

ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMBELI KREDIT PEMILIKAN RUMAH (KPR) BERSUBSIDI DI LAMPUNG SELATAN (STUDY PADA PERUMAHAN GRIYA CEMERLANG 5 SUKAJAYA LEMPASING)”.

AJENG TRIANI¹, SUWANDI²

Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Bandar Lampung
Jl. Zainal Abidin PA no. 26 , Bandar Lampung 35142, Lampung, Indonesia

ajeng.triani@ubl.ac.id¹ suwandi@ darmajaya.ac.id²

Abstrak

Indonesia merupakan negara yang memiliki kategori penduduk yang cukup banyak baik dari kalangan ekonomi menengah ke atas, sedang, maupun ekonomi terbelakang. Kebutuhan hidup seseorang terdiri dari kebutuhan sandang, pangan, dan papan, rumah (papan) merupakan kebutuhan yang sangat penting karena rumah adalah tempat menetap, singgah dan mempertahankan hidup tapi kenyataan yang terjadi di lapangan masih banyak masyarakat di Indonesia yang belum memiliki rumah (mengontrak) bahkan banyak individu dan rumah tangga yang hidup gelandangan.

Maka saat ini pemerintah Lampung sedang menggalakan yang di sebut dengan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) yaitu kredit yang digunakan untuk membeli rumah atau untuk kebutuhan konsumtif lainnya dengan jaminan atau agunan berupa rumah. Pemerintah Lampung Selatan berupaya memberikan sarana Kredit Pemilikan Rumah (KPR) bagi masyarakat dengan melakukan kerjasama pemerintah daerah dengan para investor perumahan yang ada di Lampung Sealatan.

Kata Kunci : Perumahan, Lampung selatan, Kredit Pemilikan Rumah (KPR)

I. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang memiliki kategori penduduk yang cukup banyak baik dari kalangan ekonomi menengah ke atas, sedang, maupun ekonomi terbelakang. Hal ini di pengaruhi oleh adanya jumlah pendapatan tiap - tiap penduduk individualisme atau rumah tangga dengan jumlah penghasilan yang berbeda - beda, belum lagi ketidak merataannya lapangan perkerjaan di Indonesia. Dapat diamati melalui banyaknya para jumlah pekerja, yang memilih bekerja

di kota - kota besar (sentral industri), dibandingkan mengembangkan potensi daerah masing - masing semua ini di karenakan upah minimum regional di pusat kota lebih besar dibandingkan di daerah. Sedangkan masyarakat yang ada di daerah harus bekerja ekstra untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka tidak lazim banyak masyarakat yang tinggal di daerah memiliki siklus, rotasi kemajuan yang cenderung relatif lambat dibandingkan dengan kota - kota besar, masalah ini timbul disebabkan oleh banyaknya masyarakat yang tinggal di

daerah tidak memiliki kemampuan dalam mengembangkan ilmu pengetahuan dan teknologi serta rendahnya angka pendidikan, dengan rendahnya angka pendidikan tersebut membuat masyarakat memiliki penghasilan yang baik, sehingga hal ini menjadi masalah yang kompleks ketika seseorang tidak memiliki kemampuan financial yang cukup untuk memenuhi kebutuhan hidup dan kebutuhan rumah tangga.

Kebutuhan hidup seseorang terdiri dari kebutuhan sandang, pangan, dan papan, rumah (papan) merupakan kebutuhan yang sangat penting karena rumah adalah tempat menetap, singgah dan mempertahankan hidup tapi kenyataan yang terjadi di lapangan masih banyak masyarakat di Indonesia yang belum memiliki rumah (mengontrak) bahkan banyak individu dan rumah tangga yang hidup gelandangan.

Maka saat ini pemerintah Lampung sedang menggalakan yang di sebut dengan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Perumahan bersubsidi untuk memenuhi kebutuhan ketersediaan pemukiman itu tersendiri dengan mengadakan pemerataan pembangunan bukan hanya di kota Bandar Lampung saja namun adanya pemerataan seperti pembangunan yang di lakukan di Lampung Selatan. Permintaan akan perumahan subsidi di Lampung Selatan selalu mengalami kenaikan setiap bulannya, Ini mengindikasikan bahwa masyarakat tertarik dengan adanya perumahan subsidi di Lampung Selatan.

