumlah 8 responden atau 19.05%, dilanjutkan yang menjawab sangat tidak setuju yakni sejumlah 6 responden atau 14.29% dan yang menjawab sangat tidak setuju menempati urutan terbawah yaitu 2 responden atau 4.76%. Untuk lebih jelasnya, dapat dilihat pada grafik berikut :



Gambar 4.4 Pendapatan Kerja/ Gaji

4.2.5 Fasilitas Umum (X_4)

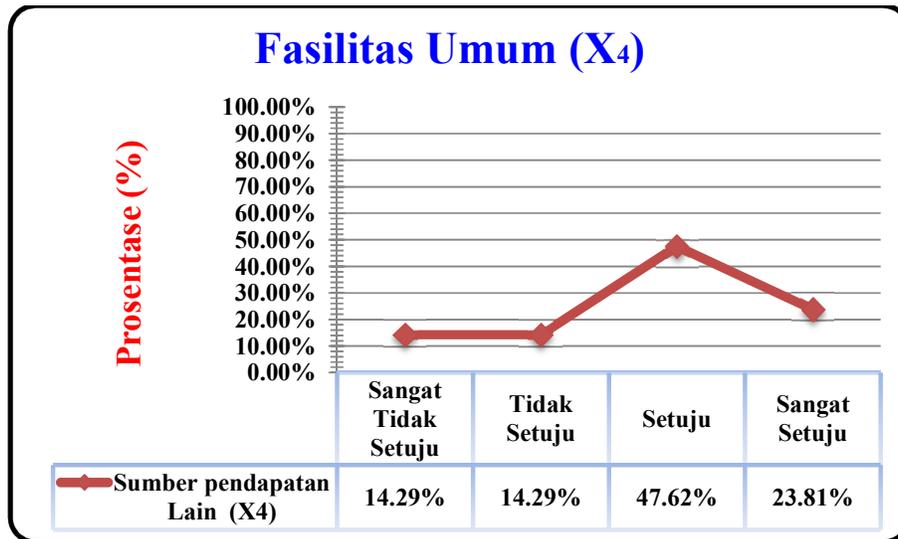
Berdasarkan hasil penyebaran kuisioner sebanyak 42 responden untuk variabel bebas pendapatan kerja/ gaji mempunyai pengaruh terhadap minat konsumen untuk menentukan pilihan rumah yang akan dipilih, dapat dilihat pada Tabel 4.5 dimana untuk responden yang menjawab setuju lebih banyak dibandingkan dengan tidak setuju, dengan tabel sebagai berikut :

Tabel 4.5 Deskripsi Fasilitas Umum

Keterangan	Sumber pendapatan Lain (X_4)			
	1	2	3	4
	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Sangat Setuju
Frekwensi	6	6	20	10
Persentase	14.29%	14.29%	47.62%	23.81%
Total	100%			

Sumber : data diolah (2013)

Dari Tabel 4.5 dapat diketahui bahwa untuk variable bebas sumber pendapatan lain yang menjawab setuju yakni sejumlah 20 responden atau 47.62% menempati urutan teratas, diikuti yang menjawab sangat setuju yakni sejumlah 10 responden atau 23.81%, kemudian yang menjawab sangat tidak setuju dan tidak setuju yakni sejumlah 6 responden atau 14.29%. Untuk lebih jelasnya, dapat dilihat pada grafik berikut :



Gambar 4.5 Fasilitas Umum

4.2.6 Kemudahan Akses Jalan (X₅)

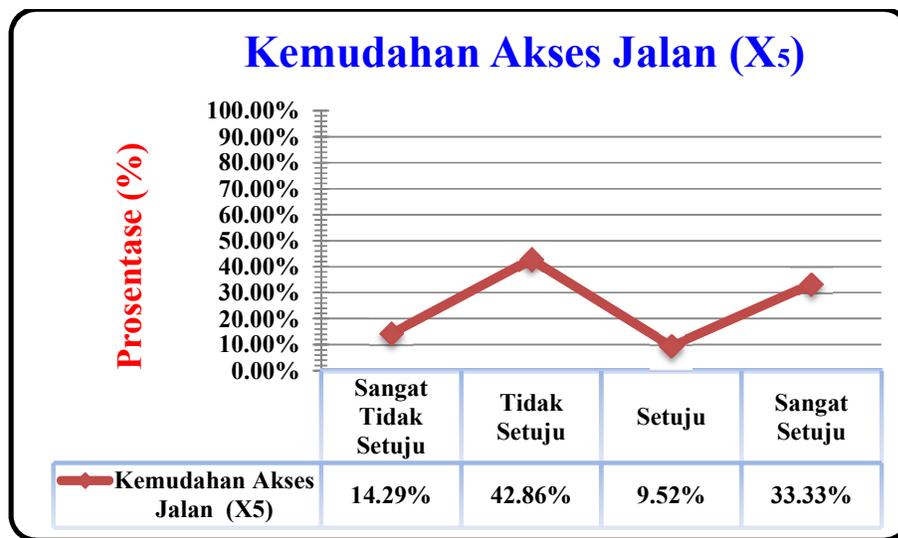
Berdasarkan hasil penyebaran kuisioner sebanyak 42 responden untuk variabel bebas kemudahan akses jalan mempunyai pengaruh terhadap minat konsumen untuk menentukan pilihan rumah yang akan dipilih, dapat dilihat pada Tabel 4.6 dimana untuk responden yang menjawab setuju lebih banyak dibandingkan dengan tidak setuju, dengan tabel sebagai berikut :

