

EMEN

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

FAKULTAS EKONOMI

INDERALAYA

SKRIPSI

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN
DALAM MEMBELI RUMAH DI TAMAN INDAH TALANG KELAPA
PALEMBANG**



Diajukan Oleh :

RICHI VIRNANDI

01023110026

Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat

Guna Mencapai Gelar

Sarjana Ekonomi

2006

1/1

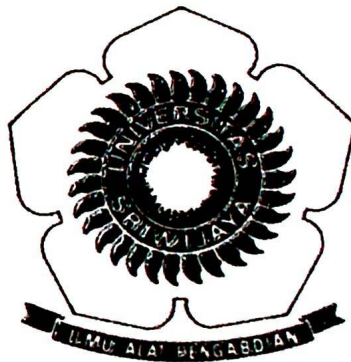
381.307
Vir
a
C-060137
2006

UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
INDERALAYA
SKRIPSI



ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN
DALAM MEMBELI RUMAH DI TAMAN INDAH TALANG KELAPA
PALEMBANG

R. 13749/14110.



Diajukan Oleh :
RICHI VIRNANDI
01023110026

Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat
Guna Mencapai Gelar
Sarjana Ekonomi
2006

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

FAKULTAS EKONOMI

PALEMBANG

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : RICHI VIRNANDI

Nim : 01023110026

Jurusan : Manajemen

Program : Strata 1

Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran

**Judul Skripsi : Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam
Membeli Rumah Di Taman Indah Talang Kelapa Palembang.**

PEMBIMBING SKRIPSI

Tanggal, Januari 2006 Pembimbing I :



Drs. Islauddin Daud, MM

Tanggal, Januari 2006 Pembimbing II :



Drs. Thomas Handy

Motto:

- ***Berusaha Untuk Terus Berbuat Baik Walaupun Tak Selamanya Kebajikan Dibalas Dengan Kebajikan.***
- ***Never Say Give Up.***

Kupersembahkan Kepada :

- ***Papa dan Mamaku Tercinta***
- ***Adik-Adikku Tercinta***
- ***Sahabat-Sahabatku***
- ***Almamaterku***

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan tepat pada waktunya sebagai syarat untuk mencapai gelar sarjana ekonomi pada Universitas Sriwijaya.

Dalam penulisan skripsi ini penulis mengambil judul “ Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Membeli Rumah Di Taman Indah Talang Kelapa Palembang “. Materi penulisan ini merupakan salah satu bagian dari mata kuliah Manajemen Pemasaran yang diperoleh semasa kuliah.

Dalam mengerjakan skripsi ini penulis telah mendapatkan banyak sekali bantuan dari berbagai pihak yang sangat berarti bagi penulis. Oleh sebab itu dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya atas seluruh bantuannya, petunjuk dan bimbingan yang telah diberikan kepada penulis. Ucapan terima kasih ini penulis tujukan kepada :

1. Bapak Dr.Syamsurizal,Ak. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
2. Bapak. Drs.Yuliansyah M.Diah. Selaku Ketua Jurusan Manajemen.
3. Bapak Drs.Islauddin Daud, MM dan Bapak Drs.Thomas Handy. Selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah banyak sekali memberikan masukan dan pengarahan dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Bapak Drs.Abdul Gani Harun, SU. Selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan saran kepada penulis.
5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi terutama dosen-dosen jurusan manajemen.

6. Pimpinan dan Segenap Karyawan dari PT. Nata Citra Sarana Palembang yang banyak memberikan informasi dan masukan dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Kepada Keluarga yang terkasih yang telah memberikan dorongan semangat.
8. Teman-Teman Seangkatan Manajemen 2002 dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu. Terima kasih banyak atas bantuan, saran-saran dan dukungan kepada penulis selama ini.

