

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN DALAM MEMBELI RUMAH DI WILAYAH KECATAMAN JEKAN RAYA DAN KECAMATAN SEBANGAU KOTA PALANGKA RAYA

Subrata Aditama, ST., MT¹; Feny Yuliekanamita, ST²

Abstrak

Pada masa sekarang ini pembangunan di sektor perekonomian mengalami peningkatan yang luar biasa. Dengan demikian meningkat juga kesejahteraan masyarakat, maka dari itu kebutuhan manusia akan semakin beragam, dan salah satunya kebutuhan akan tempat tinggal yaitu rumah. Salah satu developer yang menawarkan suatu perumahan yang layak huni yaitu Perumahan Bama Raya, Bangas Permai, Panenga dan Kereng Indah Permai. Akan tetapi, permasalahan yang dihadapi yaitu bagaimana penjualan rumah dapat terus meningkat setiap tahunnya, padahal sekarang ini banyak bermunculan pengembang-pengembang perumahan yang berani memunculkan terobosan-terobosan baru. Oleh karena itu, dalam penelitian ini akan menganalisis faktor penting untuk diteliti, seperti faktor harga, lokasi, bangunan, dan fasilitas penunjang terhadap keputusan beli.

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan program SPSS Versi 17.0. Populasi yang digunakan adalah masyarakat Palangka Raya yang menghuni rumah di Perumahan Bama Raya, Bangas Permai, Panenga dan Kereng Indah Permai. Sedangkan sampel yang digunakan sebanyak 40 orang dengan metode *proportional sampling*.

Berdasarkan analisis yang telah digunakan, dapat ditarik beberapa kesimpulan pada saat dilakukan pengolahan regresi berganda. Penelitian ini memenuhi syarat validitas, reliabilitas, multikolinearitas dan telah lolos uji normalitas. Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t menunjukkan bahwa variabel harga dan fasilitas penunjang yang diteliti secara signifikan mempengaruhi keputusan pembelian. Sedangkan lokasi dan bangunan secara signifikan tidak ada pengaruh keputusan pembeli. Pada uji f menunjukkan signifikan $< 0,05$. Hal ini berarti variabel harga dan fasilitas penunjang berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian sedangkan variabel lokasi dan bangunan tidak ada pengaruh terhadap keputusan pembelian. Koefisien determinasi diperoleh nilai Adjusted R²=0,220%. Artinya, hanya 22 % keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel harga dan variabel fasilitas penunjang, sisanya 78 % tidak ada pengaruh terhadap variabel lokasi dan variabel bangunan.

Kata Kunci : Harga Lokasi, Bangunan, Fasilitas Penunjang, Keputusan Pembelian

PENDAHULUAN

Pada masa sekarang ini pembangunan di kota Palangka Raya semakin meningkat. Karena meningkatnya jumlah penduduk kota Palangka Raya, maka dalam perkembangan terakhir ini banyak dibangun perumahan-perumahan baik yang berbentuk rumah tinggal ataupun rumah toko (ruko). Hal ini terlihat dengan semakin meningkatnya pendapatan perkapita negara, sehingga secara tidak langsung sangat mendorong tingkat kesejahteraan masyarakat. Dengan meningkatnya kesejahteraan masyarakat maka kebutuhan masyarakat akan semakin beraneka ragam sehingga membuka peluang bisnis bagi para produsen. Peningkatan ini tidak hanya dari

¹ Staff Pengajar Jurusan Teknik Sipil Universitas Palangka Raya

² Tenaga Sipil pada Biro Kontaktor

segi produk saja akan tetapi dari segi kuantitas produknya juga mengalami peningkatan. Kondisi semacam ini mendorong produsen berlomba-lomba semaksimal mungkin dalam melayani konsumen. Semakin meningkatnya kebutuhan konsumen menyebabkan timbulnya perusahaan-perusahaan baru yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumen. Dimana masing-masing perusahaan berusaha menawarkan keunggulan-keunggulan yang dimiliki oleh produk yang dihasilkannya. Oleh sebab itu persaingan antar perusahaan yang sejenis maupun yang tidak sejenis semakin ketat karena tingginya permintaan konsumen. Untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan, produsen harus lebih cermat dalam mengamati kebutuhan atau keinginan konsumen dan semakin siap dalam menghadapi pasar.