Tabel 4.6 Deskripsi Kemudahan Akses Jalan

Keterangan	Kemudahan Akses Jalan (X₅)			
	1	2	3	4
	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Sangat Setuju
Frekwensi	6	18	4	14
Persentase	14.29%	42.86%	9.52%	33.33%
Total	100%			

Sumber : data diolah (2013)

Dari Tabel 4.6 dapat diketahui bahwa untuk variable bebas kemudahan akses jalan yang menjawab tidak setuju yakni sejumlah 18 responden atau 42.86% menempati urutan teratas, diikuti yang menjawab sangat setuju yakni sejumlah 14 responden atau 33.33%, dilanjutkan yang menjawab tidak setuju sejumlah 6 responden dan setuju yakni sejumlah 4 responden atau 9.52% .Untuk lebih jelasnya, dapat dilihat pada grafik berikut :



Gambar 4.6 Kemudahan Akses Jalan

4.2.7 Kelancaran Akses Jalan (X_6)

Berdasarkan hasil penyebaran kuisioner sebanyak 42 responden untuk variabel bebas kelancaran akses jalan mempunyai pengaruh terhadap minat konsumen untuk menentukan pilihan rumah yang akan dipilih, dapat dilihat pada Tabel 4.7 dimana untuk responden yang menjawab setuju lebih banyak dibandingkan dengan tidak setuju, dengan tabel sebagai berikut :

Tabel 4.7 Deskripsi Kelancaran Akses Jalan

Keterangan	Kelancaran Akses Jalan (X ₆)			
	1	2	3	4
	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Sangat Setuju
Frekwensi	21	13	3	5
Persentase	50.00%	30.95%	7.14%	11.90%
Total	100%			

Sumber : data diolah (2013)

Dari Tabel 4.7 dapat diketahui bahwa untuk variable bebas desain dan luas tanah yang menjawab sangat tidak setuju yakni sejumlah 21 responden atau 50.00% menempati urutan teratas, diikuti yang menjawab tidak setuju yakni sejumlah 13 responden atau 30.95%, dilanjutkan yang menjawab sangat setuju yakni sejumlah 5 responden atau 11.90% dan yang menjawab setuju menempati urutan terbawah yaitu 3 responden atau 7.14% .Untuk lebih jelasnya, dapat dilihat pada grafik berikut :



Gambar 4.7 Kelancaran Akss Jalan

4.2.8 Kedekatan Pusat Kota (X_7)

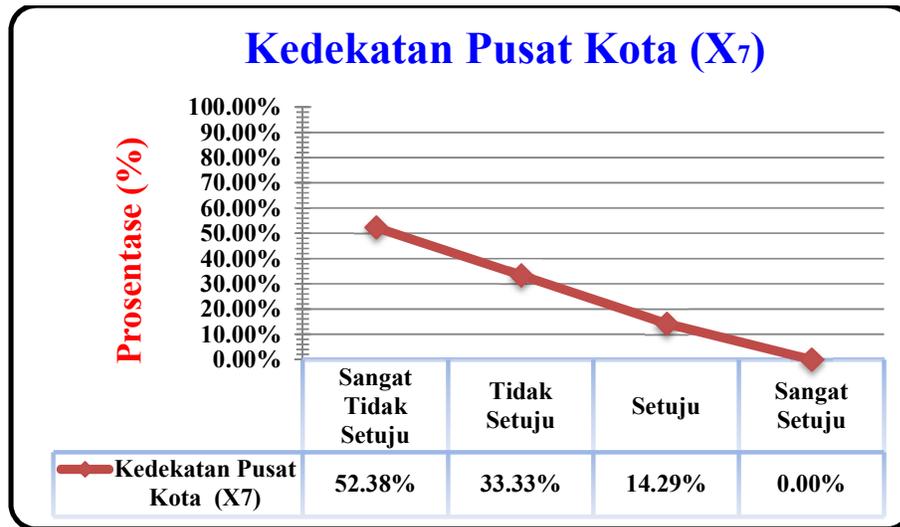
Berdasarkan hasil penyebaran kuisioner sebanyak 42 responden untuk variabel bebas kedekatan pusat kota mempunyai pengaruh terhadap minat konsumen untuk menentukan pilihan rumah yang akan dipilih, dapat dilihat pada Tabel 4.8 dimana untuk responden yang menjawab setuju lebih banyak dibandingkan dengan tidak setuju, dengan tabel sebagai berikut :

Tabel 4.8 Deskripsi Kedekatan pusat Kota

Keterangan	Kedekatan Pusat Kota (X_7)			
	1	2	3	4
	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Sangat Setuju
Frekwensi	22	14	6	0
Persentase	52.38%	33.33%	14.29%	0.00%
Total	100%			

Sumber : data diolah (2013)

Dari Tabel 4.8 dapat diketahui bahwa untuk variable bebas kedekatan pusat kota yang menjawab sangat tidak setuju yakni sejumlah 22 responden atau 52.38% menempati urutan teratas, diikuti yang menjawab tidak setuju yakni sejumlah 14 responden atau 33.33%, dilanjutkan yang menjawab setuju yakni sejumlah 6 responden atau 14.29% dan yang menjawab sangat setuju menempati urutan terbawah yaitu 0 responden atau 0.00%. Untuk lebih jelasnya, dapat dilihat pada grafik berikut :



