

**Volume12 No:2Oktober 2018**

**ISSN:2087-0957**

# SOSIALITA

*Jurnal Ilmu Administrasi*

<b>JIA</b>	<b>Vol :12</b>	<b>No :2</b>	<b>Hlm1-104</b>	<b>BandarLampung, Oktober 2018</b>	<b>ISSN :2-0870957</b>
------------	----------------	--------------	-----------------	------------------------------------	------------------------

**DITERBITKAN  
OLEH :  
PROGRAMSTUDIILMUADMINISTRASI BISNIS  
FAKULTAS ILMUSOSIAL DAN ILMUPOLITIK  
UNIVERSITAS BANDAR LAMPUNG**

# SOSIALITA

**JURNAL ILMU ADMINISTRASI**

Jurnal **SOSIALITA** diterbitkan dua kali dalam satu tahun oleh Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis FISIP Universitas Bandar Lampung.

## **Susunan Personalia**

Penanggung Jawab : Rektor Universitas Bandar Lampung

Dewan penyunting

Ketua Penyunting : Dr. Moh. Oktaviannur, SE., M.M

Wakil Ketua Penyunting : Drs. Soewito, M.M

Anggota : Dr. Supriyanto, M.Si

Mitra Bestari : Prof. Dr. Khomsahrial Romli, M.Si ( Universitas Bandar Lampung)

Dr. Nur Effendi, S.Sos., M.Si ( Universitas Lampung )

Dr. Suropto, S.Sos., M.AB ( Universitas Lampung)

Administrasi dan Distribusi : Novianti Dermadi, S.Kom

## **Alamat Redaksi:**

Gedung Rektorat Lantai 6 FISIP Universitas Bandar Lampung

Jalan ZA. Pagar Alam No: 26 Labuhan Ratu Bandar Lampung

Telp : 0721 771331

## DAFTAR ISI

No	Judul	hal
1	Pengaruh Manajemen Sumber Daya Manusia Terhadap Kinerja Karyawan PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk Lampung Oleh : Yudiana Sari	1
2	Analisis Model Efisiensi Pasar Bentuk Setengah Kuat Melalui Pengumuman Inisiasi Dividen Pada Bank Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016 Oleh : Soewito, Rizka Safitri, Suwandi	13
3	Budaya Politik Perempuan Semende Di Kabupaten Ogan Komering Ulu Selatan Oleh: Alip Susilowati Utama	27
4	Potensi Dan Prospek Pengembangan Pariwisata Di Kecamatan Ulu Ogan Oleh : Aprilia Lestari, Herwin Sagita Bela	38
5	Upaya Pemerintah Kabupaten Ogan Komering Ulu Selatan Dalam Pemberdayaan Masyarakat (Studi Kasus Badan Pemberdayaan Masyarakat Dan Pemerintah Desa) Oleh : I Kang Putra Anggara	57
6	Mewujudkan Kepemimpinan Transformasional Birokrasi Pemerintah Oleh : Rusdan	66
7	Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Melakukan Pembelian Rumah Pada Perumahan Arum Lestari di Bandar Lampung Oleh : Jeny Puspita	75
8	Assesment Kualitas Jasa Dengan Pendekatan Inklusi Etika Dan Filsafat Bisnis Perspektif Syariah Oleh: Mohammad Machrus	92

## BIODATA PENULIS

1. Yudiana Sari, Dosen SekolahTinggiIlmuEkonomiSatu Nusa Lampung
2. Soewito, DosenIlmuAdministrasiBisnisFisipUniversitasBandarLampung,
3. RizkaSafitriOktariaJurusan Administrasi BisnisFakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu PolitikUniversitas Bandar Lampung,
4. Suwandi Dosen Ekonomi Informatic Bussiness Institute Darmajaya.
5. AlipSusilowatiUtama, DosenFakultasIlmuSosialdanIlmuPolitik, UniversitasBaturaja
6. Aprilia Lestari, DosenFakultasIlmuSosialdanIlmuPolitik, UniversitasBaturaja,
7. HerwinSagitaBela, DosenFakultasIlmuSosialdanIlmuPolitik, UniversitasBaturaja
8. Ikang Putra Anggara, DosenFakultasIlmuSosialdanIlmuPolitik, UniversitasBaturaja
9. Rusdan, SekolahTinggiIlmuEkonomiSatu Nusa Bandar Lampung
10. JenyPuspita, Dosen SekolahTinggiIlmuEkonomiSatu Nusa Lampung
11. Mohammad Machrus, Dosen SekolahTinggiIlmuEkonomiSatu Nusa Lampung

<b>JIA</b>	<b>Vol :12</b>	<b>No : 2</b>	<b>Hlm1-104</b>	<b>BandarLampung, Oktober 2018</b>	<b>ISSN :2-087-0957</b>
------------	----------------	---------------	-----------------	------------------------------------	-------------------------