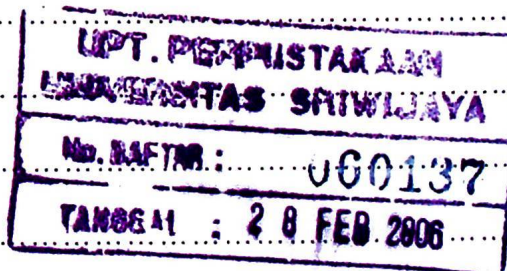
Sebagai manusia biasa, penulis menyadari bahwa skripsi ini baik secara teknis maupun materi masih jauh dari sempurna sebagai suatu bentuk karya ilmiah, hal ini mengingat keterbatasan kemampuan, pengetahuan dan pengalaman penulis yang masih minim. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran guna perkembangan ilmu pengetahuan.

Palembang, Januari 2006

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	8
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	9
1.3.2. Manfaat Penelitian.....	9
1.3.1. Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Metodologi Penelitian.....	9
1.4.1. Rancangan penelitian.....	9
1.4.2. Batasan Operasional Variabel.....	10
1.4.3. Pengukuran Variabel.....	10
1.4.4. Jenis dan Sumber Data.....	11
1.4.5. Teknik Pengambilan Sampel.....	11
1.4.6. Teknik Pengumpulan Data.....	12



1.4.7. Teknik Analisis.....	13
1.4.8. Sistematika Pembahasan.....	14

BAB II LANDASAN TEORI

2.1. Perilaku Konsumen.....	15
2.1.1. Model Perilaku Pembelian	15
2.1.2. Faktor Utama yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	17
2.1.3. Proses Pembelian dan Perilaku Pembelian.....	20
2.1.4. Proses Keputusan Konsumen.....	22
2.2. Bauran Pemasaran (Marketing Mix)	24
2.3. Aspek Demografis.....	31
2.4. Kerangka Konseptual.....	32

BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

3.1. Sejarah Singkat Perusahaan.....	33
3.2. Struktur Organisasi dan Uraian Tugas.....	34
3.3. Aktivitas Perusahaan.....	39
3.3.1. Produk yang Ditawarkan.....	39
3.3.2 Harga Jual Produk.....	39
3.4. Lokasi dan Fasilitas yang Tersedia.....	42
3.5. Kegiatan Promosi.....	43

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1. Uji Validitas, Uji Reliabilitas dan Uji Normalitas.....	44
4.1.1 Hasil Uji Validitas Kuesioner.....	44
4.1.2 Hasil Uji Realibilitas Kuesioner.....	46
4.1.3 Hasil Uji Normalitas.....	47
4.2. Karakteristik Responden.....	47
4.3. Deskripsi Variabel.....	53
4.3.1 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen.....	53
4.3.2 Keputusan Konsumen Dalam Membeli Rumah.....	60
4.3.3 Analisis Regresi.....	62
4.4. Pengaruh Faktor Independen Terhadap Keputusan Konsumen.....	65

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan.....	72
5.2. Saran.....	73

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Pertambahan Jumlah Penduduk Di Kotamadya Palembang Tahun 2000 s/d 2004.....	2
Tabel 1.2	Jumlah Pembangunan Rumah Di Kotamadya Palembang Tahun 2000s/d2004.....	3
Tabel 1.3	Market Share Pembangunan Perumahan Oleh Developer Di Kotamadya Palembang Tahun 2004.....	4
Tabel 1.4	Realisasi Penjualan Perumahan Taman Indah Talang Kelapa Palembang Tahun 2000 s/d 2004.....	7
Tabel 3.1	Daftar Harga Jual Perumahan Taman Indah Talang Kelapa Palembang Tahun 2004.....	41
Tabel 4.1	Hasil Uji Validitas.....	45
Tabel 4.2	Hasil Uji Realibilitas Kuesioner.....	46
Tabel 4.3	Hasil Uji Normalitas.....	47
Tabel 4.4	Karakteristik dan Frekuensi Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
Tabel 4.5	Karakteristik dan Frekuensi Data Responden Berdasarkan Usia.....	49
Tabel 4.6	Karakteristik dan Frekuensi Data Responden Berdasarkan Pendidikan Formal Terakhir.....	49
Tabel 4.7	Karakteristik dan Frekuensi Data Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	51

