

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PERUMAHAN PT.FITRIA TRANS TAMARA BANJARMASIN

ABSTRAK

Topan Samudra¹, Husnurrofiq², Muthia Harnida³,

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin, 17.31.0224

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin, 1105036201

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin, 1105036601

Email : samudratopan17@gmail.com

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi variabel-variabel yang mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli rumah. Salah satu pengembang rumah PT. Fitria Trans Tamara Banjarmasin yang menawarkan salah satu Perumahan yang layak huni yaitu Perumahan PT.Fitria Trans Tamara Banjarmasin. Dengan memberikan terobosan-terobosan baru. Oleh karena itu, dalam penelitian ini akan menganalisis faktor yang dianggap penting seperti faktor, Produk, Harga, Tempat, dan Promosi. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dengan Program SPSS versi 16.0 populasi yang digunakan adalah masyarakat yang menghuni perumahan PT. Fitria Trans Tamara Banjarmasin sebanyak 32.

Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode pendekatan kuantitatif. Hasil uji SPSS menunjukkan nilai (R²) adalah 0,571, artinya Produk, Harga, Tempat, dan Promosi memberikan pengaruh besar 57,1% terhadap Keputusan Pembelian (Y) Sedangkan 42,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak di uji pada penelitian ini.

Kata Kunci: Pemasaran, Perilaku Konsumen, Perumahan, Pengambilan Keputusan

ABSTRACT

This study aims to identify the variables that influence consumers in making decisions to buy a house. One of the home developers PT. Fitria Trans Tamara Banjarmasin which offers one of the decent housing, namely PT. Fitria Trans Tamara Banjarmasin Housing. By providing new breakthroughs. Therefore, in this study, we will analyze the factors that are considered important such as factors, products, prices, places, and promotions. This study uses multiple linear regression analysis with SPSS version 16.0 program. The population used is the people who inhabit the housing of PT. Fitria Trans Tamara Banjarmasin as many as 32.

The method used in this research is a quantitative approach method. The SPSS test results show the value (R²) is 0.571, meaning that Product, Price, Place, and Promotion have a major influence of 57.1% on Purchase Decision (Y) while 42.9% is influenced by other variables not tested in this study.

Keywords: Marketing, Consumer Behavior, Housing, Decision Making

PENDAHULUAN

Manusia tidak pernah lepas dari segala masalah yang berhubungan dengan tempat di mana manusia itu bernaung dan tinggal dalam kehidupannya sehari-hari. Bagi manusia tempat tinggal merupakan dasar (*basic need*), di samping kebutuhannya akan pangan dan sandang.

Salah satu kebutuhan manusia yang mendasar adalah masalah perumahan. Rumah sebagai tempat tinggal adalah salah satu kebutuhan pokok manusia selain pakaian dan makanan. Tiap manusia membutuhkan tempat tinggal untuk berlindung dan sebagai tempat berkumpul dan berlangsungnya aktivitas

keluarga. Fungsi rumah juga sudah 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 Lokasi yang strategis, Harga yang terjangkau, kondisi bangunan dan lingkungannya yang nyaman. Dengan kata lain tidak cukup berteduh namun juga harus bisa menjadi tempat tinggal yang layak. Kebutuhan akan rumah hampir tidak pernah berkurang, sehingga mencari rumah untuk tempat tinggal adalah hal yang akan dialami oleh hampir semua keluarga baru, bahkan keluarga yang telah lama menikah namun belum memiliki rumah pun tetap berusaha agar dapat membeli rumah. Sehingga rumah sebagai tempat tinggal sekaligus sebagai sarana investasi yang menguntungkan dan hampir tidak mengalami penyusutan .

Sedangkan permasalahan yang dihadapi oleh penduduk di

perkotaan adalah kurangnya lahan perumahan di kota yang mengakibatkan harga atau tanah sangat tinggi dan sulit didapatkan, ditambah lagi dengan permasalahan seperti lemahnya tingkat ekonomi penduduk kota yang berpengaruh pada kemampuan untuk memiliki rumah. Saat ini pun dalam membeli rumah masyarakat tidak hanya melihat faktor harga saja namun mereka mulai mempertimbangkan faktor-faktor lain seperti faktor harga, lokasi, kondisi bangunan dan faktor lingkungan. Alasan masyarakat mempertimbangkan faktor harga karena hal tersebut berkaitan dengan pendapatan mereka. Bagi mereka memiliki pendapatan besar mungkin harga tidak akan menjadi masalah, tetapi mereka lebih mempertimbangkan faktor harga dan lokasi.

Keputusan pembelian adalah tindakan yang dilakukan konsumen untuk melakukan pembelian sebuah produk. Oleh karena itu, pengambilan keputusan pembelian konsumen

merupakan suatu proses pemilihan salah satu dari beberapa alternatif penyelesaian masalah dengan tindak lanjut yang nyata.

Faktor kedua selain lokasi adalah kelengkapan fasilitas. Setiap konsumen menginginkan fasilitas yang lengkap ketika konsumen membeli rumah. Konsumen selalu ingin efisien. Oleh karena itu, perusahaan diharapkan kelengkapan fasilitas, karena fasilitas yang lengkap adalah penting.

PT Fitria Trans Tamara adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang properti pembangunan perumahan dengan menawarkan berbagai type perumahan mulai dari rumah tipe 36, rumah tipe 45, rumah tipe 55 yang di bangun oleh PT. Fitria Trans Tamara terdapat pula perubahan lingkungan dan minat konsumen yang membuat Fitria Trans Tamara sadar akan kebutuhan dan keinginan konsumen. Dari uraian di atas maka perlu kiranya PT Fitria Trans Tamara memperhatikan lokasi, kelengkapan produk dan

harga dalam menentukan keputusan pembelian konsumen sehingga konsumen diharapkan dapat lebih banyak di masa akan datang.