## **KETENTUANPENULISAN**

1. Artikel yang ditulis dapat berupa hasil penelitian atau ide/gagasan di bidang ilmu sosial, khususnya Ilmu Administrasi Bisnis.
2. Artikel ditulis dalam bahasa Indonesia atau bahasa Inggris maksimal 20 halaman quarto, spasi 1,5, huruf Times New Roman dilengkapi abstrak dan kata kunci.
3. Nama penulis ditulis di bawah judul.
4. Artikel hasil penelitian sbb:
  - a. Judul
  - b. Nama penulis
  - c. Abstrak dalam Bahasa Indonesia / Inggris
  - d. Kata Kunci
  - e. Pendahuluan
  - f. Metode Penelitian
  - g. Pembahasan
  - h. Kesimpulan dan saran
  - i. Daftar Pustaka
5. Artikel ( ide/gagasan)
  - a. Judul
  - b. Nama penulis
  - c. Abstrak dalam bahasa Indonesia / Inggris
  - d. Kata Kunci
  - e. Pendahuluan
  - f. Sub Judul
  - g. Penutup
  - h. Daftar Rujukan
  - i. Lampiran
5. Artikel dikirim ke redaksi paling lambat dua bulan sebelum penerbitan

<b>JIA</b>	<b>Vol : 12</b>	<b>No: 2</b>	<b>Hlm 1-104</b>	<b>Bandar Lampung, Oktober 2018</b>	<b>ISSN : 2-087-0957</b>
------------	-----------------	--------------	------------------	-------------------------------------	--------------------------



**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN  
KONSUMEN MELAKUKAN PEMBELIAN RUMAH  
PADAPERUMAHAN ARUM LESTARI DI BANDAR LAMPUNG**

**Oleh:**

Jeny Puspita, SE.,MM

Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi ( Stie ) Satu Nusa Bandar Lampung

email [jeanypuspita@yahoo.com](mailto:jeanypuspita@yahoo.com)

**Abstract**

*The purpose of this research is to know and analyze how big a factor the price, the location, building, the environment affect consumers in the buying the house on an estate arum lestari bandar lampung.*

*This study using samples from 35 people of respondent that is the housing arum lestari lampung. In the method do applying for collecting data by documentation study, observation and interview, and then the angket. For processing data using the multiple regression analysis to know relation independent variable (X<sub>1</sub>) Price, (X<sub>2</sub>) Location, (X<sub>3</sub>) Building, and (X<sub>4</sub>) Environment to influence defendant variable (Y) Purchase Decision. Furthermore in its data analysis using SPSS Statistics 18 program.*

*The results of these research appeared that by significant 0,05 for two side test 2,5% and n =35 to obtain t statistics's table 2,04227. But t from testing 2,570 for price; 2,898 for location; 2,610 for building; and 2,688 for environment therefore price, location, building and environment has positive significant influences to purchase decision at people of respondent that is the housing arum lestari Lampung.*

**Keywords: Price, Location, Building, Environment, and Purchase Decision**

## I. PENDAHULUAN

Dalam industry pengembang perumahan, kepuasan dan keputusan akan pembelian rumah merupakan hal yang sangat penting. Agar konsumen merasa puas maka developer harus memberikan kualitas rumah yang bermutu tinggi. Untuk memberikan sesuatu yang beda terhadap perumahan yang akan dibangun maka perlu meningkatkan kualitas perumahan yang berbeda dari perumahan yang lain. Awal mulanya rumah ditujukan sebagai pemuas kebutuhan hidup manusia atas tempat tinggal yang aman, nyaman dan tenang. Namun saat ini kepemilikan rumah tidak hanya ditujukan untuk pemenuhan kebutuhan pokok akan papan saja, melainkan telah menjadi suatu alternative investasi yang cukup menarik, dengan pengembalian berupa penghailan sewa ataupun peluang keuntungan yang berupa capital gain yang merupakan selisih antara harga beli dengan harga jual ketika rumah tersebut dijual. Rumah juga merupakan indikator identitas status sosial masyarakat, jika seseorang memiliki rumah yang mewah menandakan si pemiliknya merupakan orang yang erkemampuan tinggi. Dewasa ini telah berkembang jenis perumahan modern, seperti kondominium dan apartemen sampai jenis yang sederhana, seperti rumah susun sederhana dan rumah biasa.

PT. Arum Lestari merupakan salah satu perusahaan yang bergerak pada bisnis properti di Kota Bandar Lampung. Produk yang dipasarkan adalah kebutuhan primer yaitu rumah sebagai tempat tinggal yang dibutuhkan oleh semua orang. Artinya, kebutuhan terhadap produk tersebut tidak pernah berhenti (*repeat business*) seiring

dengan meningkatnya angka kelahiran dan bertambahnya jumlah penduduk.

Dengan melihat kondisi semacam ini mendorong produsen untuk melebarkan sayapnya di bidang perumahan. Maka tidak mengherankan jika akhir-akhir ini bisnis di bidang perumahan semakin marak, banyak perusahaan muncul dengan memberikan berbagai macam fasilitas dalam menawarkan produknya. Perkembangan bisnis perumahan semakin marak dewasa ini, tidak hanya terpusat di kota-kota besar akan tetapi sudah meluas di kota-kota kecil. Sejalan dengan hal tersebut upaya pembangunan perumahan terus ditingkatkan dengan tetap memperhatikan syarat perumahan yang layak dan memenuhi standar kesehatan.