Tabel 4.8 Karakteristik dan Frekuensi Data Responden Berdasarkan Pengeluaran per Bulan.....	51
Tabel 4.9 Frekuensi Distribusi Variabel Penilaian Responden Terhadap Faktor Informasi.....	53
Tabel 4.10 Frekuensi Distribusi Variabel Penilaian Responden Terhadap Faktor Harga.....	55
Tabel 4.11 Frekuensi Distribusi Variabel Penilaian Responden Terhadap Faktor Sistem Pembayaran.....	57
Tabel 4.12 Frekuensi Distribusi Variabel Penilaian Responden Terhadap Faktor Fasilitas.....	58
Tabel 4.13 Frekuensi Distribusi Variabel Penilaian Responden Terhadap Faktor Lokasi.....	59
Tabel 4.14 Frekuensi Distribusi Variabel Penilaian Responden Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Rumah di Taman Indah Talang Kelapa Palembang.....	60
Tabel 4.15 Hasil Analisis Regresi Pengaruh Faktor Informasi, Harga Sistem Pembayaran, Fasilitas dan Lokasi terhadap Keputusan Konsumen Dalam membeli rumah di Taman Indah Talang Kelapa Palembang.....	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Perilaku Pembelian.....	15
Gambar 2.2 Model Proses Keputusan Membeli.....	23
Gambar 2.3 Empat P dari Bauran Pemasaran.....	25
Gambar 3.1 Struktur Organisasi PT. Nata Citra Sarana Palembang.....	35

DAFTAR LAMPIRAN

1. Uji Validitas
2. Uji Realibilitas
3. Uji Normalitas
4. Tabulasi Frekuensi
5. Pie Chart
6. Analisis Regresi
7. Kuesioner

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada dasarnya manusia memiliki tiga kebutuhan pokok yaitu sandang, pangan dan papan. Ketiga kebutuhan pokok ini menjadi kebutuhan yang sangat penting dan harus terpenuhi, tetapi jika salah satu dari kebutuhan tersebut belum terpenuhi maka sukar bagi suatu negara untuk membangun rakyatnya secara utuh. Kebutuhan akan rumah atau tempat tinggal merupakan hal yang utama.

Menurut Abraham Maslow (2002:172) kebutuhan manusia dibagi dalam hirarki kebutuhan, dimana menjelaskan mengapa orang didorong oleh kebutuhan tertentu pada waktu-waktu tertentu. Mengapa seseorang menghabiskan tenaga dan waktu yang besar untuk mendapatkan keamanan pribadi dan orang lain untuk mendapatkan penghargaan dari sesamanya. Jawaban Maslow adalah karena kebutuhan manusia tersusun dalam hirerarki, dari yang paling mendesak berdasarkan urutan kepentingannya. Hierarki itu adalah fisiologis (makanan, minuman), keamanan (perlindungan), sosial (rasa memiliki, kasih sayang), penghargaan (penghargaan diri, pengakuan, status) dan aktualisasi diri (pengembangan diri dan realisasinya). Maslow berpendapat bahwa orang akan tetap berada dalam sebuah kebutuhan sampai semua kebutuhan dalam tingkatan itu terpuaskan. Kemudian kebutuhan yang baru lagi muncul pada tingkat yang lebih tinggi lagi dan seterusnya.

Kebutuhan akan perumahan merupakan dambaan semua orang setelah kebutuhan sandang dan pangan terpenuhi, namun rumah yang dimaksud disini tak hanya sekedar

untuk tempat berlindung dari teriknya matahari dan hujan, akan tetapi rumah yang memenuhi syarat kesehatan dan layak huni. (BPS Prop Sumsel 2000 :1). Kualitas perumahan yang ditempati dapat menggambarkan keadaan penghuninya, sehingga hal ini dapat dijadikan indikator tingkat kesejahteraan penghuninya, terlebih lagi usaha pembangunan perumahan juga merupakan salah satu unsur penting dalam strategi pengembangan wilayah aspek-aspek yang luas dibidang kependudukan dan berkaitan erat dengan kehidupan ekonomi sosial masyarakat.