1.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut

1. Kualitas produk perumahan jadi suatu pertimbangan bagi calon konsumen

mengena bangunan layak di gunakan dalam jangka panjang atau tidak.

2. Adanya persepsi harga yang cukup tinggi bagi yang masyarakat yang berpenghasilan rendah yang menjadi penyebab kurangnya minat konsumen dalam membeli perumahan.

3. Meningkatnya kesadaran masyarakat akan kenyamanan tempat tinggal serta mengakibatkan masyarakat semakin pandai dalam memilih lokasi perumahan yang lingkungan nya nyaman dan mudah di jangkau, dan fasilitas perumahan yang tersedia akan menjadi penilaian bagi konsumen dalam memilih rumah yang mereka inginkan dan butuhkan.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah yang muncul adalah:

1. Apakah calon konsumen mengetahui kualitas produk Kredit Pemilikan Rumah (KPR) bersubsidi yang diadakan oleh pemerintah ?
2. Apakah calon konsumen mengetahui harga Kredit Pemilikan Rumah (KPR) bersubsidi ?
3. Bagaimanakah pendapat calon konsumen mengenai adanya Kredit Pemilikan Rumah (KPR) bersubsidi tersebut ?
4. Apakah calon konsumen mengetahui letak lokasi Kredit Pemilikan Rumah (KPR) bersubsidi yang akan dibangun ?
5. Bagaimanakah fasilitas yang disediakan oleh perusahaan yang bekerjasama dengan pemerintah mengenai pengadaan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) bersubsidi tersebut ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan rumusan kalimat yang menunjukkan adanya suatu hal yang diperoleh setelah penelitian selesai. Tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Mengetahui perilaku konsumen untuk mempengaruhi keputusan dalam membeli Kredit Pemilikan Rumah (KPR) bersubsidi di Lampung Selatan.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Teori Keputusan Konsumen

Definisi keputusan pembelian menurut Nugroho (2003:38) adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasi sikap pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif, dan memilih salah satu diantaranya. Berdasarkan pendapat para ahli diatas maka dapat disampaikan bahwa keputusan pembelian adalah suatu keputusan seseorang dimana dia memilih salah satu dari beberapa alternatif pilihan yang ada dan proses integrasi yang mengkombinasi sikap pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya.

Langkah-langkah Keputusan Konsumen:

1. Pengenalan kebutuhan
2. Pencarian informasi
3. Evaluasi alternative

2.2 Pengertian Teori Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk dalam memperagakan fungsi-fungsinya sebagai upaya memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. menurut Handoko (2002 : 23), kualitas produk adalah suatu kondisi dari sebuah barang berdasarkan pada penilaian atas kesesuaiannya dengan standar ukur yang telah ditetapkan. Semakin sesuai standar

yang ditetapkan maka akan dinilai produk tersebut semakin berkualitas.

2.3 Teori Harga

Harga merupakan sesuatu kesepakatan mengenai transaksi jual beli barang/jasa dimana kesepakatan tersebut diridhai oleh kedua belah pihak. Harga tersebut haruslah direlakan oleh kedua belah pihak dalam akad.

Harga sebuah produk atau jasa merupakan faktor penentu utama permintaan pasar, harga mempengaruhi posisi pesaing dan bagian atau saham pasar dari perusahaan. Sewajarnya jika harga mempunyai pengaruh yang bukan kecil terhadap pendapatan dan laba bersih.

2.4 Teori Pendapatan

pendapatan merupakan gambaran terhadap posisi ekonomi keluarga dalam masyarakat, oleh karenanya setiap orang yang bergelut dalam suatu jenis pekerjaan tertentu termasuk pekerjaan di sector informal atau perdagangan, berupaya untuk selalu meningkatkan pendapatan darihasil usahanya yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup

keluarganya dan sedapat mungkin pendapatan yang diperoleh dapat meningkatkan taraf hidup keluarganya.

