



ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN RUMAH TIPE MBR DI KABUPATEN BANTUL, YOGYAKARTA

Reny Eka Setiyowati^a, Rifki Khoirudin^b

^a Fakultas Ekonomi dan Bisnis / Prodi Ekonomi Pembangunan, reny.setiyo@gmail.com, Universitas Ahmad Dahlan

^b Fakultas Ekonomi dan Bisnis / Prodi Ekonomi Pembangunan, rifki.khoirudin@ep.uad.ac.id, Universitas Ahmad Dahlan

ABSTRAK

The MBR house is one of the government programs for low-income communities which is expected to help people have a decent place to live. Bantul Regency has the highest MBR housing construction in the Special Region of Yogyakarta Province. The purpose of this study was to determine the effect of price balance, payment system, location, environment, and promotion factors on purchasing decisions for MBR houses in Bantul Regency. The research was conducted in order to be optimally useful for consumers or developers of MBR houses. The study used primary and secondary data. The research sample used was 61 consumers of MBR houses in Bantul Regency. The method used is multiple linear regression. The results of the analysis show that of the five variables, there are only four variables that partially influence the decision to buy MBR houses in Bantul Regency, namely the price balance variable, payment system, environment, and promotion. Meanwhile, simultaneously all independent variables affect the decision to buy MBR houses in Bantul Regency. The results of the analysis of the adjusted coefficient of determination are known to be 67.1%.

Keywords: Purchase Decision, House, MBR

Abstrak

Rumah MBR merupakan salah satu program pemerintah untuk masyarakat berpenghasilan rendah yang diharapkan dapat membantu masyarakat memiliki tempat tinggal yang layak. Kabupaten Bantul memiliki pembangunan rumah MBR tertinggi di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh faktor keseimbangan harga, sistem pembayaran, lokasi, lingkungan, dan promosi terhadap keputusan pembelian rumah MBR di Kabupaten Bantul. Penelitian dilakukan agar dapat bermanfaat secara optimal bagi konsumen ataupun pengembang rumah MBR. Penelitian menggunakan data primer dan sekunder. Sampel penelitian yang digunakan sebanyak 61 konsumen rumah MBR Kabupaten Bantul. Metode yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa dari lima variabel hanya terdapat empat variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian rumah MBR di Kabupaten Bantul secara parsial, yaitu variabel keseimbangan harga, sistem pembayaran, lingkungan, dan promosi. Sedangkan, secara simultan seluruh variabel independen berpengaruh terhadap keputusan pembelian rumah MBR di Kabupaten Bantul. Hasil analisis *adjusted* koefisien determinasi diketahui sebesar 67,1%.

Kata Kunci: Keputusan Pembelian, Rumah, MBR.

1. PENDAHULUAN

Rumah adalah salah satu kebutuhan yang mendasar bagi manusia selain pangan dan sandang. Manusia membutuhkan rumah untuk tempat tinggal dan melangsungkan hidup. Menurut Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2016 rumah adalah bangunan gedung yang berfungsi sebagai tempat tinggal yang layak huni, sarana pembinaan keluarga, cerminan harkat dan martabat penghuninya, serta aset bagi pemiliknya.

Seiring waktu rumah tidak dibangun sendiri oleh namun dikembangkan oleh pengembang properti yang biasanya dibangun dengan beberapa rumah lainnya yang disebut dengan perumahan. Menurut Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2016 perumahan adalah kumpulan rumah sebagai bagian dari pemukiman, baik perkotaan atau pedesaan yang memiliki sarana, prasarana, dan utilitas umum yang sebagai hasil upaya pemenuhan rumah layak huni.

Setiap tahun kebutuhan rumah semakin meningkat, hal ini dikarenakan semakin meningkatnya jumlah penduduk (Widyasari dan Fifilia 2009). Namun hal tersebut tidak didukung penuh oleh seluruh masyarakat, terutama masyarakat yang memiliki penghasilan rendah atau MBR. Sehingga, banyak masyarakat khususnya MBR hidup di tempat tinggal yang kurang layak (Wijayanti dan Handayani 2015). Oleh sebab itu, pemerintah mencanangkan program satu juta rumah bagi masyarakat berpenghasilan rendah (MBR). Masyarakat berpenghasilan rendah akan mendapatkan keringanan atau subsidi pemerintah dalam pembelian rumah. Sehingga tidak ada batasan bagi masyarakat berpenghasilan rendah untuk memiliki rumah. Hal tersebut mengingat kembali pada Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2016 bagian 2 pasal 2, penyelenggaraan perumahan bertujuan untuk keadilan khususnya untuk MBR. Program dan peraturan mengenai penyelenggaraan perumahan MBR memiliki tujuan utama untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Azizah 2018). Rumah MBR memiliki beberapa karakteristik yang disyaratkan baik pada proses pembelian, luas lahan, harga rumah, serta batas penghasilan pembeli. Berdasarkan kemampuan kepemilikan rumah terdapat 3 segmen MBR, yaitu :

- a. MBR yang memiliki tanah atau rumah namun tidak mampu membangun atau memperbaiki rumah.
- b. MBR yang mampu membeli rumah namun untuk mengangsur KPR masih rendah.
- c. MBR yang sama sekali tidak mampu membeli rumah.