Seiring dengan penambahan penduduk dan kebutuhan penduduk akan perumahan yang belum terpenuhi dari tahun-tahun sebelumnya, penambahan penduduk dari tahun 2000 sampai dengan 2004 dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 1.1
Pertambahan Jumlah Penduduk Di Kotamadya Palembang
Tahun 2000 s/d 2004

No.	Tahun	Jumlah Penduduk	Pertambahan
1	2000	1.460.224	0
2	2001	1.489.370	1,94%
3.	2002	1.505.304	1.03 %
4.	2003	1.524.492	1.22 %
5.	2004	1.550.106	1,61 %

Sumber : BPS Kotamadya Palembang

Dari tabel 1.1 dapat dilihat bahwa jumlah penduduk terus bertambah di kotamadya Palembang dari tahun ke tahun, berarti pula meningkatnya jumlah kebutuhan akan perumahan. Data statistik tahun 2004 menunjukkan penduduk kota Palembang

telah mencapai 1.550.106 jiwa dengan jumlah rumah tangga kurang lebih 291.468 rumah tangga dan jumlah anggota rata-rata $1.550.106 : 291.468$ adalah 5,3 jiwa. Laju tingkat pertumbuhan penduduk pertahun 3,18 %, maka kebutuhan perumahan setiap tahunnya sesuai dengan tingkat pertumbuhan penduduk di kota Palembang adalah $3,18 \% \times 1.550.106 : 5,3 = 9.302$ unit rumah setiap tahunnya di kota Palembang. Ini hanya merupakan jumlah yang dibutuhkan untuk mengantisipasi pertumbuhan penduduk setiap tahunnya.

Pertumbuhan industri perumahan di kotamadya Palembang dapat dikatakan cukup pesat. Hal ini terbukti dengan pembangunan yang dilakukan oleh pengembang yang ada di Kotamadya Palembang. Realisasi pembangunan perumahan di Kotamadya Palembang dapat dilihat pada tabel 1.2.

Tabel 1.2
Jumlah Pembangunan Rumah
Di Kotamadya Palembang
Tahun 2000-2004
(dalam unit)

Tahun	Jumlah	Pertambahan
2000	8040	0
2001	11460	29,84 %
2002	12942	11,45 %
2003	14782	12,45 %
2004	16008	7,66 %

Sumber : Dinas Tata Kota Palembang

Dari data tersebut dapat dilihat peningkatan pembangunan perumahan dari tahun ke tahun. Para pengembang saling bersaing dalam memasarkan perumahannya dengan menawarkan sejumlah harapan kepada masyarakat berupa pemenuhan kebutuhan akan suatu tempat tinggal yang layak, sehat, dan serasi dengan lingkungan serta terjangkau oleh daya beli masyarakat luas.

Akibat pertumbuhan ini timbul persaingan dikalangan pemasar perumahan atau *developer*. Dengan adanya persaingan ini, setiap *developer* harus mampu menerapkan strategi pemasaran yang baik dan tepat. Untuk merencanakan strategi pemasaran bersaing yang efektif, *developer* atau perusahaan perlu mencari semua keterangan yang mungkin mengenai pesaing. *Developer* atau perusahaan harus secara konstan membandingkan produk, harga, saluran distribusi, dan promosinya dengan para pesaingnya. *Developer* dapat meluncurkan upaya pemasaran yang lebih efektif menghadapi pesaingnya serta mempersiapkan pertahanan yang paling kuat menghadapi tindakan pesaing.

Persaingan antara *developer* dalam menarik konsumen dapat dilihat dari market share pembangunan perumahan oleh para *developer*. Market share pembangunan perumahan yang dilakukan oleh para *developer* di kotamadya Palembang dapat dilihat pada tabel 1.3.

