



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ANDALAS**

SKRIPSI

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MELAKUKAN PEMBELIAN
RUMAH TIPE 36 DI KOTA PADANG**

**(Studi Kasus: PT. Pembangunan Sumbar Pada Komplek Perumahan
Puri Indah Lubuk Buaya)**

Oleh

DANTI OKTAFIANI

06 954 047

Mahasiswa Program S-1 Jurusan Manajemen

Untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat-Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Fakultas Ekonomi Universitas Andalas

2009





No. Alumni Universitas

DANTI OKTAFIANI

No. Alumni Fakultas

BIODATA

a). Tempat/Tgl Lahir: Padang/09 Oktober 1985 b). Nama Orang Tua: Azuar Nurdin dan Yusnini (Almh) c). Fakultas: Ekonomi d). Jurusan: Manajemen e). No. BP: 06954047 f). Tgl Lulus: 11 November 2009 g). Predikat Lulus: Sangat Memuaskan h). IPK: 3.08 i). Lama Studi: 3 Tahun 2 Bulan j). Alamat Orang Tua: Kubang Putih Bukittinggi.

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MELAKUKAN PEMBELIAN RUMAH TIPE 36 Di Kota Padang (Studi Kasus: PT. Pembangunan Sumbar pada Komplek Perumahan Puri Indah Lubuk Buaya)

Skripsi S1 oleh: **Danti Oktafiani**, Pembimbing: **Verinita, SE, M.Si**

ABSTRAK

Seiring dengan meningkatnya kebutuhan akan rumah, mendorong para developer untuk membangun rumah yang memiliki keunggulan dan kualitas yang baik. Dalam memilih produk konsumen dipengaruhi oleh perilaku. Untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli rumah pada PT. Pembangunan Sumbar, maka dalam memperoleh data penulis menggunakan alat instrumen berupa kuesioner yang disebarakan kepada 100 orang responden sebagai sampel. Jawaban dari responden diukur dengan menggunakan skala likert 1-5. Selanjutnya dilakukan pengolahan data primer yang diperoleh dari hasil kuesioner dengan menggunakan software SPSS 15.0 for windows dan diuji dengan uji regresi berganda yang bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang paling berpengaruh terhadap pengambilan keputusan konsumen dalam membeli rumah tipe 36. Faktor yang paling berpengaruh terhadap perilaku konsumen dalam memutuskan untuk membeli rumah adalah faktor yang memiliki tingkat signifikan < 5%. Setelah dilakukan analisis terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi secara signifikan yaitu: faktor motivasi (X1), faktor gaya hidup (X2), faktor persepsi (X3), faktor budaya (X4), faktor kelas sosial (X5), faktor kelompok referensi (X6), faktor keluarga (X7), faktor produk (X8), faktor harga (X9), dan faktor promosi (X10) ternyata faktor produk (X8) dan faktor harga (X9) yang paling dominan mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli rumah tipe 36 pada PT. Pembangunan Sumbar. Dengan 79,4% keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh variabel dalam penelitian ini sedangkan sisanya 20,6% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak ada dalam penelitian ini.

skripsi telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal: **11 November 2009**.

abstrak telah disetujui oleh pembimbing dan penguji:

Tanda Tangan	1.	2.	3.	4.
Nama	Verinita, SE, M.Si	Dra. Yanti, MM	Tafdil Husni, SE, MBA, PhD	Rida Rahim, SE, ME

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen:

Dr. Harif Amali Rivai, SE, M.Si
NIP. 132 164 008

Tanda Tangan

Alumnus telah mendaftarkan ke Fakultas / Universitas Andalas dan mendapat nomor Alumnus:

	Petugas Fakultas/ Universitas	
Nomor Alumni Fakultas:	Nama:	Tanda Tangan:
Nomor Alumni Universitas:	Nama:	Tanda Tangan:

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Rumah merupakan salah satu kebutuhan pokok di samping sandang dan pangan. Kebutuhan akan rumah harus dipenuhi sesuai dengan syarat-syarat sebagai rumah sehat yang dapat menunjang lingkungan yang bersih, indah, dan teratur sehingga penghuninya akan merasa aman dan tenteram untuk tinggal di rumah tersebut. Dalam pembangunannya, rumah harus dapat memenuhi setiap kebutuhan yang diinginkan masyarakat. Pesatnya perkembangan pembangunan banyak mempengaruhi pola pikir, sikap, dan perilaku konsumen untuk mendapatkan perumahan yang layak, sehat, aman, dan serasi dengan lingkungan serta terjangkau oleh daya beli masyarakat. Dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat akan rumah, serta untuk menciptakan lingkungan yang sehat dan teratur, pemerintah mengadakan fasilitas Kredit Pemilikan Rumah (KPR) melalui Bank Tabungan Negara yang bekerja sama dengan pihak developer perumahan yang ada.