Intervensi pemerintah dalam mengatasi ketiga segmen berbeda-beda, pada MBR yang sama sekali tidak mampu membeli rumah maka pemerintah menyediakan rusunawa dan pembangunan rumah swadaya bagi MBR yang telah memiliki tanah atau rumah. Bagi MBR yang mampu membeli rumah namun kurang mampu mengangsur KPR maka pemerintah memberikan subsidi dalam bentuk fasilitas likuiditas pembiayaan perumahan (FLPP). (Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2016)

Beberapa batasan mengenai rumah MBR telah dituangkan dalam Peraturan Menteri PUPR Nomor 552/KPTS/M/2016. Batasan maksimal pendapatan MBR sebesar Rp 4.000.000,- untuk rumah tapak dan Rp 7.000.000,- untuk rumah susun. Luas untuk rumah MBR paling sempit seluas 21 m² dan tidak boleh melebihi 36m². Selain itu harga jual maksimal sudah ditetapkan oleh pemerintah. Harga jual maksimal memiliki perbedaan pada setiap provinsi dan kabupaten. Harga jual maksimal rumah tapak MBR di Kabupaten Bantul sebesar Rp 130.000.000,- per unit, sedangkan untuk satuan rumah susun paling tinggi sebesar Rp 7.300.000,-/m² dengan harga jual maksimal Rp 262.800.000,- per unit.

Pembelian perumahan MBR memiliki beberapa persyaratan yang harus diajukan. Persyaratan tersebut berupa berbagai data yang menyatakan bahwa pembeli termasuk masyarakat berpenghasilan rendah. Hal tersebut dimaksudkan agar program satu juta rumah tepat sasaran pada masyarakat berpenghasilan rendah.

Kabupaten Bantul melakukan pembangunan perumahan MBR terbesar di Provinsi DIY. Hal ini dapat dilihat dari data Basis Data Penyedia Perumahan DIY pada tahun 2017, Kabupaten Bantul membangun perumahan MBR sebanyak 427 rumah MBR dari 589 rumah MBR di Provinsi Daerah Istimewa. Hal tersebut menunjukkan lebih dari 72% pembangunan perumahan MBR dilakukan di Kabupaten Bantul dibandingkan kabupaten/kota di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. (SNVT Penyedia Perumahan DIY 2017)

Saat ini banyak pengembang yang menawarkan perumahan MBR di Kabupaten Bantul. Penawaran perumahan di Kabupaten Bantul memiliki berbagai pintu diantaranya dengan pemiliknya langsung, pengembang, ataupun broker properti. Dalam penawaran perumahan Kabupaten Bantul melalui berbagai media baik cetak, elektronik, maupun internet. Selain hal tersebut penjual dan pembeli harus memperhatikan beberapa faktor yang dapat menguntungkan dan memaksimalkan manfaat dan kepuasan bagi pembeli. Bagi penjual, penjualan merupakan ujung tombak dari berlangsungnya perusahaan. Sehingga perusahaan lebih memperhatikan lagi faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian khususnya perumahan MBR di Kabupaten Bantul. Faktor-faktor yang diteliti dalam penelitian ini diantaranya kesesuaian tingkat harga, sistem pembayaran, lokasi, lingkungan, dan promosi.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat dirumuskan lima persoalan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh tingkat kesesuaian harga terhadap pengambilan keputusan pembelian rumah MBR di Kabupaten Bantul?
2. Bagaimana pengaruh sistem pembayaran terhadap pengambilan keputusan pembelian rumah MBR di Kabupaten Bantul?
3. Bagaimana pengaruh lokasi terhadap pengambilan keputusan pembelian rumah MBR di Kabupaten Bantul?
4. Bagaimana pengaruh lingkungan terhadap pengambilan keputusan pembelian rumah MBR di Kabupaten Bantul?
5. Bagaimana pengaruh promosi terhadap pengambilan keputusan pembelian rumah MBR di Kabupaten Bantul?