Gambar 4.8 Kedekatan Pusat Kota

4.2.9 Kedekatan Tempat Kerja (X₈)

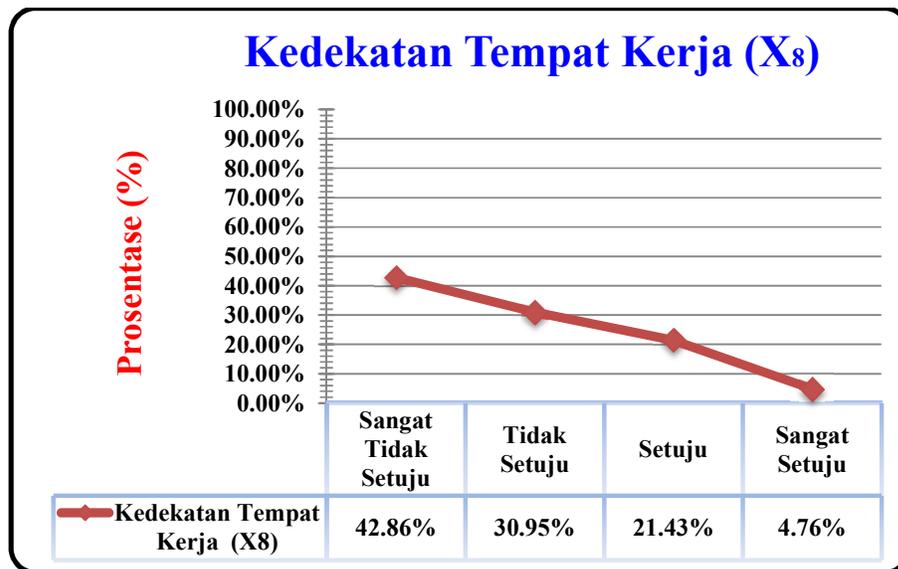
Berdasarkan hasil penyebaran kuisioner sebanyak 40 responden untuk variabel bebas kedekatan tempat kerja mempunyai pengaruh terhadap minat konsumen untuk menentukan pilihan rumah yang akan dipilih, dapat dilihat pada Tabel 4.9 dimana untuk responden yang menjawab setuju lebih banyak dibandingkan dengan tidak setuju, dengan tabel sebagai berikut :

Tabel 4.9 Deskripsi Kedekatan Tempat Kerja

Keterangan	Kedekatan Tempat Kerja (X ₈)			
	1	2	3	4
	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Sangat Setuju
Frekwensi	18	13	9	2
Persentase	42.86%	30.95%	21.43%	4.76%
Total	100%			

Sumber : data diolah (2013)

Dari Tabel 4.9 dapat diketahui bahwa untuk variable bebas kedekatan tempat kerja yang menjawab sangat tidak setuju yakni sejumlah 18 responden atau 42.86% menempati urutan teratas, diikuti yang menjawab tidak setuju sejumlah 13 atau 30.95% dan setuju yakni sejumlah 9 responden atau 21.43%, dilanjutkan yang menjawab sangat setuju yakni sejumlah 2 responden atau 4.76%. Untuk lebih jelasnya, dapat dilihat pada grafik berikut :



Gambar 4.9 Kedekatan Tempat Kerja

4.3 Uji instrumen penelitian

4.3.1 Uji validitas

Uji validitas dilakukan untuk menguji kuisioner sebagai alat ukur data kuantitatif dalam penelitian ini..

Langkah-langkah analisis data dalam pengujian validitas adalah sebagai berikut :

Setelah melakukan survey dengan menyebarkan kuesioner kepada para minat konsumen pada perumahan di daerah Mojokerto Jawa Timur. Kemudian data-data yang merupakan skor dari item-item pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner tersebut dimasukkan dalam Lampiran 1 yang telah ditabulasikan dengan Langkah-langkah sebagai berikut :

Setelah melakukan tabulasi untuk data-data hasil kuesioner yang berhubungan dengan minat konsumen, kemudian membuat tabel penolong penerapan minat konsumen. Sebagai contoh untuk nilai yang didapat dari hasil kuesioner pertanyaan 1 dan nilai total dari seluruh Item-item pertanyaan dapat dilihat dalam Lampiran 2. Nilai koerelasinya didapat dengan menggunakan persamaan (2.1) dan hasilnya adalah sebagai berikut:

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

$$r_{PQ} = \frac{42 \times 2425 - (123 \times 792)}{\sqrt{(62 \times 387 - (123)^2)(42 \times 15804 - (792)^2)}}$$

$$r_{PQ} = 0.692$$

Menghitung harga t_{hitung} dengan menggunakan persamaan dan hasilnya adalah sebagai berikut:

$$r_{hitung} = \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

$$r_{hitung} = \frac{0.692 \sqrt{42-2}}{\sqrt{1-0.692^2}}$$

$$r_{hitung} = 6.0611$$

Setelah menghitung harga t_{hitung} kemudian mencari t_{tabel} apabila signifikansi $\alpha = 0.05$ dan uji dua pihak dengan derajat kebebasan ($dk = n - 2 = 42 - 2 = 40$), sehingga didapat $t_{tabel} = 2.021$. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ berarti valid dan jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ berarti tidak valid.