Tabel 1.3
Market Share Pembangunan Perumahan oleh Developer
Di Kotamadya Palembang
Tahun 2004

No.	Nama Developer	Jumlah	Market Share
1.	PT. Tritunggal Jaya	158 unit	0,98 %
2.	PT. Sumber Gaya Azhar	12 unit	0,07 %
3.	PT. Istana Kenten Indah	152 unit	0,94 %
4.	PT. Vinayaka Abadi	84 unit	0,52 %
5.	PT. Kedamaian	65 unit	0,40 %
6.	PT. Timur Jaya Teladan	37 unit	0,23 %
7.	PT. Nata Citra Sarana	61 unit	0,38 %
8.	PT. Amen Mulia Sarana	837 unit	5,22 %
9.	PT. Fatra Cakra Daya	57 unit	0,35 %
10.	PT. Artha Cipta Bumi Kencana	45 unit	0,28 %
11.	PT. Tarum Griyatama	36 unit	0,22 %
12.	PT. Catra Mega Griya	86 unit	0,53 %
13.	PT. Silampari	32 unit	0,19 %
14.	PT. Cipta Karya Niaga	43 unit	0,26 %

Sumber : Dinas Tata Kota Palembang

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa pembangunan perumahan di Kotamadya Palembang persaingannya cukup ketat. Hal ini dapat dilihat dari pembangunan perumahan oleh para *developer* market sharenya relatif sama. Rata-rata pembangunan perumahannya 0,7 % dari seluruh pembangunan rumah di Kotamadya Palembang.

Untuk memasarkan produknya dalam hal ini perumahan, *developer* terlebih dahulu harus mengenali perilaku konsumen, mengetahui dan mengidentifikasi apa yang sebenarnya diinginkan oleh konsumen, serta mampu menentukan dan memberikan harga yang bersaing dan terjangkau oleh lapisan masyarakat baik dari lapisan masyarakat tingkat menengah ke bawah, tingkat menengah sampai ke tingkat menengah atas.

PT. Nata Citra Sarana Palembang adalah perusahaan swasta yang bergerak dalam bisnis *property*, khususnya di bidang pembangunan perumahan yang membantu pemerintah dalam meningkatkan pembangunan ekonomi nasional. PT. Nata Citra Sarana Palembang sebagai *developer* perumahan memperhitungkan faktor-faktor yang mungkin dapat menjadi dasar bagi calon konsumen untuk membeli rumah di perumahan Taman Indah Talang Kelapa yaitu : (sumber : PT Nata Citra Sarana Palembang)

1. Harga yang bersaing

Harga perumahan harus disesuaikan dengan tipe rumah dan mutu bangunan sehingga konsumen merasa yakin dan puas untuk memiliki perumahan tersebut.

2. Sistem pembayaran

Sistem pembayaran untuk memiliki rumah tersebut dapat dilakukan dengan tunai atau KPR. Dalam KPR ini konsumen dapat memilih jangka waktu pembayaran sesuai dengan kemampuan konsumen.

3. Fasilitas yang tersedia

Fasilitas yang tersedia di perumahan tersebut cukup memadai misalnya :

- Kebutuhan akan air bersih.
- Transportasi umum.

- Adanya sarana beribadah.
- Listrik yang memadai.
- Keamanan di sekitar perumahan.

4. Lokasi perumahan

Lokasi perumahan harus terjangkau dari pusat kota.

Berikut ini disajikan tabel realisasi penjualan rumah PT. Nata Citra Sarana Palembang tabel 1.4

Tabel 1.4
Realisasi Penjualan Perumahan Taman Indah Talang Kelapa
Tahun 2000 s/d 2004
(dalam unit)

Tahun	Jumlah Penjualan	
	Target Penjualan	Realisasi Penjualan
2000	56	30
2001	62	68
2002	70	52
2003	75	58
2004	80	40

Sumber : PT. Nata Citra Sarana

Dari tabel 1.3 di atas dapat dilihat bahwa pada tahun 2000 tingkat penjualan perumahan Taman Indah Talang Kelapa ini terjual sebanyak 30 unit, kurang dari target penjualan yang hendak dicapai sebanyak 56 unit. Bila dilihat pada tahun berikutnya mengalami peningkatan penjualan yang cukup drastis, melebihi target penjualan yaitu sebanyak 68 unit. Target penjualan yang ditetapkan oleh pihak perusahaan pada tahun