Tujuan penelitian merupakan jawaban atau saran yang ingin dicapai penulis dalam sebuah penelitian. Oleh sebab itu, tujuan penelitian ini adalah: menganalisis pengaruh tingkat kesesuaian harga terhadap keputusan pembelian rumah MBR di Kabupaten Bantul.

Menganalisis pengaruh sistem pembayaran terhadap keputusan pembelian rumah MBR di Kabupaten Bantul, menganalisis pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian rumah MBR di Kabupaten Bantul, menganalisis pengaruh lingkungan terhadap keputusan pembelian rumah MBR di Kabupaten Bantul, menganalisis pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian rumah MBR di Kabupaten Bantul.

2. TINJAUAN PUSTAKA

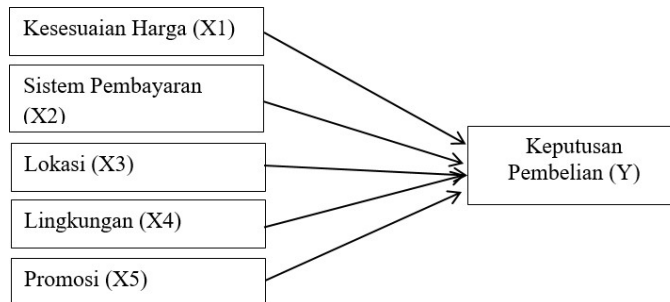
Rizky dan Yasin (2014) menyatakan bahwa harga adalah marketing mix yang harus diperhatikan dikarenakan persaingan yang sangat tajam. Keputusan penentuan harga menjadi permasalahan dari banyaknya perusahaan. Penentuan harga harus memperhatikan faktor langsung maupun tidak langsung. Sehingga penetapan harga akan sesuai dengan keinginan konsumen. Penetapan harga bertujuan untuk meningkatkan penjualan, sehingga posisi perusahaan akan tetap stabil serta akan terus berjalan. Harga yang sesuai akan menambah peluang untuk meningkatkan penjualan. Menurut Marolla (2013), sistem pembayaran adalah metode yang digunakan untuk melakukan pembayaran dalam pembelian baik secara tunai maupun cicilan. Cara pembayaran yang diterapkan dalam transaksi akan mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian. Pernyataan tersebut didukung Putra, Sulistyawati, dan Aryanti (2018), bahwa pengambilan kebijakan cara pembayaran akan mempengaruhi keputusan konsumen dalam keputusan pembelian serta jumlah produk yang akan diperjual belikan. Semakin mudah sistem pembayaran yang berlaku maka akan mempengaruhi calon konsumen untuk memutuskan pembelian perumahan.

Lokasi merupakan salah satu faktor yang harus dipertimbangkan dalam pembelian rumah. Keputusan tersebut dikarenakan lokasi akan mempengaruhi beberapa hal yang berkaitan dengan aktivitas keseharian. Lokasi menjadi pertimbangan penting dari keputusan pembelian. Lokasi yang strategis dan prestisius akan memudahkan untuk melakukan aktivitas yang mengharuskan untuk berpindah tempat. Lokasi yang semakin strategis akan menuntut harga yang lebih mahal (Rafika, Retnowati, dan Sutopo 2016). Lingkungan adalah suatu ruang yang mempengaruhi secara langsung maupun tidak langsung. Lingkungan yang baik akan mempengaruhi dalam meningkatkan keputusan pembelian rumah. Dyah Sri Wulandari, Nuril Huda, dan Siti Aliyati Albushairi (2017) mengungkapkan bahwa lingkungan yang meliputi variabel budaya dan individu mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian pada suatu produk.

Menurut Swasta dan Irawan (dalam Suprajang 2011) promosi adalah kegiatan pemasaran yang terdiri dari *personal selling*, periklanan, dan publisitas untuk mendorong pembelian konsumen dengan berbagai kegiatan diantaranya peragaan, pertunjukan, demonstrasi, pameran, dan sebagainya. Tujuan dari kegiatan promosi diantaranya menyebarkan informasi produk, mendapatkan kenaikan profit, mendapatkan pelanggan baru, menjaga kestabilan penjualan, mengunggulkan produk yang dimiliki, serta membentuk citra produk. Semakin menambah kuantitas dan kualitas promosi akan meningkatkan keputusan pembelian rumah (Tresnanda, Arifin, dan Sunarti 2014). Menurut Kotler (dalam Oetomo dan Lestari 2012) secara umum konsumen dalam melakukan keputusan pembelian memiliki beberapa faktor diantaranya adalah pengenalan kebutuhannya, pencarian informasi, evaluasi alternatif, memutuskan pembelian, serta perilaku setelah pembelian.