Salah satu kebutuhan manusia yang mendasar adalah masalah perumahan/hunian. Pada umumnya di dunia usaha perumahan/*developer* sering ditawarkan kepada konsumen tipe-tipe rumah yang dirancang sesuai kebutuhan pasar, adapun tipe rumah yang dipasarkan di kota Palangka Raya adalah tipe 36, tipe 45, tipe 50 dan tipe 70, namun ada pula beberapa tipe yang lebih besar sesuai perumahan pembeli. Fungsi rumah juga telah berubah, dari yang semula hanya sekedar sebagai tempat berlindung. Kini sebuah rumah tak cukup hanya untuk berteduh namun juga dituntut untuk mengakomodir kebutuhan dan keinginan pemiliknya, seperti harga yang terjangkau, lokasi yang strategis, bangunan yang bagus & kokoh, dan lingkungannya yang nyaman. Dengan kata lain tak cukup hanya asal untuk berteduh namun juga harus bisa menjadi tempat tinggal yang layak.

Setiap orang mempunyai sikap yang berbeda-beda terhadap suatu objek yang sama. 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 di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian rumah dan kajian apa sebenarnya yang harus diperhitungkan konsumen sebelum membeli rumah.

Berdasarkan uraian di atas dapat diambil rumusan masalah : (1) Bagaimana hasil analisis harga, lokasi, bangunan, dan fasilitas penunjang terhadap preferensi atau pilihan dalam membeli rumah di kota Palangka Raya ? (2) Faktor apa saja yang dominan dalam memilih rumah pada Perumahan Bama Raya, Bangas Permai, Panenga dan Kereng Indah Permai di kota Palangka Raya ?

Batasan masalah yang digunakan : (1) Penelitian ini dilakukan pada lokasi perumahan Bama Raya, Bangas Permai, Panenga, dan Kereng Indah Permai di kota Palangka Raya. (2) Penentuan lokasi perumahan berdasarkan faktor harga, lokasi, bangunan, dan fasilitas penunjang. (3) Perumahan yang ditinjau adalah penghuni rumah tipe 36, tipe 45, tipe 50, dan tipe 70. (4) Data yang dipakai dalam studi ini, yaitu data primer yang berasal dari kuisioner responden penghuni perumahan atau orang-orang yang sudah membeli rumah dan data sekunder yang diperoleh dari studi literatur.

Tujuan dari penelitian ini adalah : (1) Untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian rumah di kota Palangka Raya. (2) Untuk mengetahui faktor apa yang dominan terhadap keputusan konsumen dalam membeli rumah di kota Palangka Raya.

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut : (1) Bagi para praktisi, untuk membantu kontraktor mengetahui faktor – faktor yang mempengaruhi konsumen dalam membeli rumah di wilayah Kecamatan Jekan Raya dan Kecamatan Sebangau Kota Palangka Raya. (2) Bagi peneliti, untuk memperluas wawasan mengenai cara menentukan faktor - faktor yang dominan dalam

6. Uji t
7. Analisis Regresi Linear Berganda
8. Koefisien Determinasi (R^2)

ANALISA DAN PEMBAHASAN

Analisis Penelitian

Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang telah membeli rumah di Perumahan Bama Raya, Bangas Permai, Panenga dan Kereng Indah Permai. Adapun jumlah responden yang telah ditetapkan sebanyak 40 orang yang terdiri dari :

- 10 responden dari perumahan Bama Raya
- 10 responden dari perumahan Bangas Permai
- 10 responden dari perumahan Panenga
- 10 responden dari perumahan Kereng Indah Permai

Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *Proportional Random Sampling* yaitu sebuah metode dimana sampel diambil secara acak dalam populasi yang sudah dikelompokkan (berdasarkan tipe rumah secara proporsional) dari setiap tipe pada populasi. Berikut adalah data-data yang akan disajikan yang berkaitan mengenai gambaran umum responden :

Tabel 1. Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1	Laki-laki	28	70
2	Perempuan	12	30
Jumlah		40	100

Sumber : data primer yang diolah, 2012

Tabel 2. Umur/Usia Responden

No	Umur	Jenis kelamin		Frekuensi	Persentase (%)
		L	P		
1	< 30 tahun	7	2	9	22,5
2	30-40	15	4	19	47,5
3	40-50	2	5	7	17,5
4	> 50 tahun	4	1	5	12,5
Jumlah		28	12	40	100

