

4. ANALISA DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum

Penelitian bertujuan untuk menganalisa faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen apartemen kelas menengah bawah di kota Surabaya dan rumah kelas menengah bawah di wilayah Sidoarjo dan Gresik. Pengumpulan data untuk penelitian ini menggunakan metode kuesioner yang dilakukan secara offline (terkumpul 7 responden) dan online (terkumpul 61 responden). Penyebaran dan pengumpulan data kuesioner dilakukan selama bulan April dan Mei 2017. Total sampel yang terkumpul adalah 74 sampel namun terdapat 6 kuesioner yang tidak valid karena responden tidak membeli salah satu dari kedua jenis properti yang diteliti. Sehingga ada 68 sampel yang valid terdiri dari 41 responden rumah kelas menengah bawah di Gresik atau Sidoarjo dan 27 responden apartemen kelas menengah bawah di Surabaya. Penyebaran kuesioner dilakukan dengan cara mendatangi dan menyebarkan kuesioner secara langsung kepada penghuni rumah dan apartemen. Nama perumahan dan apartemen tersebut dapat dilihat pada tabel 4.1 dibawah. Ada tiga variabel yang akan diuji pada penelitian ini yaitu faktor konsumen, faktor produk, dan faktor pengembang. Analisa data akan dilakukan untuk mencari tahu faktor apa yang paling berpengaruh kuat terhadap keputusan pembelian masing-masing jenis properti.

Tabel 4.1 Nama Apartemen dan Perumahan untuk Objek Penelitian

| Apartemen Menengah Bawah di Surabaya | | |
|--|--------|----------------------------|
| Nama | Jumlah | Lokasi |
| Gunawangsa Manyar | 7 | Manyar, Surabaya |
| Puncak Kertajaya | 8 | Kertajaya, Surabaya |
| Educity | 5 | Pakuwon City, Surabaya |
| Metropolis | 7 | Tenggilis, Surabaya |
| SUBTOTAL | 27 | Surabaya |
| Rumah Menengah Bawah di Gresik/Sidoarjo | | |
| Nama | Jumlah | Lokasi |
| Oma Indah | 8 | Menganti, Gresik |
| Oma Greenland | 5 | Hulaan, Gresik |
| Graha Naila | 7 | Hulaan, Gresik |
| Green Park Residence | 6 | Gedangan, Sidoarjo |
| Permata Regency | 5 | Tanggulangun, Sidoarjo |
| Jasmine Residence | 10 | Krian, Sidoarjo |
| SUBTOTAL | 41 | Gresik/Sidoarjo |
| TOTAL RESPONDEN | 68 | Surabaya; Gresik; Sidoarjo |

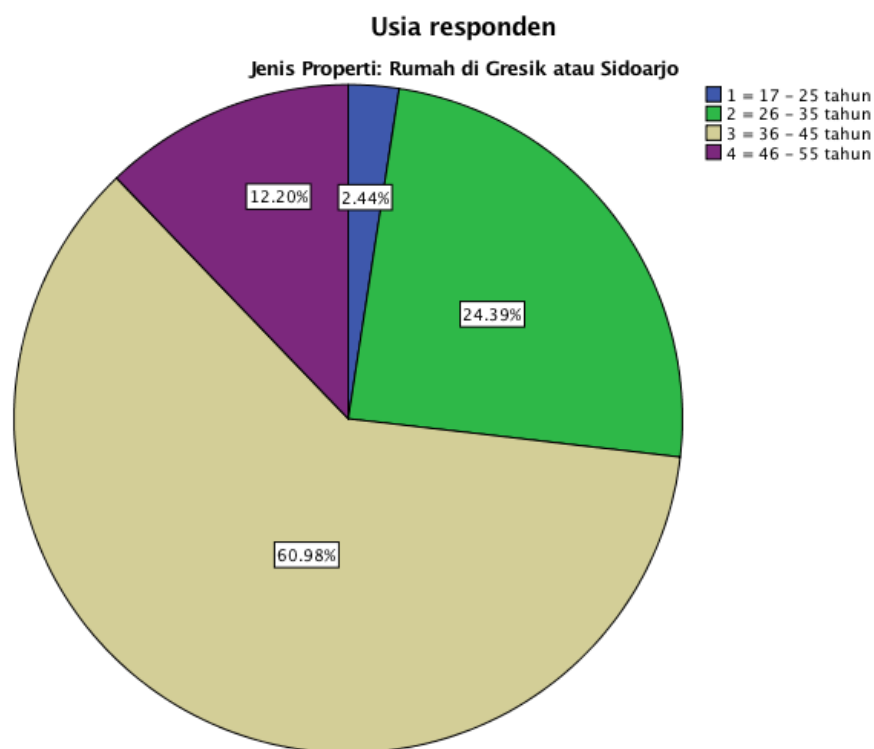
4.2. Analisa Data Deskriptif

Data deskriptif disajikan untuk memberikan gambaran populasi daripada responden yang mengikuti penelitian ini seperti usia, pendidikan, etnis pembeli, jenis pekerjaan, pendapatan, dan preferensi hiburan.

4.2.1 Usia

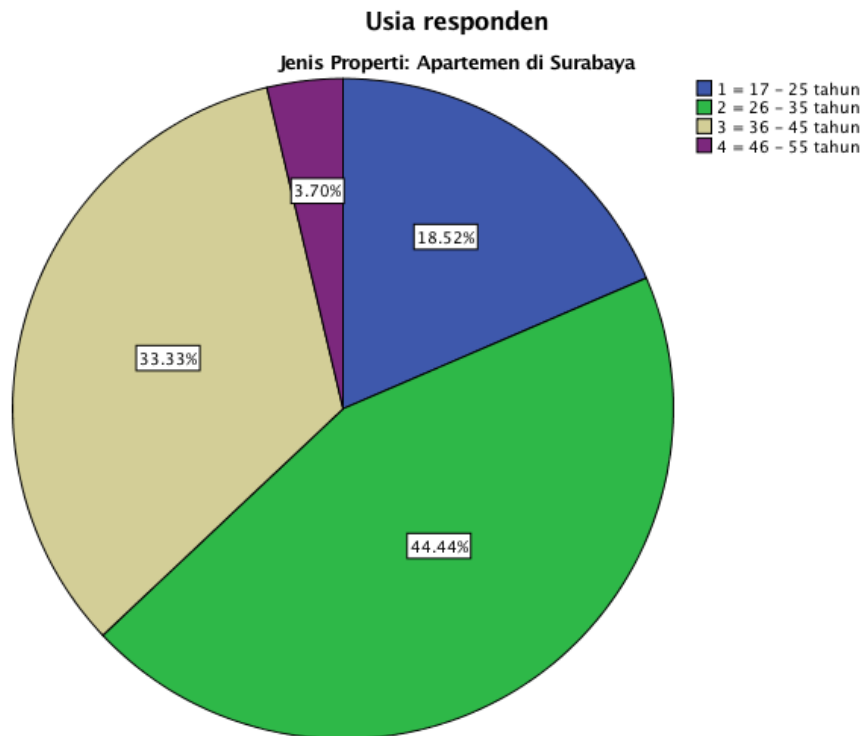
Data yang didapat mengenai usia responden untuk masing-masing jenis properti dari penelitian adalah sebagai berikut:

Berdasarkan gambar 4.1 dapat dilihat bahwa responden yang membeli rumah kelas menengah bawah di Gresik dan Sidoarjo mayoritas berusia 36 - 45 tahun (61.0 %) dan yang terbanyak kedua adalah kelompok usia 26-35 tahun (24.4 %). Sedangkan jumlah responden yang berusia 46 – 55 tahun dan 17 – 25 tahun tidak banyak dengan masing-masing 12.2 % dan 2.4 %.