Pasar properti ditentukan oleh besarnya jumlah permintaan dan penawaran, sehingga secara langsung akan mempengaruhi harga. Situasi pasar pada PT. Arum Lestari terus mengalami pergerakan harga dan transaksi penjualan untuk berbagai jenis produk dengan trend yang bersifat fluktuatif. Kebutuhan dan keinginan setiap orang untuk membeli rumah sangat ditentukan oleh daya beli dan kemampuan orang tersebut, dengan kata lain, faktor keuangan seseorang sangat menentukan tipe dan jenis perumahan yang bagaimana yang akan dibelinya. Lokasi perumahan juga memegang peranan yang sangat penting. Hal yang harus diperhatikan adalah bagaimana akses ke kantor, ke dokter, ke sekolah, dan lain-lain. Pertimbangan lainnya adalah untuk apa memiliki rumah bagus, kompleknya asri, tapi jauh dari mana-mana. Oleh karena itu, untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat, perusahaan harus dapat memberikan keunggulan-keunggulan dan

fasilitas-fasilitas yang berbeda dari perusahaan pesaingnya kepada pembeli rumah sesuai dengan kebutuhan dan fungsi akan rumah tersebut. Penawaran para pengembang disertai dengan berbagai faktor (atribut) yang diterapkan, hal itu digunakan oleh konsumen sebagai alat untuk pengambilan keputusan pembelian produk. Banyaknya perusahaan yang bergerak di bidang perumahan, maka perusahaan harus berhati-hati dalam memahami sikap konsumen, jangan sampai terdengar berbagai macam keluhan yang dapat merugikan perusahaan. Untuk mengetahui apakah produk perusahaan telah memenuhi harapan konsumen, maka pengembang perlu mengetahui bagaimana sikap konsumen terhadap atribut perumahan tersebut.

Berdasarkan survey pendahuluan yang dilakukan, fenomena yang terjadi pada PT. Arum Lestari yaitu, berkenaan dengan adanya rumah yang kosong alias tidak berpenghuni dengan alasan antara lain;

1. Pemilik rumah tidak meneruskan kredit pembayaran rumah karena masalah keuangan.
2. Pemilik rumah pindah karena mendekati tempat kerja atau sekolah anak. Hal ini terjadi bisa karena sebelumnya calon pembeli rumah kurang mempertimbangkan faktor lokasi, atau setelah membeli rumah mengalami pindah kerja ketempat yang lebih jauh.
3. Setelah beberapa tahun menempati rumah tersebut, pemilik rumah mengalami perubahan selera dalam hal kualitas maupun kebutuhan luas bangunan, dan hal ini juga didukung oleh kemajuan perekonomian sang pemilik rumah.

4. Pemilik rumah menginginkan perubahan suasana atau lingkungan baru.

Perusahaan berusaha untuk memuaskan selera konsumen dengan cara memenuhi kenyataan sesuai dengan yang diharapkan. Hal ini harus benar-benar diperhatikan oleh perusahaan, sebab semua itu menyangkut hubungan berkesinambungan dengan konsumen secara tidak langsung karena menyangkut kelangsungan hidup perusahaan itu sendiri.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah disebutkan di atas, maka penulis merumuskan masalah yaitu, “ Faktor apa sajakah yang mempengaruhi keputusan dalam pembelian rumah pada perumahan Arum Lestari Bandar Lampung?”.

## **II. LANDASAN TEORI**

### **1.1. Pengertian Pemasaran**

Menurut American Marketing Association (AMA) dalam Kotler dan Keller (2011:5) Pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya.

Pemasaran adalah sekelompok aktivitas yang saling berkaitan yang dirancang untuk mengidentifikasi kebutuhan konsumen dan mengembangkan distribusi, promosi, dan penetapan harga serta pelayanan untuk memuaskan kebutuhan konsumen pada tingkat keuntungan tertentu (Kismono, 2011:313).

### **1.2 Strategi Pemasaran**

Strategi pemasaran adalah rencana untuk memilih dan menganalisis target pasar, mengembangkan, dan memelihara

bauran pemasaran yang dapat memuaskan kebutuhan konsumen ( Kismono, 2011:232). Menurut Philip Kotler dalam Kismono proses pemasaran terdiri dari empat langkah utama :

1. Menganalisis kesempatan di pasar
2. Mengembangkan strategi pemasaran berorientasi pasar
3. Merencanakan taktik atau program pemasaran dengan menggunakan marketing mix (4p : *product, price, place, promotion*).
4. Mengorganisir, implementasi, dan mengawasi upaya- upaya pemasaran.

### **1.3. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)**

Menurut Kotler dan Keller dalam Nurman (2014) pemasaran jasa dikatakan sebagai salah satu bentuk produk yang berarti setiap tindakan atau perbuatan yang ditawarkan dari satu pihak ke pihak lainnya dan bersifat tidak berwujud. Sedangkan alat pemasaran tersebut dikenal dengan istilah “4P” dan dikembangkan menjadi “7P” yang dipakai sangat tepat untuk pemasaran jasa.