Sumber : data primer yang diolah, 2012

Tabel 3. Status Perkawinan Responden

No	Status Perkawinan	Jenis Kelamin		Frekuensi	Persentase (%)
		L	P		
1	Menikah	26	12	38	95
2	Belum/Tidak Menikah	2	0	2	5
Jumlah		28	12	40	100

Sumber : data primer yang diolah, 2012

Tabel 4. Tingkat Pendidikan Responden

No	Pendidikan Terakhir	Jenis Kelamin		Frekuensi	Persentase (%)
		L	P		
1	SLTP	4	4	8	20
2	SLTA/STM	11	3	14	35
3	Diploma	4	2	6	15
4	S1/S2/S3	9	3	12	30
Jumlah		28	12	40	100

Sumber : data primer yang diolah, 2012

Tabel 5. Jenis Pekerjaan Responden

No	Jenis Pekerjaan	Jenis Kelamin		Frekuensi	Persentase (%)
		L	P		
1	PNS	14	2	16	40
2	TNI/POLRI	1	0	1	2,5
3	Pensiunan	0	0	0	0
4	Wiraswasta	12	5	17	42,5
5	Ibu Rumah Tangga	0	5	5	12,5
6	BUMN	1	0	1	2,5
7	Lainnya	0	0	0	0
Jumlah		28	12	40	100

Sumber : data primer yang diolah, 2012

Tabel 6. Tingkat Pendapatan Responden

No	Tingkat Pendapatan (Rp)	Jenis Kelamin		Frekuensi	Persentase (%)
		L	P		
1	< 1.000.000	3	3	6	15
2	1.000.000 – 4.000.000	23	8	31	77,5
3	4.000.000 – 8.000.000	1	1	2	5
4	> 8.000.000	1	0	1	2,5
Jumlah		28	12	40	100

Sumber : data primer yang diolah, 2012

Tabel 7. Tipe/Jenis Rumah

No	Tipe/Jenis Rumah	Jenis Kelamin		Frekuensi	Persentase (%)
		L	P		
1	Tipe 36	9	5	14	35
2	Tipe 45	11	4	15	37,5
3	Tipe 50	5	1	6	15
4	Tipe 70	3	2	5	12,5
Jumlah		28	12	40	100

Sumber : data primer yang diolah, 2012

Tabel 8. Tanggapan Responden Tentang Harga

No	Indikator	Skor					Jumlah	Indeks
		STS	TS	N	S	SS		
1	Harga rumah sesuai dengan kemampuan	0	0	7,5	90	2,5	395	79
2	Harga rumah sesuai dengan kualitas bangunan	2,5	5	45	270	62,5	385	77
3	Uang muka sesuai dengan kemampuan	0	0	30	330	37,5	397,5	79,5
4	Jangka waktu kredit lama/panjang	0	5	82,5	210	87,5	385	77
Jumlah							1562,5	312,5
Rata-rata							390,6	78,1

Sumber : data primer yang diolah, 2012

Tabel 9. Tanggapan Responden Tentang Lokasi

No	Indikator	Skor					Jumlah	Indeks
		STS	TS	N	S	SS		
1	Kedekatan lokasi dengan sarana transportasi umum	0	20	37,5	250	75	382,5	76,5
2	Kedekatan lokasi dengan tempat rekreasi	10	60	67,5	140	12,5	290	58
3	Kedekatan lokasi dengan tempat bekerja	0	60	97,5	140	12,5	310	62
4	Kedekatan lokasi dengan sekolah atau kampus	2,5	35	97,5	170	25	330	66
5	Kedekatan lokasi dengan tempat hiburan	7,5	70	120	70	0	267,5	53,5
Jumlah							1580	316
Rata-rata							316	63,2

Sumber : data primer yang diolah, 2012

Tabel 10. Tanggapan Responden Tentang Bangunan

No	Indikator	Skor					Jumlah	Indeks
		STS	TS	N	S	SS		
1	Kualitas rumah terjamin	0	15	90	230	25	360	72
2	Desain rumah menarik	0	20	120	170	37,5	347,5	69,5
3	Daya tahan bangunan terjamin	2,5	20	90	220	12,5	345	69
4	Sanitasi rumah lancer	0	10	82,5	240	37,5	370	74
5	Garasi untuk kendaraan luas	2,5	40	52,5	220	25	340	68
Jumlah							1762,5	352,5
Rata-rata							352,5	70,5