3. METODOLOGI PENELITIAN

Uraian dari seluruh variabel yang diangkat dalam penelitian ini, maka dapat dibuat kerangka model penelitian seperti gambar berikut:



Gambar 1
Kerangka Berpikir

Perumusan Hipotesis Penelitian

Hipotesis disusun berdasarkan teori dan kerangka berpikir yang sudah diuraikan sebelumnya, maka dari teori dan kerangka berpikir dapat disusun beberapa hipotesis sebagai berikut:

- H1 : Variabel tingkat kesesuaian harga diduga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian rumah MBR di Kabupaten Bantul.
- H2 : Variabel sistem pembayaran diduga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian rumah MBR di Kabupaten Bantul
- H3 : Variabel lokasi diduga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian rumah MBR di Kabupaten Bantul.
- H4 : Variabel lingkungan diduga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian rumah MBR di Kabupaten Bantul.
- H5 : Variabel promosi diduga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian rumah MBR di Kabupaten Bantul.

Penelitian ini adalah penelitian studi kasual. Studi kasual adalah studi untuk mengetahui hubungan variabel independen dengan variabel dependen. Data yang digunakan adalah data kualitatif dan data kuantitatif berbentuk data ordinal, pengukuran data khususnya data kuantitatif menggunakan model *likert*.

Unit analisis yang digunakan dalam penelitian adalah pasangan, dengan subjek kepala keluarga dan pasangannya. Penelitian ini menggunakan dimensi waktu *cross section*, dimana memiliki satu waktu dengan beberapa responden yang telah ditentukan jumlahnya.

Operasional variabel dari variabel independen dan variabel dependen adalah sebagai berikut :

1. Kesesuaian tingkat harga
 - a. Keterjangkauan harga pada penawaran rumah
 - b. Kesesuaian harga dengan kualitas bangunan rumah
 - c. Harga rumah cukup bersaing dengan harga rumah lainnya.
2. Sistem Pembayaran
 - a. Cara pembayaran cukup mudah
 - b. Pembelian rumah dapat dikredit
 - c. Uang muka cukup ringan
 - d. Prosedur pembelian rumah cukup mudah
3. Lokasi
 - a. Lokasi rumah dekat dengan jalan besar
 - b. Lokasi rumah dekat dengan fasilitas publik
 - c. Lokasi rumah dekat dengan tempat kerja
 - d. Lokasi perumahan mudah ditemukan.
 - e. Jalan menuju perumahan sudah beraspal.
4. Lingkungan
 - a. Area rumah/perumahan sudah banyak penduduknya
 - b. Terdapat tatanan sosial yang baik di perumahan
 - c. Lingkungan termasuk wilayah dengan tingkat kriminalitas yang rendah
 - d. Lingkungan bersih dan nyaman.
 - e. Dapat membuka usaha didalam perumahan

Analisa Keputusan Pembelian Rumah Tipe MBR di Kabupaten Bantul, Yogyakarta. (Reny Eka Setiawati, dkk)

5. Promosi
 - a. Informasi mengenai perumahan mudah didapatkan.
 - b. Mengetahui rumah dari media (elektronik, cetak, atau internet)
 - c. Pelayanan yang ramah dari penjual.
 - d. Mengetahui spesifikasi rumah sebelum pembelian.
 - e. Mengetahui informasi rumah dari orang sekitar.
 - f. Informasi melalui media mudah dipahami.
6. Keputusan Pembelian
 - a. Pembelian rumah dikarekan kebutuhan
 - b. Sebelum membeli mengumpulkan beberapa informasi mengenai rumah
 - c. Menyeleksi beberapa rumah yang dipilih sebelum memutuskan pembelian
 - d. Keputusan pembelian rumah ini adalah keputusan yang tepat

Pengukuran operasional variabel menggunakan skala *likert*. Berikut skala *likert* yang digunakan :

1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Kurang Setuju

4 = Setuju

5 = Tidak Setuju

Lokasi penelitian dilakukan di 3 perumahan MBR Kabupaten Bantul. Perumahan tersebut diantaranya adalah Bangun Graha Sedayu, Griya Argatama, dan Ndalem Triwidadi. Perumahan tersebut merupakan perumahan yang seluruh rumahnya adalah rumah MBR dan konsumen/penghuni lebih dari 50% dari total keseluruhan target pembangunan perumahan bersangkutan serta kesediaan masyarakat perumahan untuk mengisi kuesioner.