1. Produk (*Product*)
2. Harga (*Price*)
3. Promosi (*Promotion*)
4. Distribusi (*Place*)
5. Orang (*People*)
6. Proses (*Process*)
7. *Physical Evidence*

### **1.4. Pengertian Harga, Lokasi, Bangunan, dan Lingkungan**

#### **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 :

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

perusahaan, pesaing, pedagang dan pemerintah.

Penetapan harga yang dilakukan oleh produsen, dalam hal ini *developer* perumahan, memiliki beberapa tujuan (Peter, J.Paul & Olson, Jerry C, 2000 : 238), antara lain :

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

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

a. Harga tanah

1) Status tanah

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

2) Lokasi tanah

Dalam hal ini tidak membandingkan lokasi di pinggir kota dan di tengah kota yang harganya sudah pasti berbeda. Tetapi lokasi tanah yang terkait dengan NJOP (Nilai Jual Obyek Pajak). Misalnya pada suatu kawasan banyak terdapat NJOP yang sama tetapi harga jual tanahnya berbeda untuk seluruh kawasan tersebut. Karena dalam kawasan itu ada tanah yang terdapat dalam gang dan ada yang di tepi jalan besar.

Contoh lain, ada tanah yang terdapat pada lokasi yang sama tetapi salah satu tanah yang dimaksud kondisinya ada di bawah permukaan jalan, jadi sebelum dibangun harus diuruk dulu. Sehingga harganya lebih murah padahal menurut NJOP mempunyai nilai yang sama.

b. Harga bangunan

1) Permanensi bangunan

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

2) Usia bangunan

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

3) Bentuk dan ukuran bangunan

Dari segi bentuk, sebaiknya konsumen menilai bentuk bukan dalam arti model saja, tetapi juga pengorganisasian ruang. Dalam arti, apakah sudah sesuai dengan kebutuhan atau belum. Dari segi ukuran sudah bisa dipastikan bahwa semakin besar sebuah rumah maka harganya akan semakin tinggi. Tetapi untuk rumah yang luasnya sama harganya bisa berbeda - beda tergantung jumlah pembagian ruang di dalamnya.

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

## 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 tiga hal pokok yang dapat digunakan sebagai dasar pertimbangan untuk mencegah risiko besar yang dapat terjadi, yaitu :

- 1) Kelengkapan administrasi
  - 2) Kondisi geografi
  - 3) Kondisi geologi
- b. Kebutuhan strategis
- 1) Kebutuhan Kepala Keluarga
  - 2) Kebutuhan Ibu rumah tangga
  - 3) 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.

### 3. Bangunan

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 tipe peningkatan mutu perbedaannya hanya terletak pada:
  - a. Lantai sudah ditingkatkan menjadi lantai keramik

- b. dinding sudah ditingkatkan dengan finishing cat dinding

- c. Kamar mandi /wc sudah memakai lantai dan dinding keramik

- d. atap genteng sudah memakai warna tertentu.

### 4. Lingkungan

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

- a. Perbandingan ruang terbuka (areal hijau) dan ruang tertutup yang ideal. Fungsi dari areal hijau ini untuk mengurangi panas matahari pada lingkungan dan juga sebagai barier terhadap polusi udara sehingga

kualitas udara dalam lingkungan dapat dijaga.

- b. 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)
- c. 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 :

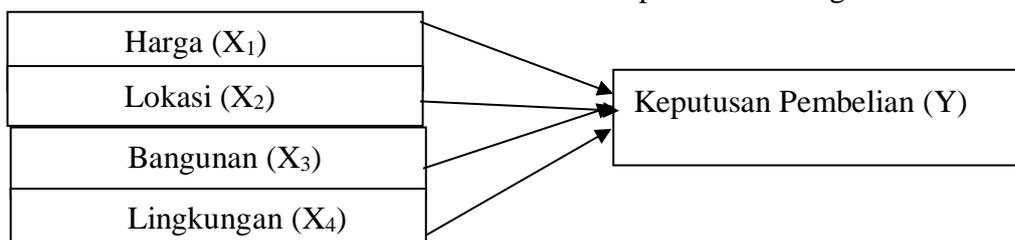
- a. Pepohonan atau taman lingkungan (green area). Tentunya akan lebih nyaman bila lingkungan tempat tinggal asri, teduh sehingga tidak panas, ingatlah bahwa pepohonan yang lebat dan tinggi merupakan barrier (penghalang) yang baik terhadap polusi debu.
- b. Lebar jalan masuk perumahan dan lebar jalan 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 indikator-indikator lingkungan yang baik yaitu terkait dengan kondisi jalan dan lingkungan ketetanggaaan 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.