Sumber : data primer yang diolah, 2012

Tabel 11. Tanggapan Responden Tentang Fasilitas Penunjang

No	Indikator	Skor					Jlh	Indeks
		STS	TS	N	S	SS		
1	Kondisi fasilitas penunjang yang dekat dengan sarana dan prasarana	5	15	67,5	240	25	352,5	70,5
2	Kondisi jalan yang baik	2,5	30	45	250	25	352,5	70,5
3	Kondisi saluran (selokan di luar rumah) yang baik	2,5	25	90	200	25	342,5	68,5
4	Kondisi taman yang baik	0	20	187,5	100	12,5	320	64
Jumlah							1367,5	273,5
Rata-rata							341,9	68,4

Sumber : data primer yang diolah, 2012

Tabel 12. Tanggapan Responden Tentang Keputusan Pembelian

No	Indikator	Skor					Jlh	Indeks
		STS	TS	N	S	SS		
1	Kesesuaian harga rumah mempengaruhi anda dalam pembelian rumah	0	15	45	280	37,5	377,5	75,5
2	Kedekatan lokasi perumahan dengan berbagai tujuan mempengaruhi anda dalam membeli rumah	0	20	60	250	37,5	367,5	73,5
3	Bangunan rumah mempengaruhi anda dalam membeli rumah	0	5	97,5	240	25	367,5	73,5
4	Fasilitas penunjang mempengaruhi anda dalam membeli rumah	0	10	75	260	25	370	74
Jumlah							1367,5	1482,5
Rata-rata							341,9	370,6

Sumber : data primer yang diolah, 2012

Tabel 13. Hasil Analisis Hasil Pengujian Validitas

No	Indikator	R hitung	R tabel	Keterangan
1	Harga			
	• Indikator 1	0,485	0,300	Valid
	• Indikator 2	0,549	0,300	Valid
	• Indikator 3	0,522	0,300	Valid
2	Lokasi			
	• Indikator 1	0,406	0,300	Valid

	<ul style="list-style-type: none"> • Indikator 2 • Indikator 3 • Indikator 4 • Indikator 5 	0,611 0,537 0,382 0,414	0,300 0,300 0,300 0,300	Valid Valid Valid Valid
3	Bangunan <ul style="list-style-type: none"> • Indikator 1 • Indikator 2 • Indikator 3 • Indikator 4 • Indikator 5 	0,644 0,539 0,566 0,505 0,497	0,300 0,300 0,300 0,300 0,300	Valid Valid Valid Valid Valid
4	Fasilitas Penunjang <ul style="list-style-type: none"> • Indikator 1 • Indikator 2 • Indikator 3 Indikator 4 	0,569 0,552 0,574 0,464	0,300 0,300 0,300 0,300	Valid Valid Valid Valid
5	Keputusan Pembelian <ul style="list-style-type: none"> • Indikator 1 • Indikator 2 • Indikator 3 • Indikator 4 	0,432 0,386 0,443 0,435	0,300 0,300 0,300 0,300	Valid Valid Valid Valid

Sumber : data primer yang diolah, 2012

Tabel 14. Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	Alpha	Keterangan
<ul style="list-style-type: none"> • Harga Indikator 1 Indikator 2 Indikator 3 Indikator 4	0,840 0,836 0,838 0,842	Reliabel Reliabel Reliabel Reliabel
<ul style="list-style-type: none"> • Lokasi Indikator 1 Indikator 2 Indikator 3 Indikator 4 Indikator 5	0,843 0,832 0,838 0,844 0,841	Reliabel Reliabel Reliabel Reliabel Reliabel
<ul style="list-style-type: none"> • Bangunan Indikator 1 Indikator 2 Indikator 3 Indikator 4 Indikator 5	0,832 0,836 0,835 0,837 0,840	Reliabel Reliabel Reliabel Reliabel Reliabel
<ul style="list-style-type: none"> • Fasilitas Penunjang 	0,834	Reliabel

Indikator1	0,835	Reliabel
Indikator2	0,835	Reliabel
Indikator3	0,839	Reliabel
Indikator4		
• Keputusan Pembelian	0,840	Reliabel
Indikator 1	0,843	Reliabel
Indikator 2	0,839	Reliabel
Indikator 3	0,843	Reliabel
Indikator 4		