Gambar 4.1. Proporsi Usia Responden yang Membeli Rumah Kelas Menengah Bawah di Gresik atau Sidoarjo

Berdasarkan gambar 4.2 dibawah dapat dilihat bahwa responden yang membeli apartemen kelas menengah bawah di Surabaya mayoritas berusia 26 – 35 tahun (44.4 %) dan yang tertinggi kedua adalah kelompok usia 36 – 45 tahun (33.3 %). Sedangkan hanya terdapat sedikit jumlah responden yang berusia 17 – 25 tahun dan 46 – 55 dengan masing-masing proporsi 18.5 % dan 3.7 %.

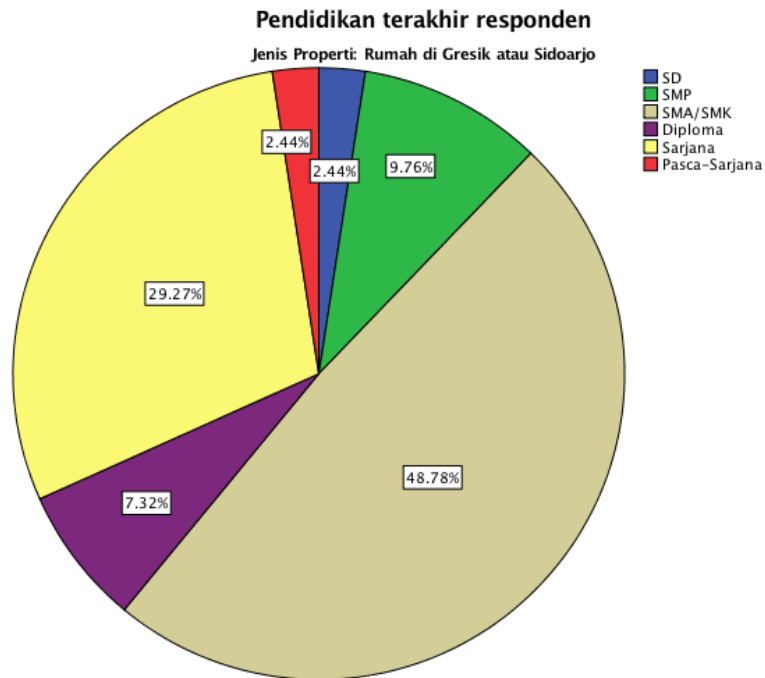


Gambar 4.2. Proporsi Usia Responden yang Membeli Apartemen Kelas Menengah Bawah di Surabaya

4.2.2 Pendidikan

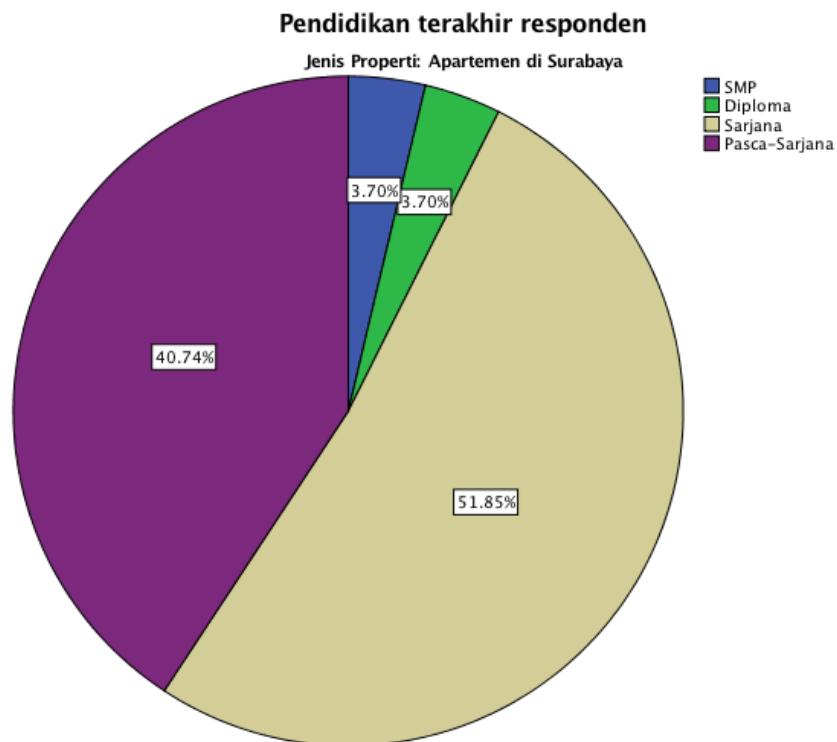
Data yang didapat dari hasil penelitian ini mengenai pendidikan terakhir responden dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Dari gambar 4.3 dapat dilihat bahwa pendidikan terakhir responden yang membeli rumah kelas menengah bawah di Gresik atau Sidoarjo adalah mayoritas SMA/SMK (48.8 %) dan diikuti oleh Sarjana (29.3 %). Sedangkan hanya terdapat 7.3 % responden yang berpendidikan Diploma, 9.8 % berpendidikan SMP, sedangkan terdapat 2.4 % berpendidikan SD dan Pasca-Sarjana.



Gambar 4.3. Proporsi Pendidikan Terakhir Responden yang Membeli Rumah Kelas Menengah Bawah di Gresik atau Sidoarjo

Dapat dilihat gambar 4.4 dibawah bahwa mayoritas responden yang membeli apartemen kelas menengah bawah di Surabaya berpendidikan Sarjana (51.9 %) kemudian Pasca-Sarjana (40.7 %). Namun sebaliknya hanya terdapat masing-masing 3.7 % responden yang berpendidikan SMP dan Diploma. Dari data tersebut terlihat bahwa pendidikan konsumen apartemen kelas menengah bawah di Surabaya relatif lebih tinggi.

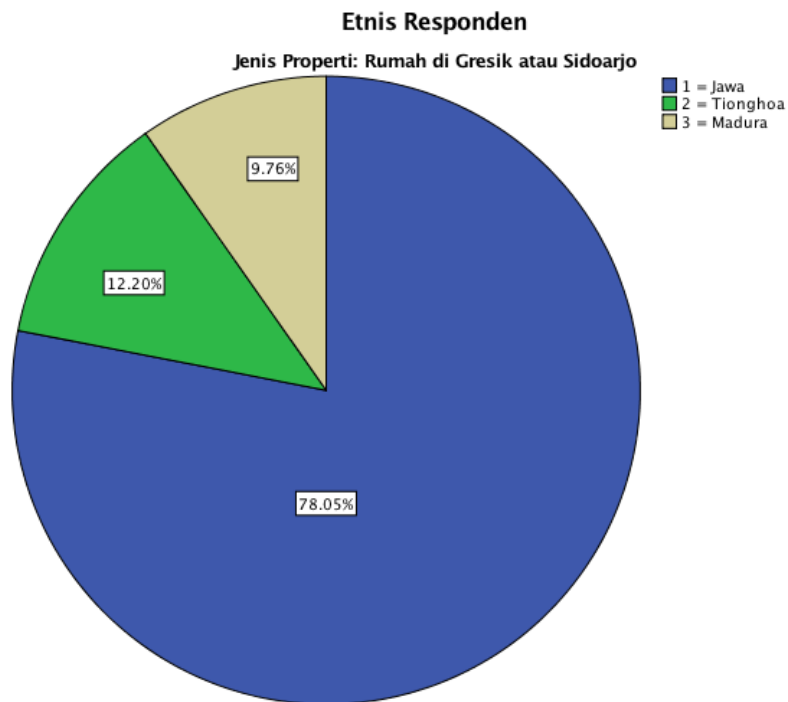


Gambar 4.4. Proporsi Pendidikan Terakhir Responden yang Membeli Apartemen Kelas Menengah Bawah di Surabaya