Berdasarkan latar belakang masalah dan kerangka teoritis yang dikemukakan di atas dapat digambarkan paradigma penelitian sebagai berikut :



Gambar 1. Paradigma Penelitian

### 1.6. Hipotesis

Berdasarkan perumusan masalah dan kerangka pikir dapat dirumuskan hipotesis yaitu, “Diduga ada pengaruh antara faktor harga, lokasi, bangunan, dan lingkungan terhadap keputusan pembelian rumah pada perumahan Arum Lestari Bandar Lampung “.

### III. METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis *penelitian kualitatif*, yaitu penelitian survei karena dalam pengumpulan data, peneliti menghimpun informasi dari para responden menggunakan kuesioner sebagai metode pokok. Pendekatan penelitian yang berkiblat secara kualitatif bersifat intuitif, mengandalkan pada prasarana dan deskriptif. (1) Pendekatan intuitif lebih cenderung pada pengujian pemecahan pemecahan dan coba-coba. (2) Pendekatan perasaan sangat menyandarkan diri pada pertimbangan pribadi. (3) Pendekatan deskriptif menggabungkan sifat-sifat adaptif atau "belajar sendiri" (*self-learning*).

Sedangkan metode penelitian kuantitatif juga digunakan karena penelitian kuantitatif bertujuan untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih yang bersifat sebab akibat (kausal), menguji teori, dan analisa data dengan menggunakan statistik untuk menguji hipotesis. Dan ciri dari pendekatan penelitian kuantitatif ini adalah adanya variabel, operasional, realibilitas, hipotesis, validitas dan makna secara statistik (Sugiono, 2012:23-24).

#### 3.2. Sampel Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode *sample random Sampling*. Menurut Suharsimi Arikunto (2007:117) apabila objek penelitian kurang dari 100 maka lebih baik diambil semua, selanjutnya jika jumlah lebih dari 100 maka lebih baik diambil antara 10–15 %. Berdasarkan survey pendahuluan diketahui jumlah rumah yang berpenghuni di lokasi perumahan terdapat 235 rumah, sehingga penulis mengambil sampel sebanyak 35 responden ( $15\% \times 235 \text{ orang} = 35,25$  dibulatkan menjadi 35).

#### 3.3. Metode Analisis Data

##### 3.3.1. Analisis Kualitatif

Analisis kualitatif dilakukan dengan menggunakan teknik aplikasi deskriptif yaitu berdasarkan jawaban dari responden dan dibuatkan persentasenya, kemudian dideskripsikan dan dianalisis dengan menggunakan teori-teori yang berhubungan dengan permasalahan

##### 3.3.2. Analisis Kuantitatif

Analisis Kuantitatif dilakukan dengan menggunakan variabel statistik guna mengetahui pengaruh harga, lokasi, bangunan dan lingkungan terhadap keputusan konsumen membeli rumah pada perumahan Arum Lestari di Bandar Lampung. Analisis ini menggunakan uji statistik Regresi linier berganda, dengan rumus sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + E_t$$

Keterangan :

Y = Variabel keputusan pembelian rumah

X<sub>1</sub> = Variabel harga

X<sub>2</sub> = Variabel lokasi

X<sub>3</sub> = Variabel bangunan

X<sub>4</sub> = Variabel lingkungan

X<sub>5</sub> = Variabel promosi

a = Intercept

b = Koefisien regresi

E<sub>t</sub> = Kesalahan penggunaan (error term)

## IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1. Analisis Deskriptif

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner kepada tigapuluh lima orang responden di perumahan Arum Lestari, maka hasilnya direkap dalam tabel sebagai berikut:

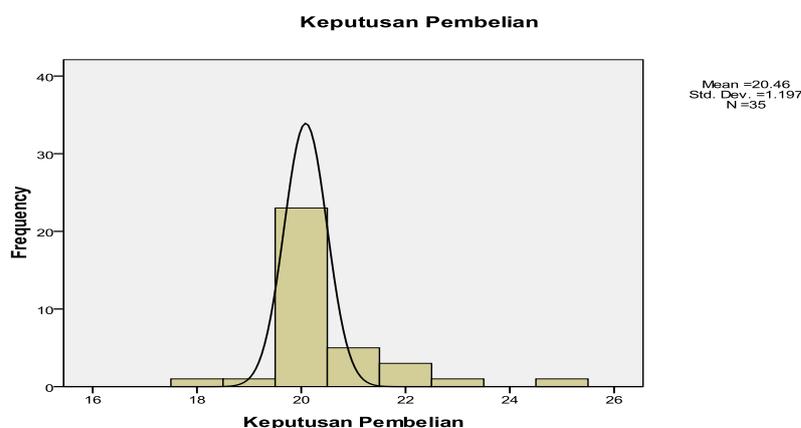
Tabel 1. *Descriptive Statistics*

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Keputusan Pembelian	35	18	25	20.46	1.197
Harga	35	16	23	18.66	1.282
Lokasi	35	11	17	13.06	1.259
Bangunan	35	16	23	17.83	1.524
Lingkungan	35	15	21	16.77	1.416
Valid N (listwise)	35				