METODE PENELITIAN

1.1.1 Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Dimana akan dilakukan langsung untuk mendapatkan informasi dan permasalahan yang terjadi.

1.1.2 Waktu dan Tempat Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat penelitian melakukan penelitian untuk memperoleh data yang diperlukan. Adapun lokasi penelitian ini dilaksanakan di Perumahan PT Fitria Trans Tamara Banjarmasin. Beralamat di Jalan Tembus Mantuil Basiirh Tengah RT 22 Banjarmasin.

1.1.3 Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi dalam sebuah penelitian merupakan kumpulan individu atau objek yang merupakan sifat-sifat umum. Arikunto menjelaskan bahwa populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Sedangkan menurut Sugiono, populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek dan subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Maka dari penjelasan para ahli tersebut, penulis menetapkan populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Perumahan PT Fitria Trans Tamara Banjrmasin sebanyak 32 Kepala Keluarga

1. Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi diteliti. Adapun teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Stratified Random Sampling. Adapun yang digunakan sebagai dasar stratifikasi adalah tipe perumahan

yang ada di perumahan PT Fitria Trans Tamara Banjrmasin.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Teknik yang digunakan dalam menganalisis variabel – variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian rumah di PT Fitria Trans Tamara adalah menggunakan teknik analisis regresi linear berganda dengan bantuan program SPSS 16.0. Dalam analisis regresi linear berganda yang menjadi variabel terikatnya adalah Keputusan Pembelian sedangkan variabel bebasnya adalah

Y = Keputusan Pembelian

X1 = Produk

X2 = Harga

X3 = Tempat

X4 = Promosi

1. Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Pada analisis menunjukkan bahwa Produk tidak mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian, hal ini terlihat pada nilai hasil uji menunjukkan $0,050 > 0,05$ maka H1 ditolak dan H0

diterima.

2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Pada analisis menunjukkan bahwa Produk tidak mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian, hal ini terlihat pada nilai hasil uji menunjukkan $0,090 > 0,05$ maka H_2 ditolak dan H_0 diterima.

3. Pengaruh Tempat Terhadap Keputusan Pembelian

Pada analisis menunjukkan bahwa Tempat mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian, hal ini terlihat pada nilai hasil uji menunjukkan $0,006 < 0,05$ maka H_3 diterima dan H_0 ditolak.

4. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian

Pada analisis menunjukkan bahwa promosi tidak mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian, hal ini terlihat pada nilai hasil $0,418 > 0,05$ maka H_4 ditolak dan H_0 diterima.

PENUTUP

Berdasarkan hasil

penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, maka saran yang akan diberikan berdasarkan variabel yang diteliti:

1. Pengembang Perumahan atau *Developer* perlu menambah fasilitas di Perumahan seperti membangun pusat perbelanjaan, taman rekreasi. Sehingga keputusan pembelian konsumen Perumahan semakin meningkat dan sesuai kebutuhan konsumen.
2. Pengembang Perumahan atau *Developer* perlu memperhatikan lokasi pembangunan Perumahan. Sehingga keputusan pembelian konsumen Perumahan semakin meningkat dan sesuai kebutuhan konsumen atau penghuni Perumahan khususnya di kota Banjarmasin.
3. Saluran air (selokan) perlu di cek setiap minggu, dan melakukan kerja bakti minimal sebulan sekali agar tidak terjadi banjir jika terjadi hujan lebat.

DAFTAR PUSTAKA

Alma Buchari. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*,

- Bandung:
Erlangga.
- Arikunto. (2013). *Prosedur Penelitian*: Rineka Cipta.
- Harahap Sunarji. (2016). *Pengantar Manajemen*, Medan.
- Lmakrisna, (2017) .Nanda. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Philip Kotler dan Gary Amstrong. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi 13. Jilid 1 Jakarta: Erlangga.
- Saling, Moses Yomungga. (2015). *Pengantar Bisnis*, Medan: Peradana Publshing.
- Sujarweni. (2016). *Metodologi Penelitian*, Pustaka Baru Press.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: Andi Offset.
- Sugiono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta.
- Tarigan, Azhari Akmal. (2016) *Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi*, Medan: Febi UIN-SU Press.
- Agustinus Primananda.(2010) *Faktor-Faktor yang mempengaruhi konsumen dalam Membeli Rumah Pada Studi kasus di Bukit Semarang Baru*, Semarang.
- Ediati Tuti.(2014). *Faktor-Faktor yang mempengaruhi konsumen dalam Pembelian Perumahan di Surakarta*, Surakarta
- Hamidah Siregar.(2019). *Faktor – factor yang mempengaruhi konsumen dalam membeli rumah pada perumahan Graha raysa Labuhanbatu*, Sumatra Utara
- Yayan Bagus Wijaya.(2015). *Pengaruh Harga, Lokasi, Promosi dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Rumah di Perumahan Puri Asri Kota Kediri*, Kediri.
- C.Prihandoyo, Imam Arrywibowo, Ayu Awaliyah.(2016). *Analisis Pengaruh*

*Harga, Lokasi,
Bangunan dan
Lingkungan
terhadap
Keputusan*

*Konsumen
Membeli
Rumah, Balikpapan
.*