4.2.3 Etnis

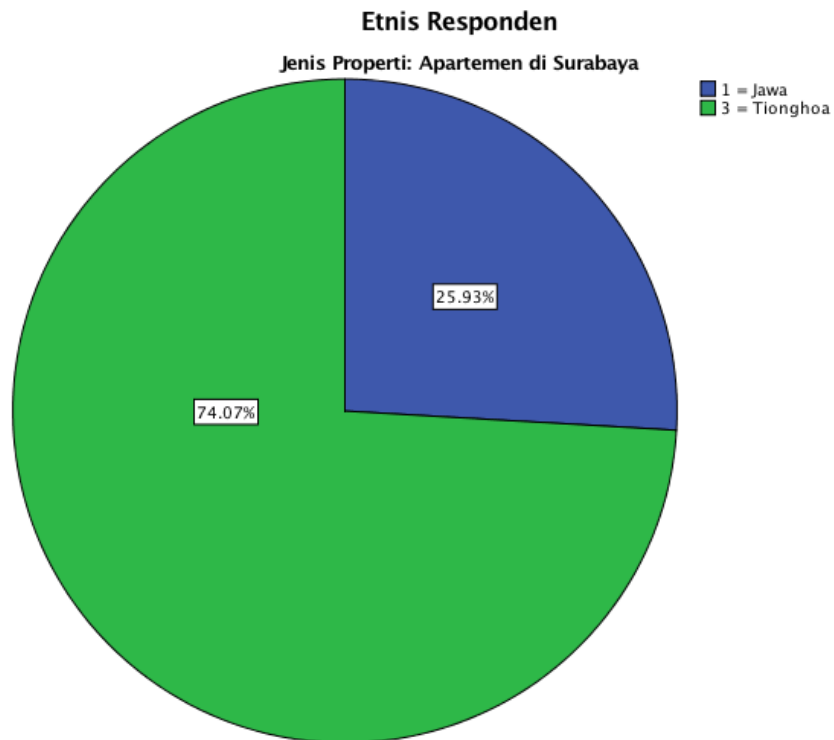
Data etnis responden yang mengikuti penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Dari gambar 4.5 dapat dilihat bahwa etnis mayoritas pembeli rumah kelas menengah bawah di Gresik dan Sidoarjo adalah Jawa dengan presentase 78 % lalu diikuti oleh etnis Tionghoa (12.2 %) dan Madura (9.8 %). Etnis lain seperti Sunda/betawi dan etnis-etnis lainnya tidak ditemukan.



Gambar 4.5. Proporsi Etnis Responden yang Membeli Rumah Kelas Menengah Bawah di Gresik atau Sidoarjo

Gambar 4.6 menunjukkan bahwa etnis responden yang membeli apartemen kelas menengah bawah didominasi oleh etnis Tionghoa (74.1 %) dan diikuti oleh etnis Jawa (25.9 %). Etnis jenis lain seperti Madura dan Sunda/Betawi tidak ditemukan pada kelompok konsumen yang membeli apartemen kelas menengah bawah di Surabaya.

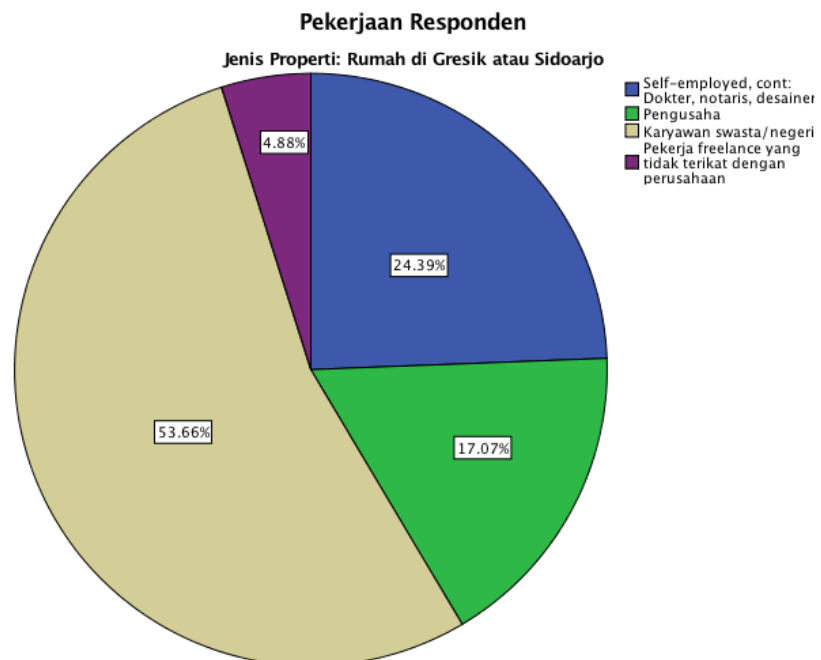


Gambar 4.6. Proporsi Etnis Responden yang Membeli Apartemen Kelas Menengah Bawah di Surabaya

4.2.4 Jenis Pekerjaan

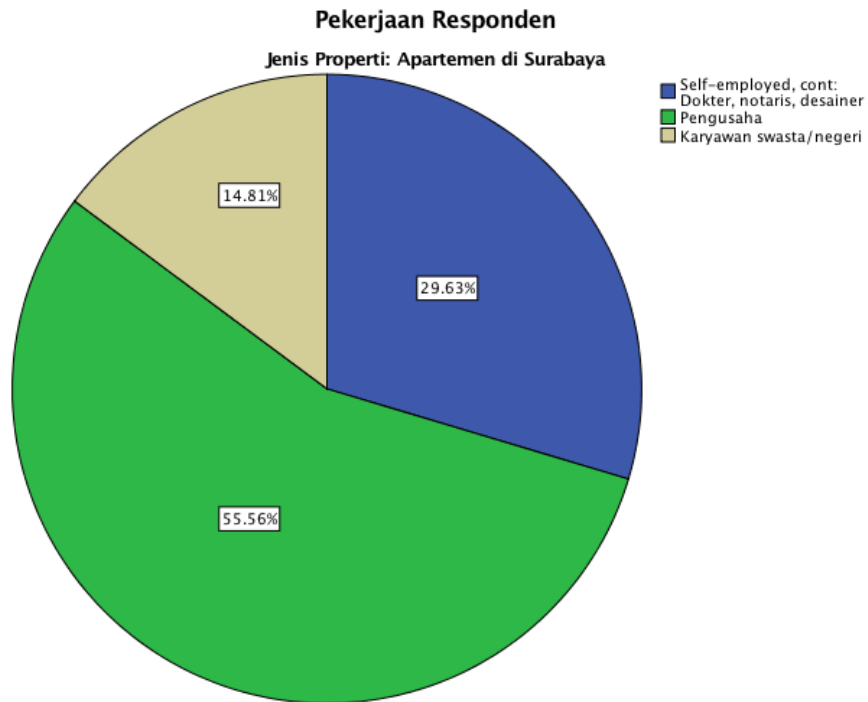
Pada penelitian ini dapat dilihat jenis pekerjaan responden untuk masing-masing jenis properti yang ada.