Sumber: Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel diatas yang disusun dari 35 kuesioner, dari jawaban responden maka untuk variabel keputusan pembelian diketahui skor jawaban maksimum adalah 25 dan jawaban terendah 18, sedangkan rata-rata jawaban adalah

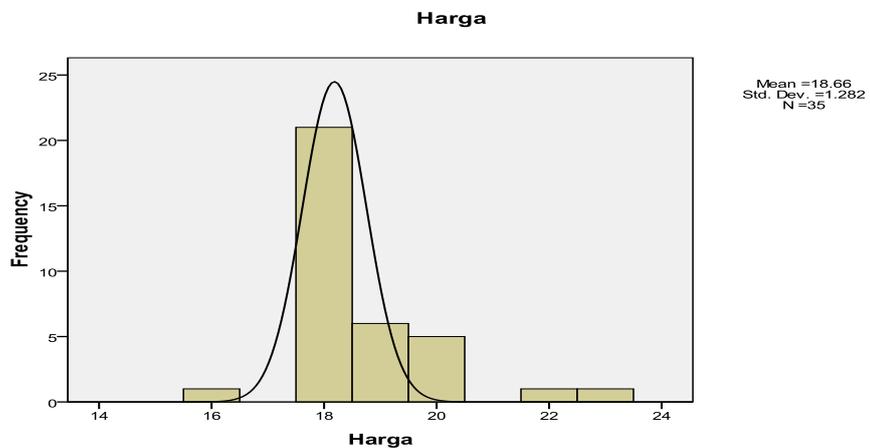
20,46 dan 71% jawaban responden dibawah rata-rata, hal menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap variabel keputusan pembelian masih kurang baik. Sebaran jawaban responden tersebut dapat dilihat pada grafik berikut:



Gambar 4.1. Grafik Jawaban responden tentang keputusan

Untuk variabel harga diketahui skor jawaban maksimum adalah 23 dan jawaban terendah 16, sedangkan rata-rata jawaban

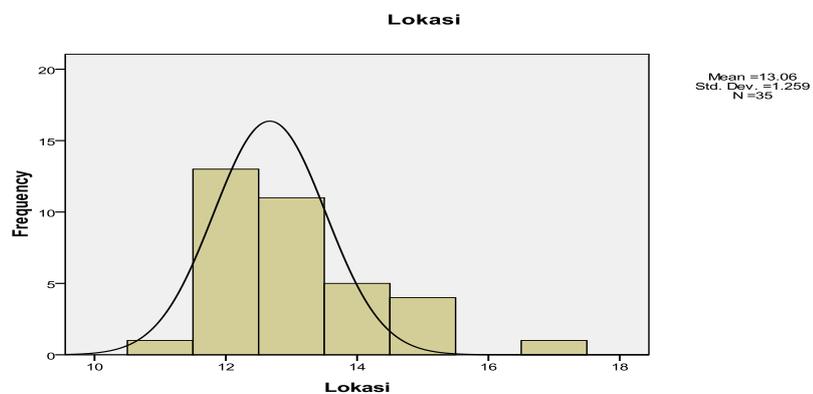
adalah 18,66 dan 62,9% jawaban responden dibawah rata-rata,



Gambar 4.2. Grafik jawaban responden tentang harga

Untuk variabel lokasi diketahui skor jawaban maksimum adalah 17 dan jawaban terendah 11, sedangkan rata-rata jawaban adalah 13,06 dan 71,4% jawaban responden dibawah rata-rata, sehingga hal ini

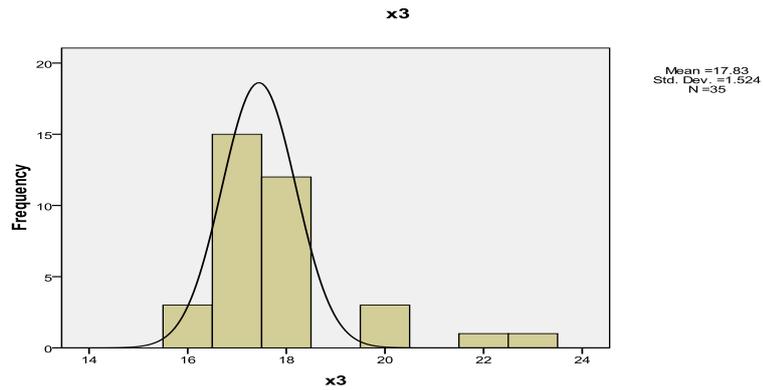
menunjukkan bahwa lebih banyak responden yang berpersepsi kurang baik terhadap lokasi rumah. Sebaran jawaban responden tersebut dapat dilihat pada grafik berikut:



Gambar 4.3. Grafik jawaban responden tentang lokasi

Untuk variabel bangunan diketahui skor jawaban maksimum adalah 23 dan jawaban terendah 16, sedangkan rata-rata jawaban adalah 17,83 dan 51,4% jawaban responden dibawah rata-rata, sehingga hal ini