Untuk perhitungan validitas selanjutnya dapat dilihat dalam Tabel 4.10

Tabel 4.10. Hasil pengujian validitas

No Item Pertanyaan	Koefisien Korelasi r_{hitung}	Harga t_{hitung}	Harga t_{tabel}	Keputusan
(X ₁)	0.692	6.061	2.021	Valid
(X ₂)	0.671	5.582	2.021	Valid
(X ₃)	0.546	4.021	2.021	Valid
(X ₄)	0.546	4.021	2.021	Valid
(X ₅)	0.404	2.721	2.021	Valid
(X ₆)	0.470	3.283	2.021	Valid
(X ₇)	0.796	8.098	2.021	Valid
(X ₈)	0.603	4.660	2.021	Valid

Dari hasil uji coba instrumen penelitian diperoleh kesimpulan bahwa 8 item alat ukur dinyatakan *valid*, karena t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} dengan taraf signifikansi 0,05 dan jumlah data responden 42.

4.3.2 Uji reliabilitas

Setelah dilakukan pengujian validitas, selanjutnya dilakukan pengujian reliabilitas. Uji reliabilitas ini menggunakan teknik skala alpha untuk mengetahui konsistensi antar item kuesioner. Pengujian reliabilitas dilakukan karena berhubungan dengan adanya masalah kepercayaan terhadap alat test (instrumen).

Uji reliabilitas dilakukan untuk perhitungan-perhitungan yang berhubungan dengan minat konsumen dalam pembelian tipe perumahan.

Langkah-langkah pengujian realibilitas item pertanyaan yang berhubungan dengan penerapan keselamatan sebagai berikut :

Setelah melakukan tabulasi untuk data-data hasil kuesioner yang terdapat dalam Lampiran 3 kemudian membuat tabel penolong untuk menghitung kuesioner yang terdapat dalam Lampiran 4 yang berisi nilai varian skor tiap-tiap item pertanyaan yang nantinya akan dimasukkan dalam persamaan:

$$S_i = \frac{\sum p_i^2}{n} - \frac{(\sum P_i)^2}{n^2}$$

Contoh :

$$S_1 = \frac{387}{42} - \frac{(123)^2}{42^2}$$

$$S_1 = 0.638$$

Untuk nilai perhitungan varian skor tiap-tiap item selanjutnya dapat dilihat dalam Tabel 4.2.

Menjumlahkan varian semua item dan kemudian menghitung varian total dengan menggunakan persamaan:

$$\sum S_i = P_1 + P_2 + P_3 + P_4 + P_5 + P_6 + P_7 + P_8$$

$$\begin{aligned} \sum S_i &= 0.638 + 1.324 + 0.626 + 0.916 + 1.188 + 1.011 + 0.522 + 0.819 \\ &= 7.044 \end{aligned}$$

$$S_t = \frac{\sum p_t^2}{n} - \frac{(\sum P_t)^2}{n^2}$$

$$S_t = \frac{15804}{42} - \frac{792}{42^2}$$

$$S_t = 20.694$$

Kemudian hasil diatas dimasukkan kedalam persamaan *alpha*, diperoleh :

$$r_{PQ} = \left(\frac{k}{k-1} \right) * \left(1 - \frac{\sum S_i}{S_t} \right)$$

$$r_{PQ} = \left(\frac{8}{8-1} \right) * \left(1 - \frac{7.044}{20.694} \right)$$

$$r_{PQ} = 0.754$$

Tabel 4.11 Nilai varian skor tiap-tiap item

Item Pertanyaan	Nilai Varian Skor Tiap Item
(X ₁)	0.638
(X ₂)	1.324
(X ₃)	0.626
(X ₄)	0.916
(X ₅)	1.188
(X ₆)	1.011
(X ₇)	0.522
(X ₈)	0.819

Dari hasil perhitungan nilai r_{PQ} diatas, item pertanyaan tentang minat konsumen minat konsumen tukang besi dikatakan reliable karena mempunyai koefisien $\alpha > 0,6$ dan nilai tabel t_{tabel} (*Product Moment*) $dk = N - 1 = 42 - 1 = 41$, dengan signifikansi 5% maka diperoleh $r_{tabel} = 0.308$. Dimana kaidah keputusan membandingkan r_{PQ} dengan r_{tabel} , jika $r_{PQ} > r_{tabel}$ berarti reliabel dan $r_{PQ} < r_{tabel}$ berarti tidak reliabel.

Kesimpulan: karena $r_{PQ} = 0.754$ lebih besar dari $r_{tabel} = 0.308$ maka semua data yang dianalisis dengan metode *alpha* adalah reliabel.

Pengujian reliabilitas untuk item pertanyaan tentang minat konsumen dalam pembelian tipe perumahan juga dilakukan dengan menggunakan program

bantu perangkat lunak statistik. Dan hasil perhitungannya dapat dilihat dalam Tabel 4.12 dibawah ini :

Tabel 4.12 Hasil uji reliabilitas

Cronbach's Alpha	N of Items
.754	8

Sumber: data primer diolah spss

4.4 Pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat

4.4.1 Analisis regresi linier berganda

Analisis regresi ini digunakan untuk menghitung besarnya pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Persamaan regresi didapat dari data hasil skor kuesioner dan dengan bantuan program bantu perangkat lunak statistik di dapat persamaan regresi seperti pada tabel 4.13.