Gambar 4.7 dibawah ini menunjukkan bahwa jenis pekerjaan yang paling sering ditemukan pada responden yang membeli rumah kelas menengah bawah di Gresik dan Sidoarjo adalah karyawan swasta/negeri (53.7 %) dan self-employed (24.4 %). Sedangkan responden yang berprofesi sebagai pengusaha terdapat 17.1%, sedangkan pekerja freelance yang tidak terikat dengan perusahaan hanya terdapat 4.9 %.



Gambar 4.7. Proporsi Pekerjaan Responden yang Membeli Rumah Kelas Menengah Bawah di Gresik atau Sidoarjo

Dari gambar 4.8 dibawah terlihat jelas bahwa mayoritas jenis pekerjaan responden yang membeli apartemen kelas menengah bawah di Surabaya adalah pengusaha (55.6 %) kemudian self-employed (29.6 %) dan terakhir karyawan swasta/negeri (14.8 %). Sedangkan responden yang bekerja sebagai pekerja freelance yang tidak terikat dengan perusahaan hanya terdapat 4.88 %.

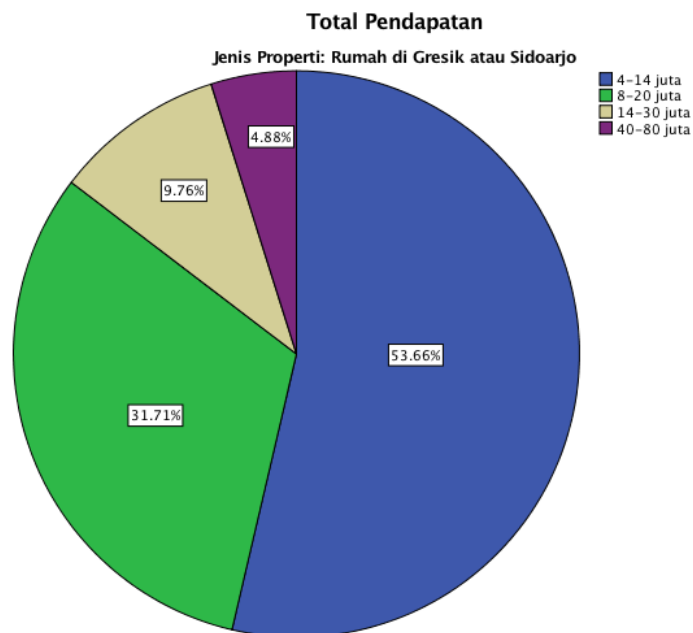


Gambar 4.8. Proporsi Pekerjaan Responden yang Membeli Apartemen Kelas Menengah Bawah di Surabaya

4.2.5 Pendapatan

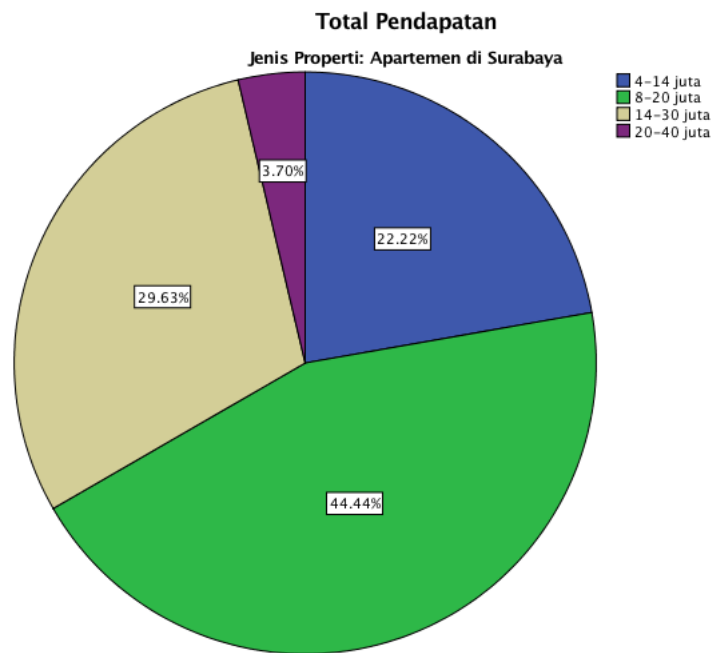
Pada bagian ini akan disajikan data pendapatan per bulan responden yang membeli rumah kelas menengah bawah di Gresik dan Sidoarjo.

Dari gambar 4.9 dibawah dapat dilihat bahwa mayoritas pembeli rumah kelas menengah bawah di Gresik dan Sidoarjo berpenghasilan 4-14 juta (53.7 %). Responden yang berpenghasilan 8-20 juta terdapat 31.7 %, lalu 9.8 % responden berpenghasilan 14-30 juta. Sedangkan hanya terdapat 4.9 % responden yang berpenghasilan 40-80 juta.



Gambar 4.9. Proporsi Pendapatan per Bulan Responden yang Membeli Rumah Kelas Menengah Bawah di Gresik atau Sidoarjo

Pada gambar 4.10 tertera bahwa jumlah terbanyak pada kelompok responden yang membeli apartemen kelas menengah bawah di Surabaya adalah responden berpenghasilan 8-20 juta rupiah dengan presentase 44.4 %. Responden berpenghasilan 14-30 juta tercatat 29.6 %, 4-14 juta terdapat 22.2 %, dan 20-40 juta terhitung 3.7 % jumlahnya.

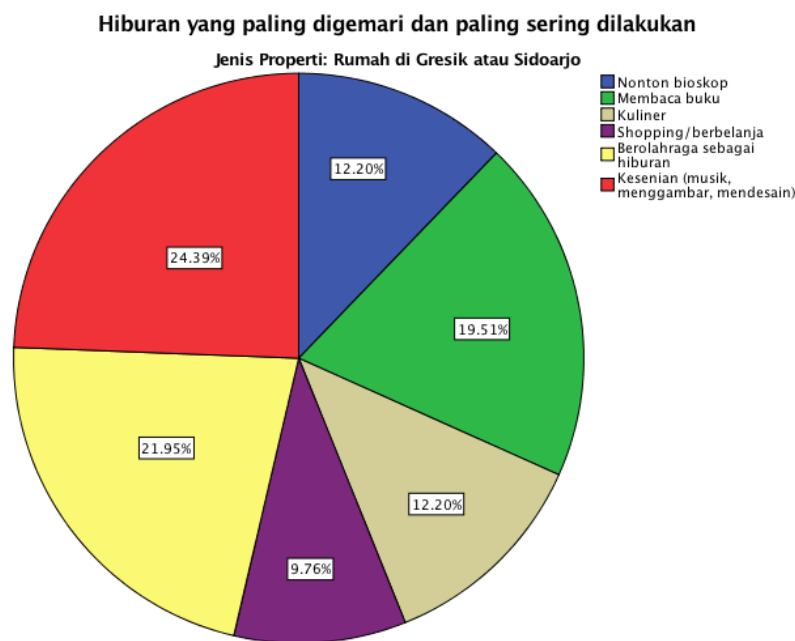


Gambar 4.10. Proporsi Pendapatan per Bulan Responden yang Membeli Apartemen Kelas Menengah Bawah di Surabaya