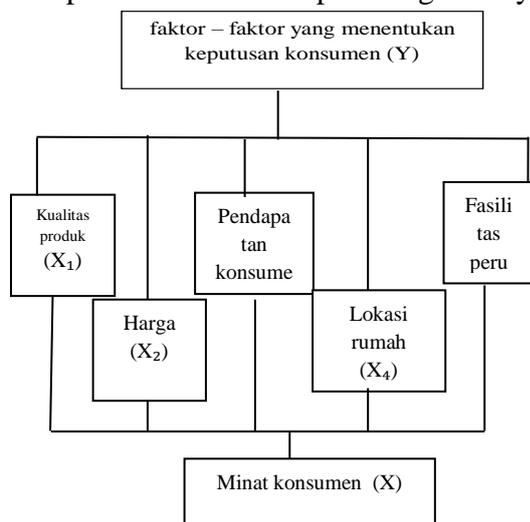
2.5 Teori Lokasi Perumahan

Daya tarik dari suatu lokasi ditentukan oleh dua hal yaitu aksesibilitas dan lingkungan. Aksesibilitas merupakan daya tarik ditentukan oleh kemudahan dalam pencapaian ke berbagai pusat kegiatan seperti pusat perdagangan, pusat pendidikan, daerah industri, jasa pelayanan perbankan ,tempat rekreasi, pelayanan pemerintahan, jasa profesional dan bahkan merupakan perpaduan antara semua kegiatan tersebut.

2.6 Teori Fasilitas Perumahan

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

Dengan adanya tuntutan pihak developer rumah subsidi untuk membangun sebuah hunian yang layak huni dan didukung oleh fasilitas umum, maka pihak developer mulai memperhatikan lokasi pembangunan yang



Gambar 2.1
Kerangka Pikir

Maka berdasarkan teori pada tinjauan pustaka dapat disajikan rumus Regresi Berganda sebagai berikut

$$:Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

dimana:

Y = Keputusan Pembelian Rumah Bersubsidi

b₀ = Konstanta

b₁..b₅ = Koefisien regresi dari variabel X₁, ..X₅

strategis. Selain menarik masyarakat untuk mendapatkan rumah subsidi tersebut, hal ini akan menjamin kenyamanan pihak konsumen.

2.7 Kerangka Pikir

Pemaparan diatas merupakan gambaran secara sistematis mengenai faktor-faktor yang menentukan keputusan konsumen dalam membeli (KPR) bersubsidi, yang pada hal ini penelitian dilaksanakan di Lampung Selatan mengenai (Study Analisis di Perumahan Griya Cemerlang 5 Sukajaya Lempasing).

- X₁ = Kualitas produk
 X₂ = Harga
 X₃ = Pendapatan Konsumen
 X₄ = Lokasi Perumahan
 X₅ = Fasilitas Perumahan
 e = gangguan (error)

2.8 Hipotesis

Hipotesis menurut Sugiyono (2009 : 56), Hipotesis yakni adalah jawaban yang masih bersifat sementara terhadap rumusan masalah penelitian, yang mana rumusan masalah penelitian sudah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan. Hipotesis maka dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori, adapun hipotesis yang muncul dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

H1 = Ada pengaruh yang signifikan secara parsial dari variabel kualitas produk terhadap keputusan konsumen.

H2 = Ada pengaruh yang tidak signifikan secara parsial dari variabel kualitas produk terhadap keputusan konsumen.

H3 = Ada pengaruh yang signifikan secara parsial dari variabel harga terhadap keputusan konsumen.