Tabel 4.13 Persamaan regresi

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	26.437	1.256		21.054	.000
	Tatanan Lingkungan	.684	.474	.149	1.443	.158
	Desain dan Luas Tanah	.344	.316	.108	1.089	.284
	Pendapatan Kerja	.938	.376	.202	2.494	.018
	Fasilitas Umum	.538	.323	.140	1.665	.105
	Kemudahan Akses jalan	.946	.400	.281	2.367	.024
	Kelancaran Akses Jalan	.631	.338	.173	1.868	.071
	Kedekatan Pusat Kota	.551	.406	.109	1.358	.184
	Kedekatan Tempat Kerja	1.290	.326	.319	3.956	.000

a. Dependent Variable: Tipe

Sumber : data primer diolah

Berdasarkan Persamaan Regresi Koefisien yang masih baku pada Tabel 4.13 di dapat persamaan :

$$Y = 26.437 + 0.684X_1 + 0.344X_2 + 0.938X_3 + 0.538X_4 + 0.946X_5 + 0.631X_6 + 0.551X_7 + 1.290X_8$$

Dari persamaan di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

- Pengaruh Y minat konsumen akan meningkat sebesar 0.684 satuan untuk setiap tambahan satu satuan X_1 . Jadi apabila X_1 mengalami peningkatan 1 satuan, maka pengaruh Y minat konsumen akan meningkat sebesar 0.684 satuan.
- Pengaruh Y minat konsumen akan meningkat sebesar 0.344 satuan untuk setiap tambahan satu satuan X_2 , Jadi apabila X_2 mengalami peningkatan 1 satuan, maka pengaruh Y minat konsumen akan meningkat sebesar 0.344 satuan.
- Pengaruh Y minat konsumen akan meningkat sebesar 0.938 satuan untuk setiap tambahan satu satuan X_3 . Jadi apabila X_3 mengalami peningkatan 1 satuan, maka pengaruh Y minat konsumen akan meningkat sebesar 0.938 satuan.
- Pengaruh Y minat konsumen akan meningkat sebesar 0.538 satuan untuk setiap tambahan satu satuan X_4 . Jadi apabila X_4 mengalami peningkatan 1 satuan, maka pengaruh Y minat konsumen akan meningkat sebesar 0.538 satuan.
- Pengaruh Y minat konsumen akan meningkat sebesar 0.946 satuan untuk setiap tambahan satu satuan X_5 . Jadi apabila X_5 mengalami peningkatan 1 satuan, maka pengaruh Y minat konsumen akan meningkat sebesar 0.946 satuan.
- Pengaruh Y minat konsumen akan meningkat sebesar 0.631 satuan untuk setiap tambahan satu satuan X_6 . Jadi apabila X_6 mengalami peningkatan 1 satuan, maka pengaruh Y minat konsumen akan meningkat sebesar 0.631 satuan.

- Pengaruh Y minat konsumen akan meningkat sebesar 0.551 satuan untuk setiap tambahan satu satuan X_7 . Jadi apabila X_7 mengalami peningkatan 1 satuan, maka pengaruh Y minat konsumen akan meningkat sebesar 0.551 satuan.
- Pengaruh Y minat konsumen akan meningkat sebesar 1.290 satuan untuk setiap tambahan satu satuan X_8 . Jadi apabila X_8 mengalami peningkatan 1 satuan, maka pengaruh Y minat konsumen akan meningkat sebesar 1.290 satuan.

Berdasarkan pengamatan diatas, dapat diketahui besarnya kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat, antara lain X_1 sebesar 0.684, X_2 sebesar 0.344, X_3 0.938, X_4 sebesar 0.538, X_5 sebesar 0.946, X_6 sebesar 0.631, X_7 sebesar 0.551 dan X_8 sebesar 1.290. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel bebas berpengaruh positif terhadap variabel terikat. Dengan kata lain, apabila variabel bebas meningkat maka akan diikuti pengaruh peningkatan minat konsumen dalam pembelian tipe perumahan. Sementara nilai 26.437 menunjukkan bahwa diluar kedelapan variabel diatas minat konsumen juga dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4.4.2 Koefisien determinasi

Koefisien Determinasi digunakan untuk melihat besar kontribusi/sokongan variabel bebas terhadap variabel terikat. Koefisien determinasi didapat dari data skor hasil kuesioner dan dengan bantuan program bantu perangkat lunak statistik didapat hasil seperti terlihat pada tabel 4.14

Tabel 4.14 Koefisien determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.912 ^a	.832	.791	1.69654

a Predictors: (Constant), (Constant), kedekatan Tempat Kerja, Desain dan Luas Tanah, Kelancaran Akses Jalan, Pendapatan Kerja, Kedekatan Pusat Kota, Sumber Pendapatan Lain, Tatanan Lingkungan, Kemudahan Akses Jalan

Dari analisis perhitungan diperoleh nilai R^2 (koefisien determinasi) sebesar 0.832. Artinya bahwa 83.2% variabel minat pembeli akan tipe perumahan dijelaskan oleh variabel bebas. Sedangkan sisanya 16.8% variabel minat konsumen akan dijelaskan oleh variabel-variabel yang lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Berdasarkan Tabel 3.1 juga dapat diketahui besar korelasi/ hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Nilai R atau koefisien korelasi sebesar 0.832. nilai korelasi ini tergolong pada korelasi sangat kuat karena berada diantara 0.800 – 1.000.