Sumber : data primer yang diolah, 2012

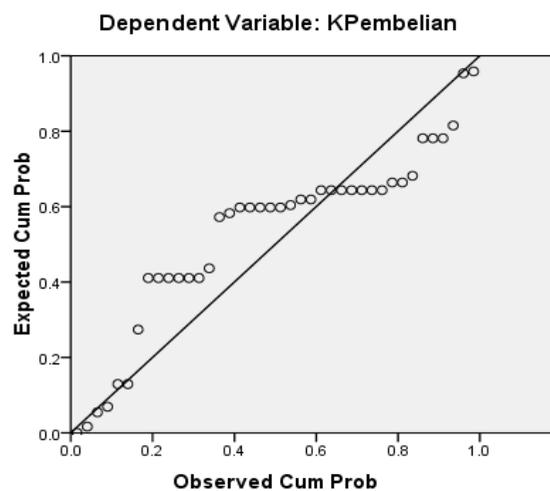
Tabel 15. Pengujian Multikolinearitas

Variabel	Toleranc e	VIF	Keterangan
Harga	0,842	1,188	Tidak multikolinear
Lokasi	0,689	1,451	Tidak multikolinear
Bangunan	0,772	1,295	Tidak multikolinear
Fasilitas Penunjang	0,825	1,212	Tidak multikolinear

Sumber : data primer yang diolah, 2012

Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar 2. Uji Normalitas

Sumber : data primer yang diolah, 2012

Tabel 16. Hasil Uji F

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	4,132	4	1,033	3,749	.012 ^a
Residual	9,643	35	,276		
Total	13,775	39			

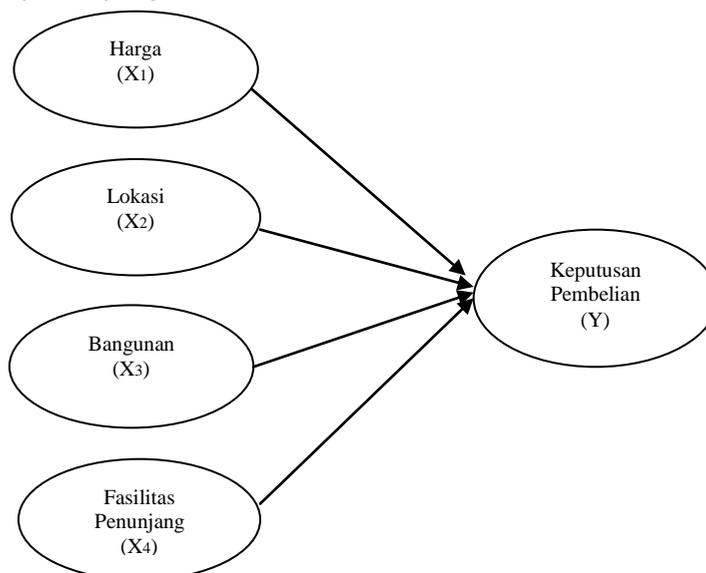
Sumber : data primer yang diolah, 2012

Tabel 17. Hasil Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	,026	1,243		,021	,983		
Harga	,980	,332	,455	2,953	,006	,842	1,188
Lokasi	-,063	,175	-,062	-,363	,719	,689	1,451
Bangunan	-,249	,161	-,249	-1,544	,132	,772	1,295
FPenunjang	,277	,147	,293	1,882	,068	,825	1,212

Sumber : data primer yang diolah, 2012



Gambar 3. Keputusan pembelian dipengaruhi harga, lokasi, bangunan, dan fasilitas penunjang

Sumber : Kerangka pemikiran teoritis disertai analisis regresi dan koefisien determinasi, 2012

Tabel 18. Ringkasan Hasil Regresi**Coefficients^a**

Model	Unstandar-dized Coefficients		Stan-dardi-zed Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 Constant	,026	1,243		,021	,983		
Harga	,980	,332	,455	2,953	,006	,842	1,188
Lokasi	-,063	,175	-,062	-,363	,719	,689	1,451
Bangunan	-,249	,161	-,249	-1,544	,132	,772	1,295
Fpenunjang	,277	,147	,293	1,882	,068	,825	1,212

a. Dependent variable: keputusan pembelian

Sumber : data primer yang diolah, 2012

Tabel 19. Koefisien Determinasi**Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.548 ^a	,300	,220	,525

a. Predictor: (Constant), harga, lokasi, bangunan dan fasilitas penunjang

b. Dependent variable: keputusan pembelian

Sumber : data primer yang diolah, 2012

Pembahasan

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel harga mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian. Khususnya mengenai jangka waktu kredit yang lama/panjang, hal itu terlihat dari nilai indeks yang tertinggi pada variabel harga. Hal itu memberikan indikasi bahwa penerapan harga yang tepat pada Perumahan Bama Raya, Bangas Permai, Panenga, dan Kereng Indah Permai merupakan faktor penting dalam keputusan pembelian rumah. Hal itu berarti hipotesis pertama diterima yaitu semakin baik penerapan harga rumah, maka semakin tinggi keputusan pembelian. Berdasarkan hasil analisis regresi dan uji t dapat diketahui bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sehingga hipotesis pertama diterima serta mendukung penelitian yang dilakukan oleh (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.