4.2.6 Preferensi Hiburan

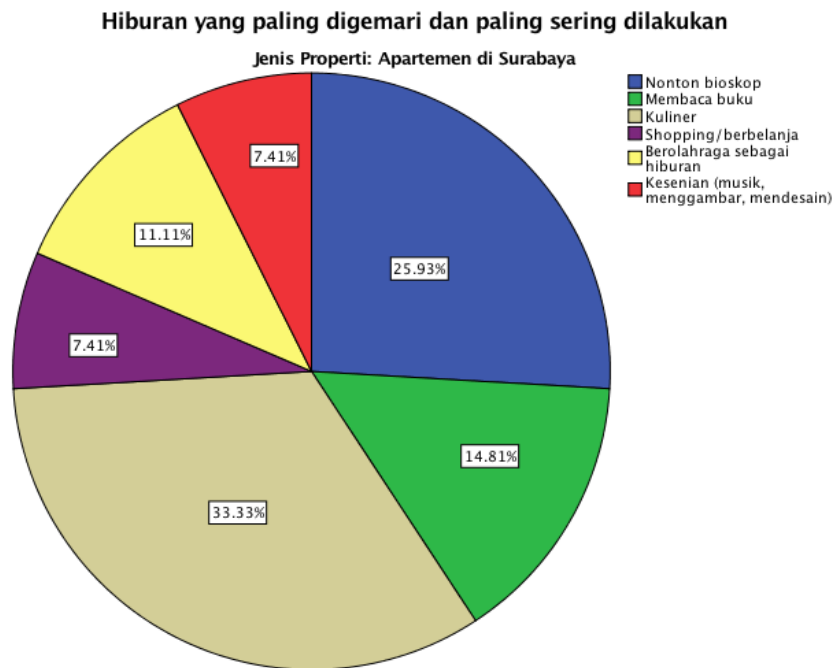
Pada bagian ini akan ditampilkan data preferensi hiburan responden yang membeli rumah kelas menengah bawah di Gresik dan Sidoarjo.

Pada gambar 4.11 di bawah responden yang membeli rumah kelas menengah bawah di Gresik dan Sidoarjo memiliki preferensi hiburan yang mayoritas kesenian (24.4 %), berolahraga (22.0 %), membaca buku (19.5 %), nonton bioskop (12.2 %), kuliner (12.2 %), dan shopping/berbelanja (9.8 %).



Gambar 4.11. Proporsi Preferensi Hiburan Responden yang Membeli Rumah Kelas Menengah Bawah di Gresik atau Sidoarjo

Pada gambar 4.12 dapat dilihat bahwa mayoritas preferensi hiburan responden yang membeli apartemen kelas menengah bawah di Surabaya adalah kuliner (33.3 %), nonton bioskop (25.9 %), membaca buku (14.8 %), berolahraga (11.1 %), shopping (7.4 %), dan kesenian (7.4 %).



Gambar 4.12. Proporsi Preferensi Hiburan Responden yang Membeli Apartemen Kelas Menengah Bawah di Surabaya

4.3 Uji Data

Setelah data dari hasil kuesioner dikumpulkan, maka perlu dilakukan suatu pengujian untuk membuktikan bahwa data tersebut *valid* dan *reliable* untuk dianalisa atau diteliti. Oleh karena itu, pada bagian ini akan dilakukan uji validitas dan reliabilitas.

4.3.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sejauh mana keakuratan, ketepatan, dan kecermatan suatu alat ukur atau indikator dalam menjalankan fungsinya (Azwar, 2007). Suatu instrumen pengukur atau indikator dapat dikatakan mempunyai nilai validitas yang tinggi bila indikator tersebut menjalankan fungsi ukurnya sesuai dengan tujuan yang dimaksud. Namun suatu indikator yang memiliki nilai validitas rendah tidak dapat dijadikan alat ukur yang tepat untuk mencapai tujuan suatu penelitian.

Penelitian ini menggunakan *software IBM SPSS v.24* untuk mengetahui nilai *Corrected Item-Total Correlation* dan menentukan valid tidaknya indikator-indikator tersebut. Tinggi tidaknya nilai *Corrected Item-Total Correlation* akan menentukan validitas suatu indikator. Nilai yang akan dihitung tersebut akan dibandingkan dengan standard nilai *r-value* pada tabel statistic. Jika nilai *Corrected Item-Total Correlation* tersebut lebih tinggi dari nilai *r-value* yang ditentukan maka indikator tersebut dinyatakan valid. Namun jika nilainya terhitung lebih rendah dari *r-value*, maka indikator tersebut tidak valid.

Pada penelitian ini terdapat 68 sample data atau responden dan nilai α atau tingkat *significany* yang digunakan adalah 10 % sehingga nilai *r-tabel* yang akan dijadikan acuan adalah 0.2012. Pada tabel 4.13 dibawah dapat kita lihat bahwa semua indikator yang diuji mempunyai nilai *Corrected Item-Total Correlation* di atas nilai *r-value* (0.2012) sehingga indikator-indikator dibawah dinyatakan valid. Tingkat signifikansi untuk penelitian ini adalah 10%, seperti pernyataan Fisher (1950) bahwa tidak ada standard tingkat signifikasnsi yang menjadi acuan untuk setiap penelitian, masing-masing penelitian memiliki karakter dan tujuan yang berbeda-beda sehingga tingkat signifikansi bisa bervariasi.

Tabel 4.2. Hasil Uji Validitas Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian

| Uji Validitas | | | |
|---|-----------------------------------|---------|------------|
| Faktor Produk - Lokasi | | | |
| Variabel | <i>Corrected Item Correlation</i> | r tabel | Keterangan |
| Jarak dari rumah/apartemen yang anda beli menuju tempat kerja, sarana pendidikan, kesehatan, dan perbelanjaan | 0.491 | 0,2012 | Valid |
| Lebar jalan, kualitas jalan, dan kemudahan akses dari jalan besar menuju rumah/apartemen yang anda beli | 0.49 | 0,2012 | Valid |
| Faktor Produk – Kualitas Bangunan | | | |
| Jenis dan spesifikasi rangka atap | 0.316 | 0,2012 | Valid |
| Keawetan finisihing (contoh: cat dinding/keramik lantai) rumah/apartemen | 0.476 | 0,2012 | Valid |
| Ketahanan rumah/apartemen terhadap kebocoran | 0.247 | 0,2012 | Valid |
| Kualitas dan jenis kusen pintu & jendela, dan daun pintu | 0.521 | 0,2012 | Valid |
| Kualitas, jenis, dan merek produk sanitary (contoh: kloset, wastafel, dan shower) | 0.314 | 0,2012 | Valid |
| Faktor Produk - PSU | | | |
| Keberadaan dan kualitas jalan untuk pejalan kaki pada lingkungan rumah/apartemen yang dibeli | 0.642 | 0,2012 | Valid |
| Kualitas drainase yang berpengaruh terhadap banjir pada lingkungan rumah/apartemen yang dibeli | 0.486 | 0,2012 | Valid |
| Tingkat penerangan jalan pada lingkungan rumah/apartemen yang dibeli | 0.634 | 0,2012 | Valid |
| Keberadaan sarana olahraga, rekreasi, pendidikan, taman, dan tempat ibadah | 0.676 | 0,2012 | Valid |
| Tingkat kelancaran pasokan air ke dalam rumah/apartemen | 0.647 | 0,2012 | Valid |
| Faktor Pengembang – Reputasi | | | |
| Familiarity atau ketenaran nama pengembang sebagai pertimbangan membeli rumah/apartemen | 0.502 | 0,2012 | Valid |
| Jumlah/kualitas proyek yang sudah dibangun pengembang di masa lalu sebagai pertimbangan membeli rumah/apartemen | 0.503 | 0,2012 | Valid |
| Faktor Pengembang – Tren dan Profesionalisme | | | |
| Tingkat profesionalisme pengembang, contoh: ketepatan janji, kerapian kantor, penampilan dan cara bicara staff | 0.356 | 0,2012 | Valid |
| Tema desain rumah/apartemen untuk mengikuti perkembangan desain terbaru masa kini terhadap keputusan pembelian | 0.356 | 0,2012 | Valid |
| Faktor Pengembang – Media Periklanan | | | |
| Kualitas iklan yang diterbitkan pengembang (contoh: brosur yang menarik) terhadap keputusan pembelian rumah/apartemen | 0.52 | 0,2012 | Valid |
| Frekuensi munculnya iklan produk properti tersebut | 0.521 | 0,2012 | Valid |