4.4.3 F test / Simultans

Pengujian F atau pengujian model digunakan untuk mengetahui apakah hasil dari analisis regresi signifikan atau tidak, dengan kata lain model yang diduga tepat/sesuai atau tidak. Jika hasilnya signifikan, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sedangkan jika hasilnya tidak signifikan, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Hal ini dapat juga dikatakan sebagai berikut :

$$H_0 \text{ ditolak jika } F_{hitung} > F_{tabel}$$

$$H_1 \text{ diterima jika } F_{hitung} > F_{tabel}$$

Hasil analisis uji F didapat dari ata hasil skor kuesioner dan dengan bantuan program bantu perangkat lunak statistik didapat hasil seperti terlihat pada Tabel 4.6

Tabel 4.15 Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	469.423	8	58.678	20.387	.000 ^a
	Residual	94.982	33	2.878		
	Total	564.405	41			

a. Predictors: (Constant), kedekatan Tempat Kerja, Desain dan Luas Tanah, Kelancaran Akses Jalan, Pendapatan Kerja, Kedekatan Pusat Kota, Sumber Pendapatan Lain, Tatanan Lingkungan, Kemudahan Akses Jalan

b. Dependent Variable: Minat Konsumen/Tipe

Keterangan, jika nilai F secara manual dihitung dengan persamaan F. Berdasarkan

koefisien R^2 pada Tabel 4.15 nilai F dapat dihitung sebagai berikut:

$$F_{\text{hitung}} = \frac{R^2 (n - k - 1)}{k (1 - R^2)}$$

$$F_{\text{hitung}} = \frac{0.832 (42 - 8 - 1)}{8 (1 - 0.832)} = 20.43 \approx 20.39$$

Mencari nilai F_{tabel} dengan taraf signifikan $\alpha = 0.05$ menggunakan persamaan:

$$F_{\text{tabel}} = \{(1 - \alpha)(dk \text{ pembilang} = k), (dk \text{ penyebut} = n - k - 1)\}$$

$$F_{\text{tabel}} = \{(1 - 0.05)(dk \text{ pembilang} = 8), (dk \text{ penyebut} = 42 - 8 - 1)\}$$

$$F_{\text{tabel}} = \{(0.95)(8), (33)\}$$

Cara mencari interpolasi pada tabel F dengan persamaan:

Dimana:

$$B = 33 (dk = n - k - 1 = 42 - 8 - 1 = 33)$$

$$B_0 = 32$$

$$B_1 = 34$$

C = nilai F_{tabel} yang dicari

$$C_0 = 2.25$$

$$C_1 = 2.23$$

$$C = C_0 + \frac{(C_1 - C_0)}{(B_1 - B_0)} \cdot (B - B_0)$$

$$C = 2.25 + \frac{(2.23 - 2.25)}{(34 - 32)} \cdot (33 - 32)$$

$$C = 2.25 + \frac{-0.02}{2} \cdot 1$$

$$C = 2.25 - 0.01 = 2.24$$

Nilai F_{hitung} sebesar 20.387. Sedangkan nilai F_{tabel} sebesar 2.24 dengan taraf signifikan $\alpha = 0.05$. Karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $20.387 > 2.240$ maka analisis regresi adalah signifikan. Hal ini berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa minat konsumen dalam pembelian tipe perumahan di Mojokerto dipengaruhi secara signifikan oleh variabel bebas.

4.4.4 t test / Parsial

t test digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Dapat juga dikatakan jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka hasilnya signifikan dan berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sedangkan jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka hasilnya tidak signifikan dan berarti H_0 diterima dan H_1 ditolak. Hasil uji t didapat dari skor hasil kuesioner dan dengan bantuan program bantu perangkat lunak statistik didapat hasil seperti pada tabel 4.7

Tabel 4.16 Uji t/ parsial

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	26.437	1.256		21.054	.000
	Tatanan Lingkungan	.684	.474	.149	1.443	.158
	Desain dan Luas Tanah	.344	.316	.108	1.089	.284
	Pendapatan Kerja	.938	.376	.202	2.494	.018
	Fasilitas Umum	.538	.323	.140	1.665	.105
	Kemudahan Akses jalan	.946	.400	.281	2.367	.024
	Kelancaran Akses Jalan	.631	.338	.173	1.868	.071
	Kedekatan Pusat Kota	.551	.406	.109	1.358	.184
	Kedekatan Tempat Kerja	1.290	.326	.319	3.956	.000

a. Dependent Variable: Minat Konsumen/ Tipe

Berdasarkan Table 4.16 diperoleh hasil sebagai berikut :

- t test antara X_1 dengan Y menunjukkan $t_{hitung} = 1.443$. Sedangkan t_{tabel} ($\alpha = 0.05$; Derajat Kebebasan (DK) = $n-2$, atau $42-2 = 40$). Dari ketentuan tersebut diperoleh angka t_{tabel} sebesar = 2.021. Nilai t_{tabel} dapat dilihat pada Lampiran 5. Karena $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $1.443 < 2.021$ maka berarti H_0 diterima dan H_1 ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa peningkatan Y tidak dapat dipengaruhi secara signifikan oleh X_1 . Kemudian besarnya pengaruh X_1 terhadap Y adalah sebesar 0.149.
- t test antara X_2 dengan Y menunjukkan $t_{hitung} = 1.089$. Sedangkan t_{tabel} ($\alpha = 0.05$; Derajat Kebebasan (DK) = $n-2$, atau $42-2 = 40$). Dari ketentuan tersebut diperoleh angka t_{tabel} sebesar = 2.021. Nilai t_{tabel} dapat dilihat pada Lampiran 5. Karena $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $1.089 < 2.021$ maka berarti H_0 diterima dan H_1 ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa peningkatan Y tidak dapat

dipengaruhi secara signifikan oleh X_2 . Kemudian besarnya pengaruh X_2 terhadap Y adalah sebesar 0.108.