Perubahan perilaku persaingan bisnis untuk menguasai pasar di sektor perumahan oleh perusahaan-perusahaan yang sejenis menuntut budaya perusahaan berorientasi pada kepuasan pelanggan guna menghadapi persaingan yang semakin pesat. PT. Pembangunan Sumbar merupakan salah satu developer yang membangun perumahan di kota Padang. Terdapat beberapa jenis atau tipe rumah yang telah dibangun oleh PT. Pembangunan Sumbar yaitu: 21/RSS, 29/RSS,

36/RSH, 45/RSH dan 54/RSH. Perkembangan penjualan rumah Tipe 36 PT. Pembangunan Sumbar periode lima tahun terakhir dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.1
Penjualan Rumah Tipe 36 dan Market Share PT. Pembangunan Sumbar
(dalam unit)

Tahun	Penjualan	Penjualan Industri	Market Share
2004	987	417	12,10
2005	890	437	10,5
2006	1013	765	25,1
2007	980	700	12,8
2008	967	1277	11,27

Sumber: DPD REI Sumbar 2008

Dari data di atas dapat dilihat bahwa penjualan rumah Tipe 36 pada PT. Pembangunan Sumbar mengalami pasang surut penjualan. Pada tahun 2005 mengalami penurunan penjualan dari tahun 2004, sedangkan pada tahun 2006 mengalami peningkatan yang sangat berarti, tahun 2007 dan tahun 2008 mengalami sedikit penurunan dari tahun sebelumnya. Untuk *market share* rumah tipe 36, juga mengalami pasang surut, dimana pada tahun 2005 dan tahun 2008 mengalami penurunan, sedangkan pada tahun 2006 mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya dan pada tahun 2007 mengalami penurunan dari tahun sebelumnya. Pada tabel berikut dapat kita lihat perincian harga rumah standar pada PT. Pembangunan Sumbar semenjak tahun 2004-2008:

BAB VI

PENUTUP

Dari pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka berikut ini penulis akan mencoba menarik beberapa kesimpulan, keterbatasan dan saran yang mungkin diperlukan terhadap hasil pengolahan variabel-variabel yang diteliti. Hal ini bertujuan untuk dapat memberi pertimbangan kepada developer sebagai bahan masukan dalam memasarkan rumah tipe 36 di kota Padang.

6.1. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan, penulis mengemukakan kesimpulan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian rumah tipe 36 pada PT. Pembangunan Sumbar diperoleh hasil bahwa:

1. Setelah melakukan analisis regresi dengan menggunakan program SPSS (*Statistical Program for Social Science*) 15.0 dapat disimpulkan bahwa, setelah dilakukan analisis dengan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian rumah tipe 36 pada PT. Pembangunan Sumbar yaitu, faktor gaya hidup (X1) dan faktor promosi (X10) memiliki pengaruh yang positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Sedangkan, faktor motivasi (X1), faktor persepsi (X3), faktor budaya (X4), faktor kelas sosial (X5), faktor kelompok referensi (X6), faktor keluarga (X7), faktor produk (X8), faktor harga (X9) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap

KEPUSTAKAAN

- Amstrong, Gery & Philip, Kotler. 1997. **Dasar-Dasar Pemasaran**, Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan, Prenhallindo, Jakarta.
- Arikuntoro, Suharsimi. 1998. **Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis**, Rineka Cipta, Yogyakarta.
- Asseal, Henry. 2001. **Consumer Behavior and Marketing Action**, Sixth Edition PWS, Kent Publishing Company, Boston.
- Engel, James F Roger, D. Blackwell dan Paul W. Miniard. 1995. **Perilaku Konsumen**, Jilid II, Alih Bahasa FX, Binarupa Aksara, Jakarta
- Gujarati, Damodar. N. 1997. **Ekonomi Dasar**, Terjemahan Summo Zein, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2000. **Manajemen Pemasaran**, Jilid 1 & 2, Edisi Milenium, Diterjemahkan oleh Hendra Teguh dan Rusli, PT. Indeks, Jakarta
- Kotler, Philip. 2002. **Prinsip-Prinsip Pemasaran**, Jilid 1, Edisi Ketiga, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip, Gery Armstrong. 1997. **Dasar-Dasar Pemasaran "Principles of Marketing 7e"**, Alih Bahasa, Drs. Alexander Sindoro, Prehallindo, Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. **Manajemen Pemasaran Jasa, Teori Dan Praktek**. Jilid I, Edisi Pertama, Salemba Empat, Jakarta.
- Mowen, Jhon. C. 2002. **Perilaku Konsumen**, Jilid I, Erlangga, Jakarta.
- Santoso, dan Ashari. 2005. **Analisis Statistik dengan Microsoft Exel dan SPSS**, ANDI, Yogyakarta.
- Sciffman, Leon. G, Leslie Lazar Kanuk. 2000. **Perilaku Konsumen**, Alih Bahasa, Zoelkifli, Prentice Hall, Inc, Jakarta.
- Setiadi, J. Nugroho. 2003. **Perilaku Konsumen**, Kencana, Jakarta Timur.
- Sekaran, Uma. 2006. **Research Methods for Business**, Jilid I dan Jilid II Edisi Keempat, Terjemahan, Kwan Men Yen, Salemba Empat, Jakarta.