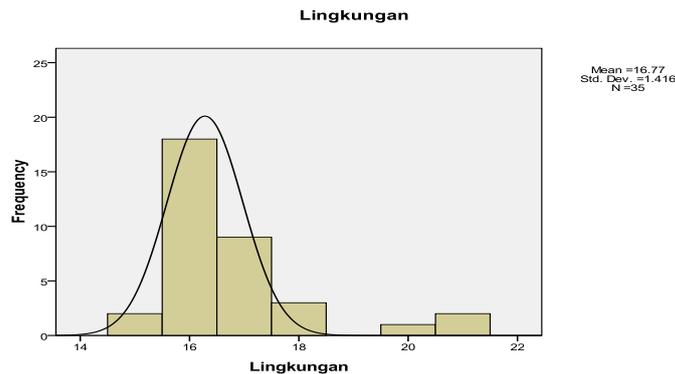
menunjukkan bahwa sedikit lebih banyak responden yang berpersepsi kurang baik terhadap bangunan rumah. Sebaran jawaban responden tersebut dapat dilihat pada grafik berikut:



Gambar 4.4 . Grafik jawaban responden tentang bangunan

Untuk variabel lingkungan diketahui skor jawaban maksimum adalah 21 dan jawaban terendah 15, sedangkan rata-rata jawaban adalah 16,77 dan 57,1% jawaban responden dibawah rata-rata, sehingga hal ini

menunjukkan bahwa lebih banyak responden yang berpersepsi kurang baik terhadap lingkungan. Sebaran jawaban responden tersebut dapat dilihat pada grafik berikut



Gambar 4.5. Grafik jawaban responden tentang lingkungan

Pengujian pengaruh variabel yaitu Harga ( $X_1$ ), lokasi ( $X_2$ ), bangunan ( $X_3$ ), lingkungan ( $X_4$ ) terhadap keputusan

pembelian (Y) dari hasil olah data dapat dirumuskan sebagai berikut

Tabel 2. *Coefficients<sup>a</sup>*

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5,131	0,849		6,041	0,000
Harga	0,258	0,100	0,277	2,570	0,015
Lokasi	0,239	0,083	0,252	2,898	0,007
Bangunan	0,254	0,097	0,323	2,610	0,014
Lingkungan	0,171	0,064	0,202	2,688	0,012

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Daata diolah, 2018

dari tabel2. diatas dapat disusun persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + et$$

$$Y = 5,131 + 0,258X_1 + 0,239X_2 + 0,254X_3 + 0,171X_4, \text{ artinya};$$

a. Nilai  $a = 5,131$  artinya jika  $X_1, X_2, X_3$  dan

$X_4$ , nilainya 0, maka  $Y$ (keputusan pembelian) nilainya adalah 5,131. Dengan kata lain jika harga, lokasi, bangunan dan lingkungan bernilai nol, maka  $Y$ (keputusan pembelian) nilainya adalah 5,131.

b. Koefisien regresi variabel  $X_1$ (harga) sebesar 0,258; artinya jika nilai  $X_1$ (harga) mengalami kenaikan 1 maka  $Y$  (keputusan pembelian) akan mengalami kenaikan sebesar 0,097.

c. Koefisien regresi variabel  $X_2$ (lokasi) sebesar 0,239; artinya jika nilai  $X_2$ (lokasi) mengalami kenaikan 1 maka  $Y$  (keputusan pembelian) akan mengalami kenaikan sebesar 0,239.

d. Koefisien regresi variabel  $X_3$ (bangunan) sebesar 0,254; artinya jika nilai  $X_3$ (bangunan) mengalami kenaikan 1 maka  $Y$  (keputusan pembelian) akan mengalami kenaikan sebesar 0,254.

f. Koefisien regresi variabel  $X_4$ (lingkungan) sebesar 0,171; artinya jika nilai  $X_4$ (lingkungan) mengalami kenaikan 1 maka  $Y$  (keputusan pembelian) akan mengalami kenaikan sebesar 0,171.

#### 4.3.Uji Hipotesis (Uji t)

Dengan menggunakan tingkat signifikansi 0,05 karena uji dua sisi maka 2,5% dan  $N = 35$  diperoleh t tabel sebesar = 2,04227. Sedangkan t hitung dilihat dari output olah data adalah 2,570 untuk harga, 2,898 untuk lokasi, 2,610 untuk bangunan dan 2,688 untuk lingkungan ( t hitung > t tabel) maka berdasarkan uji t ini disimpulkan secara parsial harga, lokasi, bangunan dan lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian rumah pada perumahan Arum Lestari Bandar Lampung.