4.3.2 Uji Reliabilitas

Setelah melakukan uji validitas maka tahap selanjutnya adalah melakukan uji reliabilitas. Uji reliabilitas bertujuan untuk membuktikan apakah suatu alat ukur dapat digunakan secara konsisten dengan akurat. Sama halnya dengan uji validitas di atas, uji reliabilitas ini juga dijalankan menggunakan *software IBM SPSS v.24* untuk menghitung nilai *cronbach alpha*. Nilai *cronbach alpha* ini digunakan untuk mengukur apakah variabel-variabel penelitian *reliable*. Jika nilai tersebut di atas 0.40 maka variabel tersebut dinyatakan *reliable*. Nilai yang digunakan untuk perbandingan ini dapat dilihat pada tabel 4.14 dibawah (Ruseffendi, 2005).

Tabel 4.3. Pengukuran Nilai *Conbrach Alpha*

| Nilai Cronbach Alpha | Interpretasi |
|-----------------------------------|---------------|
| Cronbach Alpha < 0.20 | Sangat rendah |
| $0,20 \leq$ Cronbach Alpha < 0.40 | Rendah |
| $0.40 \leq$ Cronbach Alpha < 0.70 | Sedang |
| $0,70 \leq$ Cronbach Alpha < 0,89 | Tinggi |
| $0.90 \leq$ Cronbach Alpha < 1.00 | Sangat tinggi |

Dari hasil perhitungan nilai *conbrach alpha* pada tabel 4.15, maka dapat dibuktikan bahwa variabel-variabel yang akan diuji pada penelitian ini layak digunakan sebagai alat ukur yang *reliable*, konsisten dan akurat. Terdapat 1 faktor yakni faktor produk (subfaktor PSU) yang bernilai tinggi dengan nilai *conbrach alpha* 0.816. Semua variabel yang lainnya memiliki tingkat reliabilitas sedang yakni faktor produk dengan subfaktor lokasi memiliki nilai 0.655, subfaktor kualitas bangunan dengan nilai 0.611, sedangkan faktor pengembang dengan subfaktor reputasi pengembang memiliki nilai 0.669, subfaktor tren dan profesionalisme dengan nilai 0.523, dan subfaktor media periklanan bernilai 0.679.

Tabel 4.4. Hasil Uji Reliabilitas Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian

| Faktor Produk – Lokasi | | |
|--|----------------------------|---------------------|
| <i>Cronbach Alpha</i> | <i>Min. Cronbach Alpha</i> | Kesimpulan |
| 0.655 | 0.4 | Reliabilitas sedang |
| Faktor Produk – Kualitas Bangunan | | |
| 0.611 | 0.4 | Reliabilitas sedang |
| Faktor Produk – PSU | | |
| 0.816 | 0.4 | Reliabilitas tinggi |
| Faktor Pengembang – Reputasi | | |
| 0.669 | 0.4 | Reliabilitas sedang |
| Faktor Pengembang – Tren dan Profesionalisme | | |
| 0.523 | 0.4 | Reliabilitas Sedang |
| Faktor Pengembang – Media Periklanan | | |
| 0.679 | 0.4 | Reliabilitas sedang |

4.4 Analisa Regresi Logistik

Analisa regresi logistik digunakan untuk mencari tahu dan menghitung nilai koefisien variabel independen (X) yang mempengaruhi variabel dependen (Y). Dalam penelitian ini akan diuji satu *dependent variable* (Y) dengan lima *independent variables* (X).

Berikut adalah variabel-variabel tersebut:

- X1 = Usia
- X2 = Pendidikan
- X3 = Pendapatan
- X4 = Faktor Produk
- X5 = Faktor Pengembang
- Y = Jenis properti yang dibeli (1: Apartemen di Surabaya; 2: Rumah di Gresik atau sidoarjo)

Tabel 4.5. Model Summary

| Step | -2 Log likelihood | Cox & Snell R Square | Nagelkerke R Square |
|------|---------------------|----------------------|---------------------|
| 1 | 25.204 ^a | .622 | .842 |

Dapat dilihat dari tabel 4.16 bahwa nilai Nagelkerke R Square adalah 0.842. Nilai tersebut menunjukkan bahwa kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen adalah sebesar 84.2% dengan kata lain kelima faktor independen di atas (usia, pendidikan, pendapatan, faktor produk, dan faktor pengembang) merepresentasikan 84.2% dalam memprediksi nilai Y atau variabel dependennya. Sedangkan sisanya yakni 15.8% dapat dijelaskan oleh faktor-faktor independen lain diluar model.

Berikut akan dilakukan uji Hipotesis untuk penelitian ini yaitu:

- H_0 = Tidak ada pengaruh antara tingkat kepentingan tiga faktor utama (faktor konsumen, produk, dan pengembang) terhadap keputusan pembelian rumah di Gresik atau Sidoarjo dengan Apartemen di Surabaya
- H_1 = Ada pengaruh antara tingkat kepentingan tiga faktor utama (faktor konsumen, produk, dan pengembang) terhadap keputusan pembelian rumah di Gresik atau Sidoarjo dengan Apartemen di Surabaya

Tabel 4.6. Pengujian Masing-Masing Koefisien

| | B | S.E. | Wald | df | Sig. | Exp(B) | 95% C.I.for EXP(B) | |
|------------------------|--------|-------|--------|----|-------|-------------|--------------------|-------|
| | | | | | | | Lower | Upper |
| Usia (X1) | 0.362 | 0.79 | 0.21 | 1 | 0.647 | 1.436 | 0.305 | 6.76 |
| Pendidikan (X2) | -1.098 | 0.536 | 4.201 | 1 | 0.04 | 0.333 | 0.117 | 0.953 |
| Pendapatan (X3) | 0.652 | 1.382 | 0.223 | 1 | 0.637 | 1.92 | 0.128 | 28.78 |
| Faktor Produk (X4) | -2.273 | 2.341 | 0.942 | 1 | 0.332 | 0.103 | 0.001 | 10.14 |
| Faktor Pengembang (X5) | -5.029 | 1.859 | 7.318 | 1 | 0.007 | 0.007 | 0 | 0.25 |
| Constant | 32.742 | 9.857 | 11.034 | 1 | 0.001 | 1.65872E+14 | | |

Dari tabel 4.6 maka didapatkan persamaan regresi logistik sebagai berikut:

