

PENGARUH KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMBELI RUMAH DITINJAU DARI HARGA, LOKASI DAN PENDAPATAN

Retno Dewi Wijastuti¹ Yohanes Helfianus Mas Bria²

Universitas Muhammadiyah Sorong
Email: retnodewi@um-sorong.ac.id

ABSTRACT

The high level of population density causes the need for residential houses to also increase. The aim of this research is to find out what factors influence consumers decisions in buying a house, in terms of price, location and income. This research uses primary data by distributing questionnaires to 90 people who have bought a house at KPR Putra Resident Malibela, Sorong City. This research uses multiple linear regression analysis with the SPSS version 20 application program. Meanwhile, the approach used in this research is quantitative and correlation methods. The results of the research show that price, location and income partially influence consumer decisions in buying a house. It is hoped that this research can become a basic reference or consideration for housing developers in determining the right marketing strategy or business strategy so that it can meet the needs, tastes and desires of consumers.

Keywords: *Purchase Decision, Price, Location, Income, Housing*

ABSTRAK

Tingkat kepadatan penduduk yang tinggi menyebabkan kebutuhan akan rumah tinggal juga meningkat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli rumah, dari segi harga, lokasi, dan pendapatan. Penelitian ini menggunakan data primer dengan menyebarkan kuesioner kepada 90 orang yang telah membeli rumah di KPR Putra Resident Malibela, Kota Sorong. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan program aplikasi SPSS versi 20. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dan korelasional. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga, lokasi, dan pendapatan secara parsial mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli rumah. Diharapkan penelitian ini dapat menjadi acuan dasar atau pertimbangan bagi pengembang perumahan dalam menentukan strategi pemasaran atau strategi bisnis yang tepat sehingga dapat memenuhi kebutuhan, selera, dan keinginan konsumen.

Kata Kunci: Keputusan Pembelian, Harga, Lokasi, Pendapatan, Perumahan

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Tingginya tingkat kepadatan penduduk menyebabkan kebutuhan akan rumah tinggal juga semakin meningkat. Mengacu pada data REI (Realestate Indonesia) Kebutuhan rumah di Indonesia mencapai 12,7 juta dan didominasi oleh kelompok muda. Setiap tahunnya terdapat 800.000 keluarga baru yang memiliki kemungkinan akan mencari rumah untuk menjadi tempat tinggal mereka. Perumahan atau pemukiman merupakan kebutuhan dasar manusia (*basic need*), selain kebutuhan pangan dan sandang. Setiap manusia akan berusaha memenuhi kebutuhan dasarnya untuk memiliki rumah baik membeli secara lunas, dengan cicilan atau bahkan menyewa. Perumahan merupakan produk yang sifatnya tahan lama, sehingga keputusan untuk membeli rumah dapat memerlukan waktu yang panjang, untuk pencarian informasi, membuat perbandingan secara matang dan menyesuaikan selera dengan kemampuan konsumen. Sebelum memutuskan membeli rumah masyarakat akan dihadapkan pada beberapa pertimbangan seperti harga rumah, cara pembayaran, besaran pendapatan konsumen, lokasi yang strategis, kredibilitas pengembang (*developer*), kualitas dan spesifikasi bangunan.

Iniilah yang menjadi masalah dan tantangan bagi pihak developer perumahan untuk dapat memenuhi kebutuhan, keinginan dan selera konsumen dan disisi lainnya bagaimana pihak developer dapat meningkatkan penjualan rumah dengan munculnya pengembang-pengembang perumahan lainnya. Oleh sebab itu sangat penting bagi pihak developer untuk merancang strategi pemasaran yang tepat. Dalam penelitian ini peneliti memilih KPR Putra Residen sebagai objek dan tempat diadakannya penelitian. KPR Putra Residen berusaha membidik segmen masyarakat kota Sorong yang kebutuhannya belum terpenuhi.

Untuk memperkuat literature penelitian maka penelitian ini menggunakan beberapa referensi dari penelitian sebelumnya yang pernah dilakukan oleh MK Situmorang (2018) dengan judul Pengaruh Harga Dan Pendapatan Konsumen Terhadap Permintaan Rumah Tipe 36, hasil penelitian menunjukkan bahwa harga dan pendapatan konsumen mempengaruhi permintaan Rumah TIPE 36 di PT. Aresco Dharma Kota Medan. Penelitian yang dilakukan oleh Ahyani (2022) dengan judul Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Pada Pt. Rizky Adri Perkasa, yang menyatakan bahwa lokasi perumahan dan harga perumahan berpengaruh positive dan signifikan terhadap keputusan pembelian suatu rumah. Sedangkan penelitian yang pernah dilakukan oleh H Haerulina & BR Triyunaarni (2020) dengan judul Faktor-faktor harga, lokasi dan kualitas bangunan yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli rumah pada PT. Anugrah Alam Properti, hasil menunjukkan bahwa harga dan kualitas bangunan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian, sementara untuk variable lokasi tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Adanya perbedaan hasil penelitian terutama pada variable lokasi mendorong peneliti untuk menguji kembali factor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli sebuah rumah.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis seberapa besar pengaruh harga terhadap keputusan pembelian rumah.