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel lokasi tidak ada pengaruh terhadap keputusan pembeli. Mengenai kedekatan lokasi dengan sarana transportasi umum, hal itu terlihat dari nilai indeks terendah diantara indikator lainnya. Hal itu memberikan indikasi bahwa pemilihan lokasi pada Perumahan Bama Raya, Bangas Permai, Panenga, Kereng Indah Permai yaitu dekat dengan sarana transportasi umum, tempat rekreasi, tempat bekerja, sekolahan/kampus, dan tempat hiburan merupakan faktor terendah dalam keputusan pembelian rumah. Menurut hasil analisis regresi dan uji t dapat diketahui bahwa lokasi tidak ada pengaruh signifikan terhadap

keputusan pembelian. Hal ini berarti lokasi rumah yang strategis tidak ada pengaruh terhadap keputusan pembeli maka hipotesis kedua ditolak.

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel bangunan tidak ada pengaruh terhadap keputusan pembelian. Khususnya mengenai kualitas bangunan yang baik, hal itu terlihat dari nilai indeks yang terendah pada variabel bangunan. Hal itu memberikan gambaran bahwa kondisi bangunan pada Perumahan Bama Raya, Bangas Permai, Panenga, dan Kereng Indah Permai merupakan faktor yang tidak begitu penting dalam keputusan pembelian rumah. Menurut hasil analisis regresi dan uji t dapat diketahui bahwa bangunan tidak ada pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal itu berarti hipotesis ketiga ditolak yaitu tidak ada pengaruh keputusan pembelian terhadap bangunan rumah.

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel fasilitas penunjang mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian. Khususnya mengenai fasilitas yang ada di perumahan, hal itu terlihat dari nilai indeks tinggi pada variabel fasilitas penunjang. Kondisi jalan keluar-masuk yang mulus menjadi daya tarik bagi responden. Hal itu memberikan gambaran bahwa kondisi lingkungan dan fasilitas yang baik pada perumahan tersebut merupakan faktor penting dalam keputusan pembelian rumah. Hal itu berarti hipotesis keempat diterima yaitu semakin banyak fasilitas penunjang, maka semakin tinggi keputusan pembelian. Menurut hasil analisis regresi dan uji t dapat diketahui bahwa fasilitas penunjang berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sehingga hipotesis keempat diterima serta mendukung penelitian yang dilakukan peneliti yaitu faktor fasilitas penunjang merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi keputusan pembelian rumah.

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam membeli rumah di wilayah kecamatan Jekan Raya dan kecamatan Sebangau kota Palangka Raya dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa variabel yang memiliki pengaruh positif dan signifikansi terbesar terhadap keputusan pembelian adalah variabel harga dengan koefisien sebesar 0,455. Selanjutnya variabel kedua adalah fasilitas penunjang dengan koefisien sebesar 0,293.
2. Faktor dominan yang mempengaruhi konsumen dalam membeli rumah di Perumahan Bama Raya, Bangas Permai, Panenga, dan Kereng Indah Permai di kota Palangka Raya adalah faktor harga. Hal ini menunjukkan bahwa harga merupakan salah satu faktor yang menentukan keputusan pembelian rumah. Dengan kata lain, penerapan harga yang semakin baik dan sesuai akan meningkatkan keputusan pembelian rumah. Kemudian yang kedua adalah faktor fasilitas penunjang, seperti adanya taman perumahan, pos keamanan, pusat perbelanjaan, sekolah, tempat ibadah, kondisi jalan yang baik, serta selokan yang lancar/tidak menggenang menunjang. Hal ini menunjukkan bahwa fasilitas penunjang merupakan salah satu faktor yang menentukan keputusan pembelian rumah. Sehingga fasilitas penunjang yang lengkap akan meningkatkan keputusan pembelian rumah.