Tabel 4.8. Analisa Deskriptif Faktor Konsumen Rumah Menengah Bawah di Gresik dan Sidoarjo

| | | | | | | |
|--------------------------------|-------------------|-----------------|--------------|------------------|-------------|-------------------------|
| | 1-2 thn terakhir | 3-4 thn lalu | 5-6 thn lalu | | | |
| Tahun pembelian | 12.20% | 41.50% | 31.70% | | | |
| | Ya | Tidak | | | | |
| First home buyer | 68.30% | 31.70% | | | | |
| | Jawa | Madura | Tionghoa | Sunda/ Betawi | Lainnya | |
| Etnis Responden | 78.00% | 9.80% | 12.20% | 0.00% | 0.00% | |
| | Nonton Bioskop | Membaca Buku | Kuliner | Shopping | Berolahraga | Kesenian (Musik dll) |
| Hiburan paling digemari | 12.20% | 19.50% | 12.20% | 9.80% | 22.00% | 24.40% |
| | SD | SMP | SMA/SMK | Diploma | Sarjana | Pasca-Sarjana |
| Pendidikan | 2.40% | 9.80% | 48.80% | 7.30% | 29.30% | 2.40% |

Pada tabel 4.8 dapat dilihat bahwa usia pembeli rumah di Gresik atau Sidoarjo rata-rata adalah 2.83 dimana nilai 3 mewakili kelompok usia 36-45 tahun. Rata-rata pendapatan konsumen adalah 1.83 (sekitar 12.5 juta per bulan). Pada tabel 4.19 ada banyak dari konsumen (41.5%) yang membeli rumah 3-4 tahun lalu dan (31.70%) membelinya 5-6 tahun lalu. Terdapat 68.3% konsumen yang termasuk sebagai *first home buyer* dan etnis konsumen yang paling banyak ditemui adalah Jawa (78%). Hiburan yang paling digemari konsumen adalah kesenian (24.4%), berolahraga (22%) dan membaca buku (19.5%). Sedangkan 48.80% konsumen rumah kelas menengah bawah di Gresik atau Sidoarjo berpendidikan SMA/SMK.

Tabel 4.9. Analisa Mean Faktor Produk dan Pengembang (Rumah Menengah Bawah di Gresik atau Sidoarjo)

| Descriptive Statisticsa | | | | | |
|--|----|------|------|--------|----------------|
| | N | Min | Max | Mean | Std. Deviation |
| Subfaktor Lokasi | 41 | 3 | 5 | 3.7317 | 0.41979 |
| Subfaktor Kualitas Produk | 41 | 3.4 | 4.6 | 4.1415 | 0.34422 |
| Subfaktor PSU | 41 | 3.4 | 5 | 3.839 | 0.30731 |
| FAKTOR PRODUK | 41 | 3.53 | 4.53 | 3.9032 | 0.229 |
| Subfaktor Reputasi Pengembang | 41 | 3 | 5 | 3.4146 | 0.41687 |
| Subfaktor Trend dan Profesionalisme | 41 | 3 | 5 | 3.7683 | 0.48859 |
| Subfaktor media periklanan | 41 | 3 | 4.5 | 3.3415 | 0.36123 |
| FAKTOR PENGEMBANG | 41 | 3.17 | 4.5 | 3.5068 | 0.33089 |
| Valid N (listwise) | 41 | | | | |

Tabel 4.10. Analisa Deskriptif Jenis Media Iklan (Rumah Menengah Bawah di Gresik atau Sidoarjo)

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Broker/agen properti | 10 | 24.4 | 24.4 | 24.4 |
| | Teman/kerabat/saudara | 14 | 34.1 | 34.1 | 58.5 |
| | Koran | 4 | 9.8 | 9.8 | 68.3 |
| | Radio | 4 | 9.8 | 9.8 | 78.0 |
| | Pameran Properti | 6 | 14.6 | 14.6 | 92.7 |
| | Lainnya | 3 | 7.3 | 7.3 | 100.0 |

Tabel 4.10 menunjukkan bahwa rata-rata nilai kepentingan faktor produk adalah 3.90 sedangkan faktor pengembang 3.50. Maka dapat dikatakan bahwa konsumen rumah menengah bawah di Gresik atau Sidoarjo lebih mengutamakan faktor produk dibanding faktor pengembang. Pada faktor produk konsumen sangat mengutamakan kualitas produk (4.14) lalu PSU (3.84) kemudian lokasi (3.73). Sedangkan untuk faktor pengembang yang terpenting adalah trend & profesionalisme (3.77), reputasi pengembang (3.41), kemudian media periklanan (3.34). Sedangkan jenis media iklan yang paling sering digunakan adalah teman/kerabat/saudara (34.1%) dan broker/agen properti (24.4%).

Tabel 4.11. Analisa Mean Faktor Konsumen Apartemen Menengah Bawah di Surabaya

| Descriptive Statistics | | | | | |
|-------------------------|----|-----|-----|--------|----------------|
| | N | Min | Max | Mean | Std. Deviation |
| Usia responden | 27 | 1 | 4 | 2.22 | 0.801 |
| Total Pendapatan | 27 | 1.5 | 3 | 2.0741 | 0.40912 |

4.12. Analisa Deskriptif Faktor Konsumen Apartemen Menengah Bawah di Surabaya

| | 1-2 thn terakhir | 3-4 thn lalu | 5-6 thn lalu | | | |
|--------------------------------|-------------------|-----------------|--------------|------------------|-------------|-------------------------|
| Tahun pembelian | 44.40% | 37.00% | 18.50% | | | |
| | Ya | Tidak | | | | |
| First home buyer | 44.40% | 55.60% | | | | |
| | Jawa | Madura | Tionghoa | Sunda/ Betawi | Lainnya | |
| Etnis Responden | 25.90% | 0.00% | 74.10% | 0.00% | 0.00% | |
| | Nonton Bioskop | Membaca Buku | Kuliner | Shopping | Berolahraga | Kesenian (Musik dll) |
| Hiburan paling digemari | 25.90% | 14.80% | 33.30% | 7.40% | 11.10% | 7.40% |
| | SD | SMP | SMA/SMK | Diploma | Sarjana | Pasca-Sarjana |
| Pendidikan | 0% | 3.70% | 0% | 3.70% | 51.90% | 40.70% |

Pada tabel 4.12 di atas dapat dilihat bahwa usia pembeli Apartemen menengah bawah di Surabaya rata-rata adalah 2.22 dimana nilai 2 mewakili kelompok usia 26-35 tahun. Sedangkan banyak dari konsumen (44%) yang membeli apartemen mereka 1-2 tahun terakhir dan (37%) membelinya 3-4 tahun lalu. Hanya terdapat 44.4% konsumen yang termasuk sebagai *first home buyer* dan etnis konsumen yang paling banyak ditemui adalah Tionghoa (74.1%). Hiburan yang paling digemari konsumen adalah kuliner (33.3%) dan nonton bioskop (25.9%). Lalu pendidikan konsumen apartemen kelas menengah bawah di Surabaya adalah mayoritas Sarjana (51.90%) dan Pasca-Sarjana (40.70%).