2. Untuk menganalisis seberapa besar pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian rumah.
3. Untuk menganalisis seberapa besar pengaruh pendapatan terhadap keputusan pembelian rumah

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar acuan atau pertimbangan bagi pihak-pihak pengembang (*developer*) perumahan dalam menentukan strategi pemasaran atau strategi bisnis yang tepat sehingga dapat memenuhi kebutuhan, selera, dan keinginan konsumen. Hasil penelitian ini juga dapat menambah wawasan literature yang berkaitan dengan keputusan pembelian perumahan dengan mempertimbangkan aspek harga, lokasi dan pendapatan.

TINJAUAN PUSTAKA

Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk membeli produk baik itu berupa jasa ataupun berupa barang. Menurut Kotler dan Amstrong (2014) “*Customer buyer behavior refers to the buying behavior of final consumers-individuals and households that buy goods and services for personal consumption*”. Proses keputusan pembelian konsumen diawali dengan pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternative, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian (Kotler : 2009, Assauri : 2018)

Harga

Menurut Kotler dan Armstrong (2017) harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa atau jumlah dari nilai uang yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Harga merupakan variable yang penting ketika akan menjual suatu produk, dimana dapat dikatakan bahwa harga mampu untuk mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli sebuah produk ataupun jasa.

Lokasi

Menurut Tjiptono (2015) Lokasi mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen. Lokasi yang strategis, mudah dijangkau oleh konsumen, dekat dengan pusat keramaian, dan akses transportasi merupakan lokasi yang tepat untuk suatu usaha di bidang perumahan.

Pendapatan

Pengertian pendapatan yang dikemukakan oleh Hasibuan (2013) adalah semua pendapatan yang berbentuk uang, barang langsung atau tidak langsung yang diterima seseorang sebagai imbalan atas jasa yang telah diberikan kepada perusahaan atau tempat dia bekerja. Besar kecilnya pendapatan akan mempengaruhi daya beli konsumen.

Kadarisman, (2014) pendapatan “Gaji (*salary*) adalah komponen imbalan jasa atau penghasilan yang pemberiannya didasarkan kepada berat ringannya tugas jabatan yang diduduki oleh pegawai. Pendapatan atau gaji merupakan komponen penghasilan utama yang langsung berkaitan dengan jabatan atau *directcompensation* dalam penentuan berat ringannya tugas jabatan di lingkup perusahaan.

Sedangkan menurut Greuning (2013) menyatakan bahwa sebuah pendapatan berasal dari penjualan suatu barang, pemberian jasa, penggunaan aset yang menghasilkan bunga, royalti serta dividen.

METODE PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Metode dalam penelitian ini bersifat kuantitatif, dengan pendekatan kolerasi. Sugiyono (2016) mendefinisikan metode penelitian kuantitatif merupakan suatu penelitian yang berlandasan pada sebuah filsafat positivisme, yang digunakan untuk meneliti terhadap sebuah sampel atau populasi tertentu. Pengambilan data diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada 90 responden. Penelitian ini menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Setelah itu dilakukan uji asumsi klasik, uji analisis regresi berganda dan uji t.

Pada analisis ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun hasil pengujian sebagai berikut:

Analisis Regresi Linier Berganda

Uji regresi ini dimaksudkan untuk mengetahui perubahan variabel dependen jika variabel independen mengalami perubahan. Adapun hasil pengujiannya sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	7.272	3.424		2.124	.037
HARGA	.017	.105	.017	.158	.875
LOKASI	.637	.126	.524	5.058	.000
PENDAPATAN	.288	.107	.249	2.680	.009

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber : data diolah (2023)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh persamaan regresi $Y = 7,272 + 0,017 X1 + 0,637 X2 + 0,288$. Dari persamaan tersebut dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Konstanta sebesar 7,272 artinya jika harga, lokasi dan pendapatan tidak ada maka terdapat nilai Keputusan Pembelian sebesar 7,272.
- 2) Koefisien Regresi X1 sebesar 0,017 artinya setiap Harga yang ditawarkan akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,017.
- 3) Koefisien Regresi X2 sebesar 0,637 artinya setiap lokasi yang strategis dapat meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0.637.
- 4) Koefisien Regresi X3 sebesar 0.288 yang berarti pendapatan yang dimiliki oleh konsumen dapat berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian sebesar 0.288.

Uji Variabel Harga Terhadap Keputusan pembelian

Tabel 2. Hasil Uji Variabel Harga Terhadap Keputusan Pembelian.