Populasi adalah seluruh unit pengamatan sebagai objek penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang memutuskan pembelian rumah MBR di Kabupaten Bantul tahun 2017. Populasi yang tercatat sebanyak 427 konsumen. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *random sampling*. Teknik *random sampling* ialah teknik pengambilan sampel secara acak tanpa memperhatikan sistematika ataupun tingkatan sampel. Penentuan jumlah sampel dalam penelitian menggunakan metode Solvin (dalam Pradana dan Reventiary 2016). Berikut rumus penentuan sampel dengan metode Solvin :

$$n = N / (1 + Ne^2)$$

Sehingga diperoleh jumlah sampel minimum sebanyak 52 sampel atau responden. Data yang digunakan dalam penelitian adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan pengisian kuesioner dan wawancara pada responden yang telah dipilih dengan daftar pertanyaan yang telah dipersiapkan terlebih dahulu. Data sekunder dari beberapa literatur yang mendukung. Beberapa literatur yang digunakan diantaranya buku Basis Data Perumahan dan Kawasan Perumahan DIY, beberapa undang-undang, serta beberapa penelitian ilmiah yang menunjang dalam penguatan latar belakang pada penelitian.

Data yang digunakan dalam penelitian adalah data kualitatif dan data kuantitatif. Data kuantitatif akan diuraikan dalam kata-kata yang telah dianalisis dari jawaban atau tanggapan dari responden. Data kuantitatif dianalisis dengan alat analisis regresi linier berganda.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Uji Realibilitas

Hasil uji realibilitas menunjukkan hasil pengukuran kehandalan dari masing-masing indikator pada variabel kuesioner. Berikut ringkasan hasil uji realibilitas dari masing-masing indikator

Tabel 1. Hasil Uji Realibilitas

Variabel	Alpha	Keterangan
Kesesuaian Harga	0,826	Reliabel
Sistem Pembayaran	0,828	Reliabel
Lokasi	0,746	Reliabel
Lingkungan	0,844	Reliabel
Promosi	0,793	Reliabel

Analisa Keputusan Pembelian Rumah Tipe MBR di Kabupaten Bantul, Yogyakarta. (Reny Eka Setiawati, dkk)

Keputusan Pembelian

0,824

Reliabel

Sumber : data diolah.

Berdasarkan uji reabilitas keseluruhan indikator dinyatakan reliabel dikarenakan memiliki *Alfa Cronbach* lebih dari 0,6.

4.2 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid dan tidaknya kuesioner yang di gunakan pada penelitian. Uji validitas dapat diukur menggunakan r tabel dan r hitung. Apabila r tabel lebih tinggi maka dinyatakan tidak valid, dan sebaliknya apabila r tabel lebih kecil dari r hitung maka dapat dinyatakan valid. Signifikansi dari r tabel penelitian adalah 95% sehingga menunjukan r tabel sebesar 0,213. Setelah diuji, semua indikator penelitian dinyatakan valid.

Tabel 2 Hasil Uji Validitas

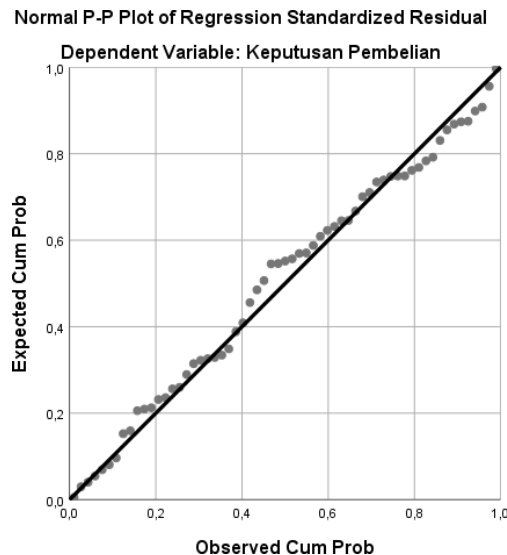
Variabel	r hitung	r tabel	Ket.
Kesesuaian Harga			
Indikator 1	0,765	0,213	Valid
Indikator 2	0,826	0,213	Valid
Indikator 3	0,712	0,213	Valid
Sistem Pembayaran			
Indikator 1	0,759	0,213	Valid
Indikator 2	0,859	0,213	Valid
Indikator 3	0,763	0,213	Valid
Indikator 4	0,693	0,213	Valid
Lokasi			
Indikator 1	0,630	0,213	Valid
Indikator 2	0,664	0,213	Valid
Indikator 3	0,721	0,213	Valid
Indikator 4	0,679	0,213	Valid
Indikator 5	0,488	0,213	Valid
Lingkungan			
Indikator 1	0,567	0,213	Valid
Indikator 2	0,809	0,213	Valid
Indikator 3	0,768	0,213	Valid
Indikator 4	0,805	0,213	Valid
Indikator 5	0,662	0,213	Valid
Promosi			
Indikator 1	0,693	0,213	Valid
Indikator 2	0,733	0,213	Valid
Indikator 3	0,726	0,213	Valid
Indikator 4	0,636	0,213	Valid
Indikator 5	0,439	0,213	Valid
Indikator 6	0,660	0,213	Valid
Keputusan Pembelian			
Indikator 1	0,666	0,213	Valid
Indikator 2	0,782	0,213	Valid
Indikator 3	0,796	0,213	Valid
Indikator 4	0,663	0,213	Valid