- H4 = Ada pengaruh yang tidak signifikan secara parsial dari variabel harga terhadap keputusan konsumen.
- H5 = Ada pengaruh yang signifikan secara parsial dari variabel pendapatan konsumen terhadap keputusan konsumen.
- H6 = Ada pengaruh yang tidak signifikan secara parsial dari variabel pendapatan konsumen terhadap keputusan konsumen.
- H7 = Ada pengaruh yang signifikan secara parsial dari variabel lokasi perumahan terhadap keputusan konsumen.
- H8 = Ada pengaruh yang tidak signifikan secara parsial dari variabel lokasi perumahan terhadap keputusan konsumen.
- H9 = Ada pengaruh yang signifikan secara parsial dari variabel fasilitas perumahan terhadap keputusan konsumen.
- H10 = Ada pengaruh yang tidak signifikan secara parsial dari variabel fasilitas perumahan terhadap keputusan konsumen.
- H11 = Ada pengaruh yang signifikan secara simultan dari variabel kualitas produk, harga, pendapatan konsumen, lokasi rumah dan fasilitas perumahan terhadap keputusan konsumen.
- H12 = Ada pengaruh yang tidak signifikan secara simultan dari variabel kualitas produk, harga, pendapatan konsumen, lokasi rumah dan fasilitas perumahan terhadap keputusan konsumen.

III.METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian asosiatif dengan menggunakan teknik analisis kuantitatif. Metode penelitian asosiatif

adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun juga hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2003:11).

Penelitian Analisis Faktor-Faktor yang Menentukan Keputusan Konsumen dalam Membeli Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Bersubsidi Di Lampung Selatan (studi Analisis pada di Perumahan Griya Cemerlang 5 Sukajaya Lempasing) ini menggunakan dasar penelitian **Regresi Linier Berganda** dan menggunakan pengolahan data dengan SPSS.

3.2 Populasi dan Tehnik Sampeling

1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah penghuni Perumahan Griya Cemerlang 5 Sukajaya lempasing Lampung Selatan , dengan populasi 74 unit.

2. Sampel

Teknik snowball sampling adalah teknik penentuan sampel yang mula-mula jumlahnya kecil, kemudian menjadi besar. Untuk menentukan berapa minimal sampel yang dibutuhkan dapat dilakukan dengan menggunakan metode rumus Slovin (Ummar, 2001 : 120), dengan rumus sebagai berikut:

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

Dimana :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

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

Dalam penelitian diketahui N sebesar 74, e ditetapkan sebesar 10%. Jadi jumlah minimal sampel yang di ambil peneliti sebesar :

$$n = \frac{74}{1 + 74 \cdot (10)^2}$$

$$n = \frac{74}{1 + 74 \cdot (0,01)}$$

$$n = \frac{74}{1,74}$$

= 42,52 = 43 Sampel

3.3 Hasil dan Pembahasan

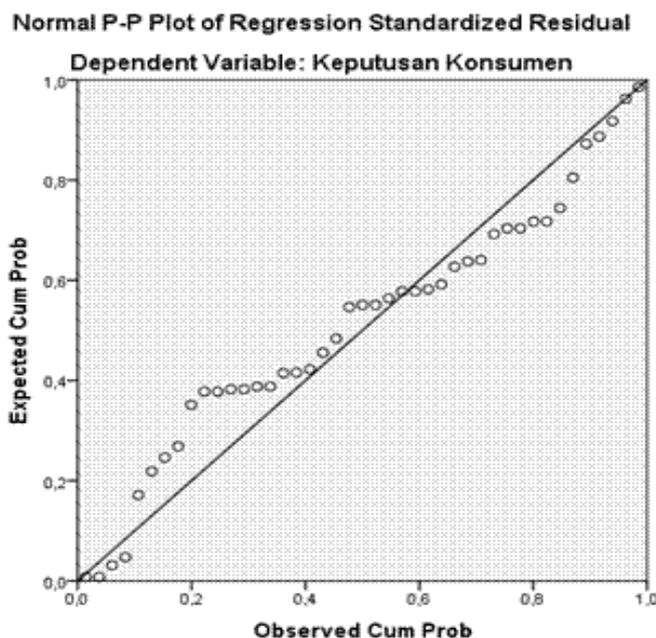
Hasil uji validitas dan reliabilitas menyatakan bahwa semua butir pertanyaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid dan reliabel.