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	18.278	3.156		5.792	.000
	HARGA	.467	.091	.478	5.108	.000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PENMBELIAN

Sumber : data diolah (2023)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, dapat dilihat bahwa harga memiliki nilai signifikansi $0.000 < 0,05$ dan nilai t hitung $5.108 > t$ tabel sebesar 1.987 berarti ada pengaruh secara positif dan signifikan dari variabel harga terhadap keputusan pembelian.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh MK. Situmorang (2018) dan V Devianti (2022) yang menyatakan adanya pengaruh yang signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian rumah.

Uji Variabel Lokasi Terhadap Keputusan pembelian

Tabel 3. Hasil Uji Hipotesis Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian.

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.874	2.592		5.353	.000
	LOKASI	.785	.099	.645	7.928	.000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber : data diolah (2023)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, dapat dilihat bahwa lokasi memiliki nilai signifikansi $0.000 < 0,05$ dan t hitung $7.928 > t$ tabel sebesar 1.987 berarti ada pengaruh secara positif dan signifikan dari variabel lokasi terhadap keputusan pembelian.

Lokasi menjadi faktor yang sangat dipertimbangkan konsumen dalam membeli rumah. Hal ini terlihat dari nilai indeks yang tertinggi pada variabel lokasi. Hal ini menerangkan bahwa kondisi lingkungan pada perumahan KPR Putra Residen Malibela yang bersih, aman serta yang nyaman dan terjangkau merupakan salah satu faktor yang terpenting dalam keputusan pembelian.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang sebelumnya dilakukan oleh Ahyani (2022) yang menyatakan bahwa lokasi perumahan dan harga perumahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian suatu rumah.

Uji Variabel Pendapatan Terhadap Keputusan pembelian

Tabel 4. Hasil Uji Hipotesis Pendapatan Terhadap Keputusan Pembelian.

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14.881	3.692		4.031	.000
	PENDAPATAN	.567	.107	.491	5.285	.000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PENMBELIAN

Sumber : data diolah (2023)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, dapat dilihat bahwa pendapatan memiliki nilai signifikasnsi $0.000 < 0,05$ dan nilai t hitung $5.285 > t$ tabel 1.987 berarti ada pengaruh secara positif dan signifikan dari variable pendapatan terhadap keputusan pembelian.

Penelitian ini mendukung Penelitian MK Situmorang (2018) dengan judul Pengaruh Harga Dan Pendapatan Konsumen Terhadap Permintaan Rumah Tipe 36, dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara variabel pendapatan dengan variabel permintaan perumahan tipe 36 pada PT. Aresco Dharma Medan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa secara positif dan signifikan harga, lokasi dan pendapatan berpengaruh terhadap keputusan pembelian perumahan KPR Putra Residen Malibela di Kota Sorong. Hal ini menunjukkan bahwa jika ketiga variable ini lebih ditingkatkan maka akan mendorong masyarakat untuk memutuskan membeli perumahan di KPR Putra Residen Malibela.

SARAN

Bagi pihak *developer* atau pengembang perumahan agar dapat memperhatikan kebutuhan dan selera konsumen melalui survey. Selanjutnya pihak developer juga dapat menyediakan perumahan yang dapat disesuaikan dengan pendapatan masyarakat setempat. Pihak developer juga dapat memberikan diskon khusus dan potongan harga yang diberikan pada momen tertentu agar dapat meningkatkan keputusan pembelian perumahan. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan agar dapat mengembangkan atau menambahkan factor-faktor lainnya yang mempengaruhi keputusan pembelian rumah.

DAFTAR PUSTAKA

Ahyani (2022). Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Pada PT. Rizky Adri Perkasa. Scientific Journal Of Reflection, Vol. 5, No. 3, July 2022

Assauri Sofyan (2018). Manajemen Bisnis Pemasaran, Penerbit Rajawali Pers, Depok.



- Fandy Tjiptono, Ph.D. 2015. Strategi Pemasaran, Edisi 4, Penerbit Andi, Yogyakarta
- Greuning, Hennie Van et al. (2013). International Financial Reporting Standars : Sebuah Panduan Praktis. Jakarta : Salemba Empat.
- H Haerulina & BR Triyunaarni (2020). Faktor- faktor Harga, Lokasi Dan Kualitas Bangunan Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Membeli Rumah Pada PT. Anugrah Alam Properti. Journal of Applied Business and Banking (JABB), Vol. 1, No. 1
- Hasibuan, Malayu S (2003), Manajemen Sumber Daya Manusia, Edisi Revisi, PT. Bumi Aksara, Jakarta.
- Kadarisman. (2014). Manajemen kompensasi. Jakarta :Rajawali Pers. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Kotler, P. & Amstrong, G. (2017). Principle of Marketing. 15th edition, New Jersey: Prentice-Hall Published.
- Maria Kristina Situmorang (2018), Pengaruh Harga Dan Pendapatan Konsumen Terhadap Permintaan Rumah Tipe 36. Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen homepage, Vol 1, No. 1, September, 90-98
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. PT Alfabet..
- V Devianti & IK Surabagiarta (2022). Pengaruh Harga, Lokasi Dan Pendapatan Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Sederhana. Journal of Sustainability Bussiness Research