- t test antara X_3 dengan Y menunjukkan $t_{hitung} = 2.494$. Sedangkan t_{tabel} ($\alpha = 0.05$; Derajat Kebebasan (DK) = $n-2$, atau $42-2 = 40$). Dari ketentuan tersebut diperoleh angka t_{tabel} sebesar = 2.021. Nilai t_{tabel} dapat dilihat pada Lampiran 5. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2.494 > 2.021$ maka berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa peningkatan Y dapat dipengaruhi secara signifikan oleh X_3 . Kemudian besarnya pengaruh X_3 terhadap Y adalah sebesar 0.202.
- t test antara X_4 dengan Y menunjukkan $t_{hitung} = 1.665$. Sedangkan t_{tabel} ($\alpha = 0.05$; Derajat Kebebasan (DK) = $n-2$, atau $42-2 = 40$). Dari ketentuan tersebut diperoleh angka t_{tabel} sebesar = 2.021. Nilai t_{tabel} dapat dilihat pada Lampiran 5. Karena $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $1.665 < 2.021$ maka berarti H_0 diterima dan H_1 ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa peningkatan Y tidak dapat dipengaruhi secara signifikan oleh X_4 . Kemudian besarnya pengaruh X_4 terhadap Y adalah sebesar 0.140.
- t test antara X_5 dengan Y menunjukkan $t_{hitung} = 2.367$. Sedangkan t_{tabel} ($\alpha = 0.05$; Derajat Kebebasan (DK) = $n-2$, atau $42-2 = 40$). Dari ketentuan tersebut diperoleh angka t_{tabel} sebesar = 2.021. Nilai t_{tabel} dapat dilihat pada Lampiran 5. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2.367 > 2.021$ maka berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa peningkatan Y dapat dipengaruhi secara signifikan oleh X_5 . Kemudian besarnya pengaruh X_5 terhadap Y adalah sebesar 0.281.

- t test antara X_6 dengan Y menunjukkan $t_{hitung} = 1.868$. Sedangkan t_{tabel} ($\alpha = 0.05$; Derajat Kebebasan (DK) = $n-2$, atau $42-2 = 40$). Dari ketentuan tersebut diperoleh angka t_{tabel} sebesar = 2.021. Nilai t_{tabel} dapat dilihat pada Lampiran 5. Karena $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $1.868 < 2.021$ maka berarti H_0 diterima dan H_1 ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa peningkatan Y tidak dapat dipengaruhi secara signifikan oleh X_6 . Kemudian besarnya pengaruh X_6 terhadap Y adalah sebesar 0.173.
- t test antara X_7 dengan Y menunjukkan $t_{hitung} = 1.358$. Sedangkan t_{tabel} ($\alpha = 0.05$; Derajat Kebebasan (DK) = $n-2$, atau $42-2 = 40$). Dari ketentuan tersebut diperoleh angka t_{tabel} sebesar = 2.021. Nilai t_{tabel} dapat dilihat pada Lampiran 5. Karena $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $1.358 < 2.021$ maka berarti H_0 diterima dan H_1 ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa peningkatan Y tidak dapat dipengaruhi secara signifikan oleh X_7 . Kemudian besarnya pengaruh X_7 terhadap Y adalah sebesar 0.109.
- t test antara X_8 dengan Y menunjukkan $t_{hitung} = 3.956$. Sedangkan t_{tabel} ($\alpha = 0.05$; Derajat Kebebasan (DK) = $n-2$, atau $42-2 = 40$). Dari ketentuan tersebut diperoleh angka t_{tabel} sebesar = 2.021. Nilai t_{tabel} dapat dilihat pada Lampiran 5. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $3.956 > 2.021$ maka berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa peningkatan Y dapat dipengaruhi secara signifikan oleh X_8 . Kemudian besarnya pengaruh X_8 terhadap Y adalah sebesar 0.319.

Berdasarkan uji t test dapat diketahui bahwa variable bebas yang mempunyai pengaruh signifikan terhadap variable terikat (minat konsumen/ Tipe

perumahan) adalah variabel kemudahan akses jalan. Sedangkan variable lain-lain tidak berpengaruh secara signifikan pada alpha 5% dalam pembelian tipe perumahan. Faktor yang paling besar pengaruhnya dalam pembelian tipe perumahan di wilayah Mojokerto adalah kemudahan akses jalan.

4.5 Variabel bebas paling dominan terhadap variabel terikat

Dari data hasil skor kuesioner dan dengan bantuan program bantu perangkat lunak statistik didapat hasil seperti terlihat pada tabel 4.8. Dimana persamaan regresi ini digunakan untuk menghitung besarnya pengaruh antara variabel terhadap variabel terikat.