Analisa Keputusan Pembelian Rumah Tipe MBR di Kabupaten Bantul, Yogyakarta. (Reny Eka Setiawati, dkk)

Sumber : data diolah.

4.3 Uji Normalitas

Data yang normal menunjukkan titik-titik menyebar tidak jauh dari garis diagonal berdasarkan P-Plot. Hasil uji normalitas ini menunjukkan bahwa variabel pada penelitian menunjukkan hasil normal. Berikut hasil uji normalitas menggunakan P-Plot.



Gambar 1 Hasil Uji Normalitas

4.4 Uji F

Uji F untuk mengidentifikasi bahwa variabel independen memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Pengujian ini menggunakan perbandingan antara F tabel dengan F hitung. Apabila F hitung lebih besar dari F tabel maka secara bersama-sama variabel independen akan berpengaruh terhadap variabel dependen. F tabel menggunakan signifikansi sebesar 95% dengan df 1 sebesar 55 ($n-k = 61-6=55$) dan df 2 sebesar 5 ($k-1 = 6-1=5$) sehingga ditemukan F tabel sebesar 2,38. Berdasarkan hasil uji F menunjukkan F hitung sebesar 25,434 sehingga variabel independen berpengaruh terhadap keputusan pembelian rumah MBR di Kabupaten Bantul secara simultan.

Tabel 3 Hasil Uji F

Uji	F hitung	F tabel	Keterangan
F	25,434	2,40	Berpengaruh

Sumber : data diolah.

4.5 Uji t

Hasil dari uji t untuk mengetahui masing-masing variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Hipotesis di terima apabila t hitung lebih besar dari t tabel dan sebaliknya akan di tolak apabila t hitung lebih kecil dibanding t tabel. T tabel menggunakan signifikansi 95% dengan df sebesar 55 ($61 - 6=55$), maka didapatkan t hitung sebesar 1,67. Berikut tabel hasil dari uji t.

Tabel 4 Hasil Uji t

Variabel	t hitung	t tabel	Keterangan
Kesesuaian Tingkat Harga	2,010	1,67	Berpengaruh positif
Sistem Pembayaran	2,029	1,67	Berpengaruh positif
Lokasi	1,015	1,67	Tidak berpengaruh positif
Lingkungan	2,042	1,67	Berpengaruh positif
Promosi	2,901	1,67	Berpengaruh positif

Sumber : data diolah.

Hasil uji t pada tabel diatas menunjukkan t hitung kesesuaian harga sebesar 2,010 dan t tabel sebesar 1,67 dengan signifikansi 0,05. Sehingga t hitung lebih besar dari t tabel maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka kesimpulannya variabel kesesuaian harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian rumah MBR di Kabupaten Bantul. Hasil ini sesuai dengan penelitian Suryawardana dan Yani (2017). Harga yang

Analisa Keputusan Pembelian Rumah Tipe MBR di Kabupaten Bantul, Yogyakarta. (Reny Eka Setiawati, dkk)

murah, rumah yang dapat dikredit, serta harga yang cukup bersaing menjadi pertimbangan lebih konsumen rumah MBR di Kabupaten Bantul.

Hasil uji t pada tabel diatas menunjukkan t hitung sistem pembayaran sebesar 2,029 dan t tabel sebesar 1,67 dengan signifikansi 0,05. Sehingga t hitung lebih besar dari t tabel maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka kesimpulannya variabel sistem pembayaran berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian rumah MBR di Kabupaten Bantul. Sistem pembayaran yang mudah diantaranya syarat dan prosedur dalam pembelian akan meningkatkan keputusan pembelian.