Untuk mengetahui apakah koefisien regresi merupakan koefisien yang Normal atau tidak, dan untuk mengetahui apakah

dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. maka harus dilakukan pemeriksaan terhadap asumsi-asumsinya sebagai berikut :

1. Uji normalitas

Uji normalitas menggunakan grafik Histogram dan P-Plot data dikatakan normal, jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram. Maka hasil uji normalitas grafik Histogram dan P-Plot yang berdasarkan output dibawah, diketahui bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram, sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang diuji berdistribusi normal.



2. Uji Linieritas

Pada penelitian ini, nilai signifikansi *Devation from linierity* lebih besar dari 0,05. Karena nilai *Devation from linierity* > 0,05 maka ada hubungan yang linear secara

signifikan antara variabel independent dan variabel dependent dan berarti dapat disimpulkan bahwa model regresi berbentuk linier.

Tabel 4.15
Hasil Uji Linieritas
ANOVA Table

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
(Combined)			78,475	5	15,695	5,584	,001
Keputusan Konsumen* Kualitas Produk	Between Groups	Linearity	60,624	1	60,624	21,570	,000
		Deviation from Linearity	17,851	4	4,463	1,588	,198
	Within Groups		103,990	37	2,811		
Total			182,465	42			

3. Uji Multikolinieritas

Pengujian multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui hubungan yang sempurna antar variabel bebas dalam model regresi. Gejala multikolinieritas dapat dilihat dari nilai tolerance dan nilai *Varian*

Inflation Factor (VIF). Bila nilai VIF lebih kecil dari 10 dan nilai toleransinya diatas 0,1 atau 10 % maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tersebut tidak terjadi multikolinieritas.

Tabel 4.16
Hasil Uji Multikolinieritas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Beta	Tolerance
(Constant)	6,618	2,430		2,723	,010		
Kualitas Produk	,936	,239	,607	3,917	,000	,635	1,576
Harga	,592	,340	,518	1,741	,090	,172	5,814
Pendapatan Konsumen	-,253	,344	-,227	-,736	,466	,160	6,252
Lokasi Perumahan	-,132	,247	-,105	-,534	,596	,395	2,530
Fasilitas Perumahan	,149	,249	,119	,598	,553	,387	2,581

a. Dependent Variable: Keputusan Konsumen

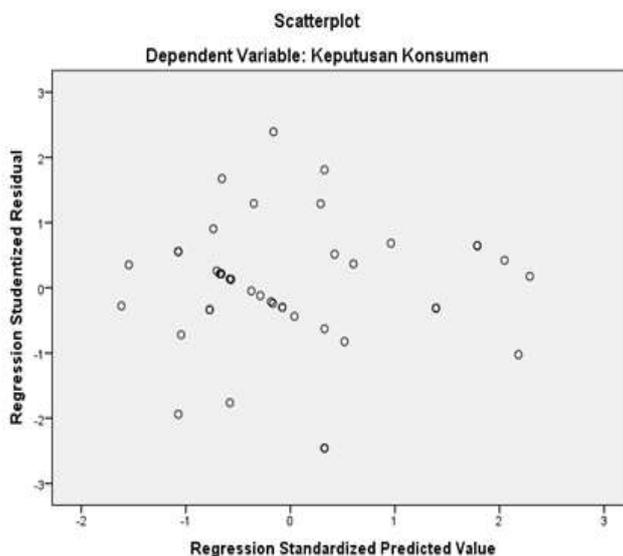
Sumber: *Data diolah, 2020*

Kelima variabel independen yakni kualitas produk, harga, pendapatan konsumen, lokasi perumahan, dan fasilitas perumahan memiliki nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dalam batas toleransi yang telah ditentukan, sehingga tidak terjadi multikolinieritas variabel independen penelitian, dengan demikian maka dapat disimpulkan regresi sah untuk digunakan.