Tabel 4.13. Analisa Mean Faktor Produk dan Pengembang (Apartemen Menengah Bawah di Surabaya)

| Descriptive Statisticsa | | | | | |
|--|----|------|------|--------|----------------|
| | N | Min | Max | Mean | Std. Deviation |
| Subfaktor Lokasi | 27 | 3.5 | 5 | 4.6852 | 0.41944 |
| Subfaktor Kualitas Produk | 27 | 3.4 | 4.8 | 3.8667 | 0.33741 |
| Subfaktor PSU | 27 | 3.8 | 5 | 4.6593 | 0.2707 |
| FAKTOR PRODUK | 27 | 3.7 | 4.63 | 4.3911 | 0.18525 |
| Subfaktor Reputasi Pengembang | 27 | 4 | 5 | 4.3889 | 0.32026 |
| Subfaktor Trend dan Profesionalisme | 27 | 4 | 5 | 4.463 | 0.33758 |
| Subfaktor media periklanan | 27 | 2.5 | 5 | 4.1667 | 0.5547 |
| FAKTOR PENGEMBANG | 27 | 3.67 | 4.83 | 4.3385 | 0.25931 |
| Valid N (listwise) | 27 | | | | |

Tabel 4.14. Analisa Deskriptif Media Periklanan (Apartemen Menengah Bawah di Surabaya)

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Broker/agen properti | 12 | 44.4 | 44.4 | 44.4 |
| | Teman/kerabat/saudara | 4 | 14.8 | 14.8 | 59.3 |
| | Koran | 2 | 7.4 | 7.4 | 66.7 |
| | Internet | 5 | 18.5 | 18.5 | 85.2 |
| | Pameran Properti | 4 | 14.8 | 14.8 | 100.0 |

Faktor produk dan faktor pengembang memiliki tingkat kepentingan yang hampir sama untuk konsumen apartemen kelas menengah bawah di Surabaya. Pada faktor produk konsumen sangat mengutamakan lokasi (4.69) lalu PSU (4.66), kemudian kualitas produk (3.87). Sedangkan untuk faktor pengembang yang terpenting adalah trend & profesionalisme (4.46), reputasi pengembang (4.39), kemudian media periklanan (4.17). Sedangkan jenis media iklan yang paling sering digunakan adalah broker/agen properti (44.4%) dan internet (18.5%).

Tabel 4.15. Analisa Lengkap Semua Faktor

| | | | Rumah menengah bawah di Gresik/Sidoarjo | | Apartemen menengah bawah di Surabaya | |
|--------------------------|------------------------|------------|---|-------------------------|--------------------------------------|--------------------------|
| | | | Rata-Rata/frek. terbanyak | Penjelasan | Rata-Rata/frek. terbanyak | Penjelasan |
| Faktor Konsumen | Identitas | Usia | 2.83 | Avg. 38 tahun | 2.22 | Avg. 33 tahun |
| | | Pendidikan | 48.80% 29.30% | SMA Sarjana | 51.90% 40.70% | Sarjana Pasca-Sarjana |
| | | Etnis | Jawa | 78% etnis Jawa | Tionghoa | 74.10% |
| | Pekerjaan & pendapatan | Pekerjaan | Karyawan dan <i>Self-employed</i> | (54.7%) dan (24.4%) | Pengusaha dan <i>Self-employed</i> | (55.6%) dan (29.6%) |
| | | Pendapatan | 1.83 | Avg. 12.47 juta/bulan | 2.07 | Avg. 15.25 juta/bulan |
| | Preferensi Hiburan | Hobi | Kesenian, olahraga, membaca | (24.4%), (22%), (19.5%) | Kuliner dan nonton bioskop | (33.3%) dan (25.9%) |
| | | | Ranking | Nilai | Ranking | Nilai |
| Faktor Produk | Lokasi | | 4 | 3.73 | 1 | 4.69 |
| | Kualitas Produk | | 1 | 4.14 | 6 | 3.87 |
| | PSU | | 2 | 3.84 | 2 | 4.66 |
| Faktor Pengembang | Reputasi | | 5 | 3.41 | 4 | 4.39 |
| | Tren & Profesionalisme | | 3 | 3.77 | 3 | 4.46 |
| | Media Periklanan | | 6 | 3.34 | 5 | 4.17 |
| | Jenis Media Iklan | | Teman/kerabat/saudara; agen properti | (34.1%); (24.4%) | Agen properti; internet | (44.4%); (18.5%) |

Tabel 4.15 di atas menunjukkan secara lengkap perbandingan semua faktor untuk kedua jenis properti yang diteliti.

4.6 Pembahasan Hasil Analisa Data

Dapat dilihat bahwa terdapat banyak perbedaan baik pada faktor konsumen, faktor produk, dan faktor pengembang. Responden yang membeli apartemen kelas menengah bawah di Surabaya mementingkan lokasi dan PSU namun mengesampingkan kualitas produk. Hal ini dikarenakan konsumen apartemen yang kebanyakan pengusaha, berusia lebih muda dan gemar kuliner ataupun nonton bioskop, sehingga lokasi dianggap penting untuk memperoleh mobilitas tinggi dan akses singkat ke berbagai *shopping mall*. Sesuai dengan tabel 4.23 bahwa 55.6% responden apartemen kelas menengah bawah di Surabaya bukan *first-home buyer* sehingga banyak dari mereka membeli dengan tujuan investasi. Sedangkan kualitas bangunan gedung tinggi bukan menjadi masalah karena sudah ada standard kualitas tersendiri dari pemerintah untuk jenis

bangunan ini dan kontraktor gedung tinggi memiliki kualifikasi yang lebih khusus.

Sesuai dengan penelitian Kwanda, Rahardjo, dan Wibowo (2003) responden yang membeli rumah kelas menengah bawah lebih mengutamakan kualitas produk. Jumlah kontraktor rumah tentu lebih banyak dibanding gedung tinggi, dan kualifikasinya tidak seketat gedung tinggi. Oleh karena itu, kualitas bangunan menjadi faktor yang penting. Lokasi bukan menjadi masalah utama karena dengan batasan harga tersebut (dibawah 500 juta rupiah) sangat sulit mendapatkan rumah tinggal di kota Surabaya sehingga tidak ada pilihan selain lari ke pinggiran. Selain itu hobi mereka (kesenian dan olahraga) tidak terlalu membutuhkan akses cepat menuju *entertainment centre* seperti *shopping mall*.

Analisa regresi menunjukkan bahwa ada dua faktor yang paling mempengaruhi antara keputusan pembelian rumah menengah bawah di Gresik atau Sidoarjo dengan apartemen menengah bawah di Surabaya. Kedua faktor tersebut adalah faktor pendidikan konsumen dan faktor pengembang. Hal tersebut terlihat dari tingkat pendidikan konsumen apartemen yang mayoritas Sarjana dan Pasca-Sarjana. Sedangkan pendidikan konsumen rumah menengah bawah di Gresik atau Sidoarjo adalah mayoritas SMA/SMK. Hal ini sejalan dengan penelitian Listyorini (2012) yang menyatakan bahwa identitas konsumen menentukan keputusan pembelian rumah.

Faktor pengembang mempengaruhi secara signifikan terhadap keputusan pembelian kedua kelompok konsumen tersebut. Konsumen rumah menengah bawah di Gresik atau Sidoarjo memberikan nilai yang lebih rendah terhadap tingkat kepentingan pengembang dengan rata-rata 3.51. Sedangkan konsumen apartemen menengah bawah memberikan nilai yang lebih tinggi dengan rata-rata 4.43. Hal ini dapat dijelaskan oleh beberapa hal terutama tingkat pendidikan konsumen apartemen yang lebih tinggi sehingga reputasi, tren, profesionalisme, dan media periklanan pengembang sangat mempengaruhi pembelian. Fakta bahwa lebih banyak pembeli apartemen yang bukan *first-home buyer* juga menjelaskan bahwa tujuan pembelian bisa untuk investasi. Khoirudin (2013) menyatakan bahwa investor properti wajib memperhatikan rekam jejak pengembang.