Hasil uji t pada tabel diatas menunjukkan t hitung lokasi sebesar 1,015 dan t tabel sebesar 1,67 dengan signifikansi 0,05. Sehingga t hitung lebih kecil dari t tabel maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Maka kesimpulannya variabel lokasi tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian rumah MBR di Kabupaten Bantul. Konsumen rumah MBR di Kabupaten Bantul tidak mempertimbangkan lokasi sebagai faktor keputusan pembelian. Konsumen hanya ingin memiliki tempat tinggal yang sesuai *budget* dengan prosedur yang mudah. Konsumen kurangnya mempertimbangkan fasilitas publik atau fasilitas umum.

Hasil uji t pada tabel diatas menunjukkan t hitung lingkungan sebesar 2,042 dan t tabel sebesar 1,67 dengan signifikansi 0,05. Sehingga t hitung lebih besar dari t tabel maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka variabel lingkungan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian rumah MBR di Kabupaten Bantul. Konsumen mempertimbangkan kondisi lingkungan yang mempengaruhinya, seperti keamanan, kenyamanan, interaksi dengan tetangga, serta dapat membangun usaha didalamnya.

Hasil uji t pada tabel diatas menunjukkan t hitung promosi sebesar 2,901 dan t tabel sebesar 1,67 dengan signifikansi 0,05. Sehingga t hitung lebih besar dari t tabel maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka variabel promosi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian rumah MBR di Kabupaten Bantul. Promosi yang melalui agen, media maupun dari orang terdekat memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Selain itu isi dari media yang mudah dipahami juga menjadi pertimbangan dalam keputusan pembelian.

4.6 Uji Apriori

Uji apriori adalah uji perbandingan antara koefisien parameter regresi dengan teori yang bersangkutan. Uji apriori dilakukan dengan membandingkan kesesuaian tanda pada koefisien parameter regresi dengan teori yang bersangkutan. Berdasarkan uji regresi yang telah dilakukan, parameter koefisien pada semua dinyatakan lolos dari uji apriori.

Tabel 5 Hasil Uji Apriori

Model	Hipotesis	Hasil	Keterangan
Kesesuaian Tingkat Harga	+	+	Lolos
Sistem Pembayaran	+	+	Lolos
Lokasi	+	+	Lolos
Lingkungan	+	+	Lolos
Promosi	+	+	Lolos

Sumber : data diolah.

4.7 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi menunjukkan tingkat pengaruh pada seluruh variabel independen penelitian terhadap variabel dependen. Koefisien determinasi yang digunakan ialah *adjusted R square* dikarenakan menggunakan lebih dari dua variabel independen sehingga perlunya pembobotan. Hasil *adjusted R²* menunjukkan sebesar 0,671 yang dapat diartikan bahwa 67,1 % variabel independen (harga, sistem pembayaran, lokasi, lingkungan, dan promosi) dapat menjelaskan keputusan pembelian rumah MBR di Kabupaten Bantul. Sedangkan 32,9% keputusan pembelian rumah MBR di Kabupaten Bantul dipengaruhi oleh variabel-variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini

4.8 Analisis Regresi Linier Berganda

Dari hasil regresi linier berganda, diperoleh model persamaan sebagai berikut :

$$Y = 0,420 + 0,215X_1 + 0,200X_2 + 0,064 X_3 + 0,185X_4 + 0,291X_5$$

Y = Keputusan Pembelian

X₁= Kesesuaian Tingkat Harga

X₂= Sistem Pembayaran

X₃= Lokasi

X₄= Lingkungan

X5= Promosi

β_0 = Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5$ = Koefisien Regresi

4.9 Uji Multikolinieritas

Hasil dari uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui adanya korelasi pada setiap variabel penelitian yang digunakan. Berdasarkan uji multikolinieritas menunjukkan bahwa semua variabel penelitian tidak menunjukkan adanya gejala multikolinieritas. Hasil uji menunjukkan nilai tolerance lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF lebih kecil dari 10.

Tabel 6 Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tol.	VIF	Ket.
Kesesuaian Tingkat Harga	0,50	1,98	Tidak ada
Sistem Pembayaran	0,58	1,73	Tidak ada
Lokasi	0,81	1,22	Tidak ada
Lingkungan	0,39	2,55	Tidak ada
Promosi	0,46	2,19	Tidak ada

Sumber : data diolah.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis, variabel independen secara bersama-sama dapat mempengaruhi keputusan pembelian rumah MBR di Kabupaten Bantul. Hasil analisis dapat diambil kesimpulan bahwa secara parsial terdapat 4 variabel bebas yang berpengaruh positif dimana nilai t hitungnya lebih besar dari t tabel, diantaranya adalah variabel kesesuaian harga, variabel sistem pembayaran, variabel lingkungan, serta variabel promosi. Tetapi, terdapat 1 variabel tidak berpengaruh positif yaitu lokasi.