Dari Tabel 4.8 dapat dilihat nilai koefisien beta untuk masing-masing variabel bebas tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 4.17 koefisien beta

Variabel bebas	Nilai koefisien beta
X ₁	0.149
X ₂	0.108
X ₃	0.202
X ₄	0.140
X ₅	0.281
X ₆	0.173
X ₇	0.109
X ₈	0.319

Tabel 4.18 koefisien beta hasil perangkat lunak**Tabel 4.18 Uji t/ parsial**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	26.437	1.256		21.054	.000
	Tatanan Lingkungan	.684	.474	.149	1.443	.158
	Desain dan Luas Tanah	.344	.316	.108	1.089	.284
	Pendapatan Kerja	.938	.376	.202	2.494	.018
	Fasilitas Umum	.538	.323	.140	1.665	.105
	Kemudahan Akses jalan	.946	.400	.281	2.367	.024
	Kelancaran Akses Jalan	.631	.338	.173	1.868	.071
	Kedekatan Pusat Kota	.551	.406	.109	1.358	.184
	Kedekatan Tempat Kerja	1.290	.326	.319	3.956	.000

a. Dependent Variable: Minat Konsumen

Sehingga dapat disimpulkan bahwa diantara delapan variabel bebas dalam penelitian ini, yang lebih dominan pengaruhnya adalah variabel kedekatan tempat kerja sebesar 0.319 karena memiliki nilai t_{hitung} yang paling besar dan koefisien beta paling besar juga. Dimana koefisien beta merupakan nilai dari koefisien regresi yang telah distandarisasi dan fungsinya untuk membandingkan mana diantara variabel bebas yang dominan terhadap variabel terikat.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil analisis untuk minat harga pembelian produk perumahan di wilayah Mojokerto ialah tipe 36 dengan lebar 7 meter, panjang 12 meter, dan harga beli sebesar Rp. 120.000.000,-.
2. Faktor – faktor variabel yang mempengaruhi terdiri dari Tataan lingkungan (X_1) t test antara X_1 dengan Y menunjukkan $t_{hitung} = 1.443$ dan besarnya pengaruh X_1 terhadap Y adalah sebesar 0.149, Desain dan Luas tanah (X_2) t test antara X_2 dengan Y menunjukkan $t_{hitung} = 1.089$ dan besarnya pengaruh X_2 terhadap Y adalah sebesar 0.108, Pendapatan kerja (X_3) t test antara X_3 dengan Y menunjukkan $t_{hitung} = 2.494$ dan besarnya pengaruh X_3 terhadap Y adalah sebesar 0.202, Fasilitas Umum (X_4) t test antara X_4 dengan Y menunjukkan $t_{hitung} = 1.665$ dan besarnya pengaruh X_4 terhadap Y adalah sebesar 0.140, Kemudahan akses jalan (X_5) t test antara X_5 dengan Y menunjukkan $t_{hitung} = 2.367$ dan besarnya pengaruh X_5 terhadap Y adalah sebesar 0.281, Kelancaran akses jalan (X_6) t test antara X_6 dengan Y menunjukkan $t_{hitung} = 1.868$ dan besarnya pengaruh X_6 terhadap Y adalah sebesar 0.173, Kedekatan Pusat Kota (X_7) t test antara X_7 dengan Y menunjukkan $t_{hitung} = 1.358$ dan besarnya pengaruh X_7 terhadap Y adalah sebesar 0.109, Kedekatan Tempat Kerja (X_8) t test antara X_8 dengan Y menunjukkan $t_{hitung} = 3.956$ dan besarnya pengaruh X_8 terhadap Y adalah

sebesar 0.319 secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat konsumen dalam memilih tipe perumahan di Wilayah Mojokerto dimana nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $20.387 > 2.24$.

3. Faktor kedekatan tempat kerja (X_8) adalah faktor yang paling dominan pengaruhnya terhadap minat konsumen dalam pembelian tipe perumahan di Wilayah Mojokerto berdasarkan koefisien terbesar $\beta = 0.319$.

5.2 SARAN

Beberapa saran yang mungkin bisa menjadi pertimbangan yaitu :

1. Dikarenakan pada penelitian ini hanya difokuskan pada 8 variabel bebas dan hanya 1 wilayah saja sehingga untuk peneliti selanjutnya maka disarankan untuk meneliti dengan menggunakan variabel yang berbeda dan di berikan beberapa indikator yang saling relevan didalam variabel.
2. Penelitian ini hanya dilakukan dalam lingkup Wilayah Mojokerto saja dan hanya difokuskan dalam minat konsumen dalam pemilihan tipe perumahan maka disarankan untuk penelitian selanjutnya dapat dikembangkan dengan merelevankan aturan standart undang- undang pemukiman Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustinus, 2010 *Fakto- faktor yang mempengaruhi konsumen dalam membeli rumah*, Semarang; penelitian
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian*, Yogyakarta: Rineka Cipta
- Dipohusodo, Istimawan, 1996, *Manajemen Proyek dan Konstruksi Jilid I Dan II*, Kanisius, Jakarta
- Irianto, Agus, 2010. *Statistik Konsep Dasar Aplikasi dan Pengembangannya*, Kencana: Jakarta
- Keputusan Menteri Pemukiman Dan Prasarana Wilayah Republik Indonesia No 403/KPTS/M/2002 tentang *Pedoman Teknis Pembangunan Rumah Sehat*
- Riduwan, 2011, *cara menggunakan dan memaknai Path Analysis*, Bandung: ALFABETA
- Sugiyono, 2007, *Statistika Untuk Penelitian*, Bandung: ALFABETA
- Sugiyono, 2008, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: ALFABETA
- Sugiyono, 2010, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, Bandung: ALFABETA
- Sutrisno hadi, *Metodologi Research 3* UGM Yogyakarta