2003 tidak tercapai, penjualannya hanya sebanyak 58 unit, sedangkan pada tahun berikutnya terjadi penurunan dari target penjualan yang ditetapkan yaitu hanya terjual sebanyak 40 unit.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk menganalisis apakah faktor-faktor yang menjadi dasar bagi perusahaan atau *developer* didalam merancang penawarannya telah sesuai dengan pertimbangan konsumen dalam membeli rumah pada PT. Nata Citra Sarana Palembang. Untuk itu skripsi ini berjudul “ **Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Membeli Rumah Di Taman Indah Talang Kelapa Palembang** “.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan pembahasan singkat diatas maka permasalahannya dapat dirumuskan sebagai berikut :

- a. Apakah informasi, harga, sistem pembayaran, fasilitas dan lokasi mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian rumah di Taman Indah Talang Kelapa Palembang ?
- b. Faktor manakah yang dominan dapat mempengaruhi konsumen dalam pembelian rumah di Taman Indah Talang Kelapa ?

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah faktor informasi, harga, sistem pembayaran, fasilitas, dan lokasi mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian rumah di Taman Indah Talang Kelapa Palembang.
- b. Untuk mengetahui faktor manakah yang dominan mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian rumah di Taman Indah Talang Kelapa Palembang.

1.3.2. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah :

- a. Bagi Manajemen PT. Nata Citra Sarana Palembang dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan dan merancang penawarannya sehingga sesuai dengan keinginan konsumen.
- b. Bagi peneliti, dapat menambah wawasan berpikir dan pengalaman peneliti yang berkaitan dengan perilaku konsumen dalam pembelian sebuah rumah.
- c. Dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi penelitian lanjutan.

1.4 Metodologi Penelitian

1.4.1. Rancangan penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan dengan menggunakan rancangan konklusif (*conclusive design*) dan difokuskan pada penelitian deskriptif (*deskriptif research*).

1.4.2. Batasan Operasional Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Variabel dependen (Y)

- Keputusan konsumen dalam membeli rumah, yaitu pilihan yang diambil oleh konsumen dalam membeli rumah di Taman Indah Talang Kelapa.

2. Variabel independen (X)

- Variabel informasi (X1), yaitu data yang telah diolah menjadi sebuah bentuk yang berarti bagi penerimanya dan bermanfaat dalam pengambilan keputusan
- Harga (X2), yaitu nilai suatu barang/jasa yang diukur dengan sejumlah uang.
- Sistem pembayaran (X3), yaitu cara pembayaran yang dilakukan oleh konsumen untuk membeli rumah tersebut.
- Fasilitas (X4), yaitu sarana dan prasarana yang dimiliki perumahan.
- Lokasi (X5), yaitu tempat yang menjadi objek perumahan.

1.4.3. Pengukuran Variabel

Dalam penelitian ini untuk menganalisa variabel digunakan skala likert dengan lima tingkat penilaian, yakni Sangat Berpengaruh (SB), Berpengaruh (B), Netral (N), Tidak Berpengaruh (TB), dan Sangat Tidak Berpengaruh (STB). Besaran skala yang diberikan adalah dimulai dari angka 5 (untuk jawaban SB) sampai dengan angka 1 (untuk jawaban STB).

1.4.4 Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Data Primer

Data primer adalah data yang langsung diperoleh dari sumber aslinya dengan melalui wawancara atau dengan menyebarkan kuesioner untuk diisi oleh setiap responden yaitu para pemilik rumah Taman Indah Talang kelapa.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang telah diolah dari sumbernya yaitu dari sumber-sumber lain yang bukan diusahakan sendiri oleh peneliti, dimana terbagi dua, yaitu :

- Data internal, yaitu data yang diperoleh dari data internal PT. Nata Citra Sarana Palembang.
- Data eksternal, yaitu data yang diperoleh dari data-data sumber-sumber lainnya, misalnya surat kabar, hasil penelitian atau data lain yang berhubungan dengan penelitian ini.

1.4.5. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah non probability sampling yaitu dengan menggunakan *purposive sampling*. Dimana dalam *purposive sampling* untuk menentukan sampel berdasarkan pertimbangan subyektif untuk memilih anggota populasi dengan kriteria tertentu dan menolak anggota populasi yang tidak memiliki kriteria tersebut. Kriteria yang diambil adalah konsumen yang telah membeli rumah di Taman Indah Talang Kelapa Palembang.