Saran

Pengembang atau *developer* rumah MBR di Kabupaten Bantul diharapkan dapat mempertahankan kesesuaian harga agar tetap masih terjangkau oleh masyarakat berpenghasilan rendah. Sistem pembayaran pada rumah MBR di Kabupaten Bantul dapat dipertahankan dan lebih dipermudah dalam sistem pembayaran terutama pada syarat dan prosedur pembelian rumah MBR di Kabupaten Bantul. Sehingga akan meningkatkan pembelian rumah MBR di Kabupaten Bantul. Pengembang diharapkan dapat meningkatkan keamanan serta fasilitas yang menunjang dalam perumahan ataupun untuk menuju ke perumahan. Promosi melalui media harus ditingkatkan baik kuantitas maupun kualitas sehingga masyarakat dapat memahami isi dari media tersebut. Sehingga akan meningkatkan pembelian rumah MBR di Kabupaten Bantul. Penelitian ini hanya terbatas pada Perumahan tipe MBR di Kabupaten Bantul.

DAFTAR PUSTAKA

- Azizah, Luluk Nur. 2018. "Pengaruh Harga, Lokasi Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Di Perumahan Made Great Residence Kota Laamongan." *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen* III (1): 621–26.
- Dyah Sri Wulandari, Nuril Huda, and Siti Aliyati Albushairi. 2017. "Pengaruh Faktor Lingkungan, Psikologis Dan Individu Terhadap Keputusan Pembelian Perhiasan Emas Di Kota Banjarmasin." *Jurnal Wawasan Manajemen* 5 (2): 157–74.
- Marolla, Siti Fauziah Hanim. 2013. "Gabaran Komponen Yang Mempengaruhi Keputusan Membeli Handphone Blackberry Dan Gaya Hidup Konsumen." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya* 2 (1): 1–15.
- Oetomo, Wateno, and Agustin Dwi Lestari. 2012. "Analisis Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Rumah Sederhana." *Extrapolasi Jurnal Teknik Sipil Untag Surabaya* 5 (2): 1–16.
- Peraturan Menteri PUPR Nomor 552/KPTS/M/2016. 2016.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2016.
- Pradana, Mahir, and Avian Reventiary. 2016. "Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Customade (Studi Di Merek Dagang Customade Indonesia)." *Jurnal Manajemen* 6 (1): 1–10.

Analisa Keputusan Pembelian Rumah Tipe MBR di Kabupaten Bantul, Yogyakarta. (Reny Eka Setiawati, dkk)

- Putra, I Putu Suyasa, Agung Sri Sulistyawati, and Ni Nyoman Sri Aryanti. 2018. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Wisatawan Individual Ke Jendela Bali The Panoramic Resto Jimbaran." *Jurnal Kepariwisata Dan Hospitalitas* 2 (1): 145–64.
- Rafika, Beny, Nova Retnowati, and Sutopo. 2016. "Analisis, Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Fasilitas Terhadap Pembelian Rumah Di Surabaya." *Jurnal Manajemen Branchmarck* 2 (2): 78–88.
- Rizky, Muhammad Fakhru, and Hanifa Yasin. 2014. "Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan." *Jurnal Manajemen & Bisnis* 14 (2): 135–43.
- SNVT Penyedia Perumahan DIY. 2017. *Basis Data Perumahan Dan Kawasan Perumahan*. Yogya: Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat.
- Suprajang, Sandi Eka. 2011. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Mengambil Keputusan Membeli Rumah (Studi Pada Perumahan Wisma Indah Kota Blitar)." *Jurnal Komplek* 3 (342): 163–75.
- Suryawardana, Edy, and Tri Endang Yani. 2017. "Analisis Faktor-Faktor Pertimbangan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hunian Di Kecamatan Tembalang Kota Semarang." *Jurnal Dinamika Sosial Budaya* 19 (1): 22–34.
- Tresnanda, Dick Arya, Zainul Arifin, and Sunarti. 2014. "Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Rumah" 8 (1): 1–9.
- Widyasari, Suzy, and Erna Triastuti Fifilia. 2009. "Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah (Studi Pada Perumahan Graha Estetika Semarang)." *Jurnal Telaah Manajemen* 6 (2): 159–69.
- Wijayanti, Heni, and Cristina Menuk Sri Handayani. 2015. "Pengaruh Lokasi, Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Surodinawan Grandsite Di PT. Dwi Jaya Mulya Mojokerto." *Majalah Ekonomi* XX (1): 109–23.