4. Uji Heterokedastisitas

Uji ini untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dan residual, dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heterokedastisitas. Untuk mendeteksi ada tidaknya heterokedastisitas dapat digunakan metode Grafik ScatterPlot yang dihasilkan

dari output program SPSS versi 18, berikut hasil dari olah data.



Berdasarkan output Scatterplot di atas, terlihat bahwa titik titik menyebar dan tidak membentuk pola tertentu yang jelas, sehingga dapat disimpullkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

5. Analisis Persamaan Regresi Linear Berganda

perumahan (X5) terhadap keputusan konsumen (Y). Dengan menggunakan bantuan program SPSS 18, maka

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengukur pengaruh antara kualitas produk (X1), harga (X2), pendapatan konsumen (X3), lokasi perumahan (X4), dan fasilitas

diperoleh nilai-nilai untuk regresi berganda sebagai berikut:

Tabel 4.18 Hasil Uji Regresi Berganda Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	6,618	2,430		2,723	,010
Kualitas Produk	,936	,239	,607	3,917	,000
Harga	,592	,340	,518	1,741	,090
1 Pendapatan Konsumen	-,253	,344	-,227	-,736	,466
Lokasi Perumahan	-,132	,247	-,105	-,534	,596
Fasilitas Perumahan	,149	,249	,119	,598	,553

a. Dependent Variable: Keputusan Konsumen

Dari hasil tersebut apabila ditulis dalam bentuk standardized dari persamaan regresinya adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5 + e$$

$$Y = 6,618 + 936 X_1 + 592 X_2 + (-253) X_3 + (-132) X_4 + 149 X_5 + e$$

6. Pengujian Hipotesis

1. Uji t (Uji Hipotesis Secara Parsial)

Uji t merupakan salah satu uji hipotesis penelitian dalam analisis regresi linear berganda. Uji t bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas atau variabel independen (X) secara parsial (sendiri-sendiri) berpengaruh terhadap variabel terikat atau variabel dependent (Y).

Hipotesis dalam penelitian ini diuji kebenarannya dengan menggunakan uji parsial. Pengujian dilakukan dengan melihat taraf signifikansi (P value), jika taraf signifikansi yang dihasilkan dari perhitungan dibawah 0,05 maka hipotesis diterima, sebaiknya jika taraf signifikansi hasil hitung lebih besar dari 0,05 maka hipotesis ditolak.

Tabel 4.21
Hasil Analisis Regresi Secara Simultan (uji f)
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	79,500	5	15,900	5,714	,001 ^b
Residual	102,965	37	2,783		
Total	182,465	42			

a. Dependent Variable: Keputusan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Fasilitas Perumahan, Pendapatan Konsumen, Kualitas Produk, Lokasi Perumahan, Harga

Berdasarkan hasil output Tabel 4.21 diatas diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh X1, X2, X3, X4, dan X5 secara simultan terhadap Y adalah sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai fhitung $5,714 > f_{tabel} 2,61$, sehingga dapat disimpulkan bahwa

Tabel 4.20
Ringkasan Hasil uji t

Hipotesis	Sig	α	Diterima / Ditolak
Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Konsumen (H1)	0,000	0,05	Diterima
Harga berpengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Konsumen (H3)	0,90	0,05	Ditolak
Pendapatan Konsumen berpengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Konsumen (H5)	0,466	0,05	Ditolak
Lokasi Perumahan berpengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Konsumen (H7)	0,599	0,05	Ditolak
Fasilitas Perumahan berpengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Konsumen (H9)	0,553	0,05	Ditolak

Sumber: Data diolah, 2020

2. Uji F (Pengujian hipotesis secara simultan)

Untuk menguji Hipotesis 11 (H11) dalam hal ini pengaruh variabel bebas secara bersama-sama diuji dengan menggunakan uji F. Hasil perhitungan regresi secara simultan diperoleh sebagai berikut:

Hipotesis 11 (H11) diterima, Hal ini berarti bahwa pengujian simultan tersebut menunjukkan bahwa secara bersama sama (simultan) Kualitas Produk (X1), Harga (X2), Pendapatan Konsumen (X3), Lokasi Perumahan (X4) dan Fasilitas Perumahan (X5) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Konsumen (Y).

3. Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R Square atau R²) berguna untuk memprediksi dan melihat seberapa besar kontribusi pengaruh yang diberikan variabel X secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel (Y). Nilai koefisien determinasi ditentukan dengan nilai R Square sebagaimana dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.22

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,660 ^a	,436	,359	1,668

a. Predictors: (Constant), Fasilitas Perumahan, Pendapatan Konsumen, Kualitas Produk, Lokasi Perumahan, Harga

Berdasar hasil output tabel 4.22 diatas menggunakan SPSS versi 18 diketahui nilai R Square sebesar 0,436 hal ini mengandung arti bahwa secara bersama sama (simultan) variabel Kualitas Produk (X1), Harga (X2), Pendapatan Konsumen (X3), Lokasi Perumahan (X4) dan Fasilitas Perumahan (X5) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pelanggan (Y) adalah sebesar 43,6%.

IV. PEMBAHASAN

Diketahui bahwa berdasarkan penelitian yang dilakukan di Perumahan Griya Cemerlang 5 Sukajaya Lempasing ini terdapat 43 responden. Tabel 4.1 menunjukkan bahwa responden yang paling banyak adalah berjenis kelamin laki-laki dengan jumlah 25 orang dilihat dari persentase sebesar (58,1%). Pada tabel 4.2 menunjukkan bahwa responden yang paling banyak adalah dengan rentang umur 36 – 45 tahun dengan jumlah 21 orang serta besar persentasenya adalah (48,8%). Sedangkan pada tabel 4.3 menunjukkan bahwa responden yang paling dominan yaitu dengan berpendidikan terakhir yakni perguruan tinggi dengan jumlah 25 orang atau dalam persentasenya adalah (58,1%). Serta pada tabel 4.4 menunjukkan bahwa responden pelanggan yang berpotensi adalah dari kalangan status pekerjaan

sebagai guru/dosen dengan sebanyak 11 orang dan besar persentasenya (25,6%). Dan tabel 4.5 menunjukkan bahwa responden yang mampu membeli yaitu yang berpendapatan perbulan sekitar Rp 5.000.000 – Rp 10.000.000 dengan jumlah 25 orang serta jika di persentasekan sebesar (58,1%).

Dari hasil uji regresi berganda, diketahui bahwa variabel pengujian simultan menunjukkan bahwa secara bersama sama (simultan) Kualitas Produk, Harga, Pendapatan Konsumen, Lokasi Perumahan dan Fasilitas Perumahan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Konsumen pada Perumahan Griya Cemerlang 5 Sukajaya Lempasing.

Untuk melihat pengaruh secara simultan ini dapat dilihat dari hasil uji F. Caranya yaitu dengan membandingkan antara Fhitung dengan Ftabel. Caranya yaitu dengan menentukan nilai derajat bebas (df) untuk pembilang (df1) dengan rumus $df1 = k - 1$. Kemudian menentukan derajat bebas/degree of freedom (df) untuk penyebut atau df2 dengan rumus $df2 = n - k$. Dimana k adalah jumlah variabel (bebas + terikat) dan n adalah jumlah responden. Dalam penelitian ini $k = 5$ dan $n = 43$. Maka nilai df1 dalam penelitian ini adalah $df1 = 5 - 1 = 4$, dan $df2 = 43 - 4 = 39$, sehingga dengan melihat nilai pada Ftabel dengan $df1 = 4$ dan $df2 = 39$ diperoleh nilai Ftabel = 2,61, dan diketahui bahwa nilai Fhitung sebesar 5,714. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Fhitung > Ftabel ($5,714 > 2,61$), artinya Kualitas Produk, Harga, Pendapatan Konsumen, Lokasi Perumahan dan Fasilitas Perumahan secara bersama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Konsumen

pada Perumahan Griya Cemerlang 5 Sukajaya Lempasing.