Untuk penentuan besarnya sampel, dilakukan dengan mempergunakan formula Slovin (Husein Umar 2000:146) berikut :

$$n = \frac{N}{1 + (N \times e^2)}$$

dimana, n = jumlah sampel

N = populasi sampel

e = toleransi kesalahan pengambilan sampel (range 1-10%)

Dalam penelitian ini e ditentukan sebesar 10%, maka besarnya sampel :

$$n = \frac{825}{1 + (825 (0,1)^2)} = \frac{825}{1 + 8,25} = \frac{825}{9,25} = 89,18 = 90 \text{ orang.}$$

Berdasarkan perhitungan di atas maka jumlah sampel pada penelitian ini direncanakan adalah sebesar 90 unit dan untuk antisipasi kekurangan data saat dilakukan analisis maka disebarkan sebanyak 100 unit kuesioner.

1.4.6. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan peneliti adalah:

1. Wawancara yaitu memberikan pertanyaan langsung dengan pemilik rumah di Taman Indah Talang Kelapa (populasi penelitian) sehingga dapat diambil sampel yang memberikan data valid untuk penelitian.
2. Kuesioner yaitu daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis yang diberikan kepada sampel penelitian setelah melalui proses wawancara langsung.

1.4.7. Teknik Analisis

Teknik analisis data ini menggunakan tabulasi frekuensi dan persamaan regresi linier berganda (*multiple regression*). Sedangkan untuk pengolahan data menggunakan program SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) for Windows ver. 11.5. dengan formulasi sebagai berikut :

$$Y = b_0 + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5$$

Dimana :

- Y** = Keputusan membeli rumah
- b₀** = Konstanta
- b₁,b₂,b₃,b₄,b₅** = Koefisien regresi
- X₁** = Faktor Informasi
- X₂** = Faktor Harga
- X₃** = Faktor Sistem Pembayaran
- X₄** = Faktor Fasilitas
- X₅** = Faktor Lokasi
- e** = Gangguan (error)

1.4.8. Sistematika Pembahasan

BAB I. PENDAHULUAN

Dalam bab pendahuluan ini dijelaskan mengenai latar belakang, masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metodologi penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II. LANDASAN TEORI

Dalam bab ini diuraikan tentang konsep-konsep inti pemasaran, definisi pemasaran, bauran pemasaran dan perilaku konsumen.

BAB III. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Dalam bab ini diuraikan tentang sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi, pembagian kerja dan perencanaan perumahan yang dibangun, perkembangan penjualan serta kebijaksanaan perusahaan.

BAB IV. ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN DALAM PEMBELIAN RUMAH

Bab ini merupakan pembahasan dari data-data yang telah dikumpulkan. Data kuesioner dianalisis dengan tabulasi silang.

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini menyimpulkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan dan memberikan saran berdasarkan penelitian yang dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofyan. (1996). *Manajemen Pemasaran : Dasar, Konsep dan Strategi*.
Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- BPS Sumsel (2000). *Pemukiman dan Perumahan*. Palembang : CV Kreasi Rifi.
- Engel, James F, Roger D, Blackwell, Paul W. Minard. (1994). *Perilaku Konsumen*.
Jilid1. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Kasali, Rhenald (1999). *Membidik Pasar Indonesia*. Edisi Kedua Jakarta : PT. Gramedia
Pustaka Utama
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong (1997). *Dasar - Dasar Pemasaran*. Edisi Keenam.
Jilid 1. Jakarta : Prenhallindo.
- Kotler, Philip (2000) *Marketing Management Millenium Edition*. Edisi Millennium.
Jakarta : Prenhallindo
- Lamb, Charles W, Joseph F. Hair Carl McDaniel.(2001). *Pemasaran*. Edisi Pertama,
Jakarta : Salemba Empat.
- Stanton, William J. dan Y. Iamarto (1991). *Prinsip Pemasaran*, Jakarta : Erlangga.
- Umar, Husein (2000), *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Edisi Pertama,
Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.