SARAN

Berdasarkan kesimpulan di atas maka disarankan untuk dapat dijadikan pertimbangan bagi para developer agar dapat meningkatkan tingkat keputusan pembelian konsumen sehingga peningkatan penjualan bisa tercapai.

1. Sebaiknya pengembang/developer membangun rumah dengan harga terjangkau agar banyak kalangan masyarakat yang mampu untuk membeli rumah.

2. Harga rumah harus disesuaikan dengan fasilitas yang didapat dan diharapkan konsumen.
3. Potongan harga yang diberikan perlu ditingkatkan lagi, misalnya dengan memberikan diskon khusus misalnya pada hari kemerdekaan atau hari raya lebaran ataupun natal.
4. Pengembang/*developer* perlu mengusulkan kepada pemerintah Kota Palangka Raya untuk membuka jalur angkutan kota agar perumahan mempunyai akses ke berbagai tujuan dalam kota.
5. Apabila tiap perumahan lebih dari 100 kepala keluarga usahakan fasilitas-fasilitas yang ada di perumahan agar lebih lengkap.

DAFTAR PUSTAKA

- Adib, Abadi, 2001, "Menuju Lingkungan Perumahan Perkotaan yang Berkualitas."
- Athur C.S., 1990, *Housing : Symbol, Structure, Site*, Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Davis, Sam, 1977, *The Form Housing*, Penerbit Van Nostrand Reinhold : University of Minnesota, hal.1-282.
- Efendi, 1996, "Analisa Lima Faktor Terhadap Pembelian Rumah Sederhana dan Sangat Sederhana.", *Benefit Volume 8 No.2* hal. 151-159.
- Eri Susanti, 2003, "Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Produk Keramik Milan Di Surabaya.", Fakultas Ekonomi Unika Widya Mandala Surabaya.
- Ferdinand, Augusty, 2006, *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harjati, Lily, 2003, "Tidak Cukup Hanya Kepuasan Pelanggan Diperlukan Nilai Pelanggan Untuk Survival ", *Jurnal Ekonomi Perusahaan*, Vol. 10, No. 1, Maret 2003.
- Hadi, 2005, *Aplikasi dan Metode Penelitian untuk Administrasi dan Manajemen*. Bandung.
- Imam Ghozali, 2007, *Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip, 1998, *Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan Implementasi dan Kontrol*, Jilid I, Penerbit Prenhallindo: Jakarta, hal.120-162.
- Kotler, Philip, 1993, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milenium, Jilid 3, Penerbit Prenhallindo: Jakarta, hal.4-252.
- Kurniasih, Sri, 1987, "Usaha Perbaikan Pemukiman Kumuh di Petukangan Utara- Jakarta Selatan."
- Moerdiono dan Kesowo, Bambang, 1992, *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 4 Tahun 1992 Tentang Perumahan dan Permukiman*, Jakarta, hal. 1-16.
- Raskin, 1954, *Bagaimana Seseorang Menilai Keindahan Fisik Bangunan pada Tema Arsitektural Perumahan*. Semarang.
- Rahmawati, 2005, *Posisi Keuangan, Kinerja Keuangan, dan Arus Kas Entitas*, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Santoso, Singgih, 2004, *Mengolah Data Statistik Secara Profesional*, SPSS versi 10, Penerbit PT Elex Media Komputindo: Jakarta.
- Stanton, W.J., 1991, *Dasar-Dasar Pemasaran*, Edisi 7, Jilid ke-1, Jakarta : Erlangga.

- Suenarno, 2002, *Keputusan Menteri Permukiman dan Prasarana Wilayah Tentang Penetapan Pedoman Teknis Pembangunan Rumah Sederhana Sehat*, Jakarta, hal. 1-298.
- Sugiyono, 2004, *Metode Penelitian Bisnis*, Cetakan Kesembilan, Penerbit CV Alpha Beta, Bandung.
- Swastha, Basu, D.H., dan Handoko, Hani, 2002, *Manajemen Pemasaran : Analisa Perilaku Konsumen*, Edisi I, BPFE Yogyakarta.
- Swastha, Basu, D.H. dan Irawan, 1990, *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty: Yogyakarta, hal.10 -120.
- Taufiq, Muhammad, & Tandelilin, Eduardus, 2007, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Transaksi Rumah Sederhana Tipe 36 di Kabupaten Boyolali Provinsi Jawa Tengah".