#### 4.4. Uji Koefisien Regresi Secara Bersamaan (Uji F)

Hasil uji F dapat dilihat pada output ANOVA dari hasil analisis regresi linier berganda. Tahap-tahap untuk melakukan uji F adalah:

1. Merumuskan Hipotesis

$H_0 : b_1 = b_2 = 0$ , artinya variasi dari model regresi tidak berhasil menerangkan variasi variabel bebas secara keseluruhan, sejauh mana pengaruhnya terhadap variabel tidak bebas (variabel terikat)

$H_a : b_1 \neq b_2 \neq 0$ , artinya variasi dari model regresi berhasil menerangkan variasi variabel bebas secara keseluruhan, sejauh mana pengaruhnya terhadap variabel tidak bebas (variabel terikat)

2. Menentukan tingkat signifikansi

Tingkat signifikansi menggunakan 0,05 ( $\alpha = 5\%$ )

3. Menentukan F hitung

Berdasarkan output olah data diperoleh F hitung sebesar 104,192

4. Menentukan F tabel

Dengan menggunakan tingkat keyakinan 95%,  $\alpha = 5\%$  maka diperoleh F tabel untuk  $N = 35$  sebesar 2,69 karena F hitung > dari F tabel maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima atau ada pengaruh signifikan antara variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat.

Sehingga berdasarkan uji F diatas dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh

signifikan antara harga, lokasi, bangunan, dan lingkungan secara simultan terhadap keputusan pembelian rumah di perumahan Arum Lestari Bandar Lampung.

#### V. Kesimpulan dan Saran

##### 5.1. Kesimpulan

**5.1. Kesimpulan** Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian rumah pada perumahan Arum Lestari di Bandar Lampung.
2. variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian rumah pada perumahan Arum Lestari di Bandar Lampung.
3. variabel bangunan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian rumah pada perumahan Arum Lestari di Bandar Lampung.
4. variabel lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian rumah pada perumahan Arum Lestari di Bandar Lampung.

##### 5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas maka peneliti mengemukakan beberapa saran sebagai berikut;

1. Pihak pengembang perumahan Arum lestari hendaknya dapat lebih kreatif dan hati-hati dalam menentukan harga sehingga pembeli tidak mengalami kesulitan dalam menyesuaikan rumah yang dipilih dengan kemampuan pembayarannya.
2. Pihak pengembang perumahan Arum lestari hendaknya dapat lebih lebih evaluatif dalam memilih lokasi untuk ketika hendak membuka perumahan baru.
3. Pihak pengembang perumahan Arum lestari hendaknya dapat lebih kreatif dan

fleksibel dalam memberikan pilihan berkenaan dengan bangunan rumah.

4. Pihak pengembang perumahan Arum lestari hendaknya dapat lebih hati-hati dan kritis dalam menciptakan lingkungan yang nyaman bagi penghuni perumahan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta
- Nazir, M. 2003. *Metode Penelitian*. Jakarta:Ghalia Indonesia.
- Kismono, Gugup. 2011. *Bisnis Pengantar*. Yogyakarta: BPFE
- Kotler, Philip. dan Armstrong, Gary, 2008. Alih Bahasa : Bob Sabran , *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, edisi 12 jilid 1, Jakarta : Penebit Erlanga
- Kotler, Philip, & Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran* Edisi 13 Jilid 1, Jakarta : Penerbit Erlangga
- Kotler, Philip. dan Keller, Kevin Lane. 2010. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Edisi Ketiga belas, Penerbit Erlangga, Jakarta
- Kotler, Philip. dan Armstrong, Gary, 2012. Alih Bahasa : Bob Sabran , *prinsip-prinsip pemasaran*. Jakarta : Penebit Erlanga
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa, berbasis kompetensi*. Jakarta: Salemba Empat.
- N. Paramanda dan Km. Agus Satria P. 2015. *Pengaruh Tarif Premi, Kualitas Pelayanan, Daya Tarik Iklan, dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Nasabah*. E-Jurnal Manajemen, Unud Bali
- Nurnaningsih. 2012. *Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Asuransi Jiwa Bersama* (Studi Pada PT. Avrist Assurance – Semarang). Univ. Diponegoro. Semarang.
- Rajput, A.A.; Kalhoro, S.H.; dan Wasif, R. 2012. *Impact of Product Price and Quality on Consumer Buying Behavior: Evidence from Pakistan*. *Interdisciplinary Journal Of Contemporary Research In Business*. ijcrb.webs.com. Vol 4, No 4. August, h.585-496.
- Rangkuti, Freddy. 2010. *Riset Pemasaran*, Jakarta : PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Ririn, Ratnasari Tri dan Mastuti H. Aksa, 2011, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Penerbit : Ghalia Indonesia
- Saladin, Djaslim .2011, *Intisari Pemasaran dan Unsur-unsur Pemasaran*, cetakan keempat, Linda Karya, Bandung
- Setiadi, J Nugroho.2010. *Perilaku Konsumen*, Jakarta : Kencana Prenada Media Group,
- Simamora, Bilson. 2011. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Slameto. 2003. *Belajar dan Faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: Rineka Cipta
- Stanton, William J. 2004. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.

Sugiyono. 2012. *Statistika Untuk penelitian*. Bandung: Alfabeta.

*Satisfaction*. Yogyakarta: Penerbit ANDI

Suyatno, Thomas. 2007. *Kelembagaan Perbankan*, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.

Tjiptono, Fandy, Gregorius Chandra.2012 *pemasaran strategik edisi 2* ANDI, Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy. 2011. *Pemasaran Jasa*, Bayumedia, Malang

Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, 2011. *Service, Quality and*