Sedangkan untuk hasil uji koefisien determinan (R^2) diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,4356 atau 43,6%. Besarnya nilai koefisien determinasi tersebut menunjukkan bahwa variabel bebas yang terdiri dari Kualitas Produk, Harga, Pendapatan Konsumen, Lokasi Perumahan dan Fasilitas Perumahan mampu menjelaskan variabel terikat, yaitu Keputusan Konsumen (Y) sebesar 43,6%, sedangkan sisanya 56,4% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini. Dari hasil pengujian data di atas, maka diperoleh H_a diterima dan H_0 ditolak, artinya Kualitas Produk, Harga, Pendapatan Konsumen, Lokasi Perumahan dan Fasilitas Perumahan berpengaruh terhadap Keputusan Konsumen pada pembelian Perumahan Griya Cemerlang 5 Sukajaya Lempasing.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Ada pengaruh positif Kualitas Produk terhadap Keputusan Konsumen pada pembelian Perumahan Griya Cemerlang 5 Sukajaya Lempasing.
2. Ada pengaruh positif Harga terhadap Keputusan Konsumen pada pembelian Perumahan Griya Cemerlang 5 Sukajaya Lempasing.
3. Ada pengaruh negative Pendapatan Konsumen terhadap Keputusan Konsumen pada pembelian Perumahan

Griya Cemerlang 5 Sukajaya Lempasing.

4. Ada pengaruh negative Lokasi Perumahan terhadap Keputusan Konsumen pada pembelian Perumahan Griya Cemerlang 5 Sukajaya Lempasing.
5. Ada pengaruh positif Fasilitas Perumahan terhadap Keputusan Konsumen pada pembelian Perumahan Griya Cemerlang 5 Sukajaya Lempasing.
6. Ada pengaruh positif dan negative Kualitas Produk, Harga, Pendapatan Konsumen, Lokasi Perumahan dan Fasilitas Perumahan terhadap Keputusan Konsumen pada pembelian Perumahan Griya Cemerlang 5 Sukajaya Lempasing.

5.2 Saran

Saran yang diajukan penulis untuk penelitiannya selanjutnya adalah sebagai berikut :

1. Faktor Emosional
 1. Bagi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian perumahan harus lebih memperhatikan, letak perumahan dekat pusat kota, banyaknya toko-toko yang menyediakan bahan kebutuhan sehari-hari di sekitar perumahan dan lainnya.
 2. Bagi pengembang dalam membangun unit perumahan harus lebih memperhatikan hal yang berkaitan dengan suasana perumahan yang tenang dan kondusif dan terjaminnya kebersihan air di perumahan dan tersedianya aliran listrik yang memadai. Serta adanya

kelengkapan fasilitas umum seperti pertokoan, dll.

2. Faktor Rasional

1. Bagi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian perumahan harus lebih memperhatikan kualitas bangunan, harga, pendapatan perbulan, lokasi perumahan, dan fasilitas perumahan, pembelian perumahan subsidi memberikan tingkat pengembalian keuntungan (return) yang tinggi di masa depan.
2. Bagi pengembang dalam membeangun unit perumahan harus lebih memperhatikan hal yang berkaitan dengan pihak pengembang dalam melakukan pelayanan terhadap calon pembeli dengan cepat dan tepat. Serta mempertahankan harga.
3. Dalam melakukan keputusan pembelian apapun, faktor emosional dan faktor rasional harus dapat digunakan dengan baik, agar dapat memberikan suatu keputusan pembelian yang tepat dan bermanfaat. berdasarkan dimensi yang dipilih tanpa harus mengklasifikasikan terlebih dahulu;

Sugiyono. 2003. *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono, 2009, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung :Alfabeta.

DAFTAR PUSTAKA

Handoko, T. Hani. 2002. *Manajemen Personalia dan Sumber Daya*.

Husein Umar.(2001) *Metode Penelitian dan Aplikasi Pemasaran*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Umum.

J. Setiadi, Nugroho, SE., MM., 2003, *"Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran"*. Jakarta: Kencana.