

Pengaruh Harga Dan Pendapatan Konsumen Terhadap Permintaan Rumah Tipe 36

Maria Kristina Situmorang

*Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Quality
Jl Ringroad- Ngumban Surbakti No.18 Medan, Indonesia
Korespondensi: maryakristina89@gmail.com*

Abstrak. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga dan pendapatan konsumen terhadap permintaan rumah tipe 36 pada PT. Aresco Dharma Medan. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif, dimana variabel diukur dengan skala likert. Metode pengumpulan data dilakukan dengan wawancara (interview), dengan daftar pertanyaan (questionnaire) dan studi dokumentasi. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli rumah tipe 36 pada PT. Aresco Dharma Medan berjumlah 58 orang. Jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 37 orang, dimana sampel penelitian dengan menggunakan rumus Slovin. Pengolahan data menggunakan perangkat lunak SPSS, dengan analisis deskriptif dan pengujian hipotesis analisis regresi berganda, dan koefisien determinasi. Pengaruh harga terhadap permintaan rumah tipe 36 berpengaruh secara positif dan signifikan. Pengaruh pendapatan konsumen terhadap permintaan rumah tipe 36 berpengaruh secara positif dan signifikan. Pengaruh harga dan permintaan konsumen secara bersama sama (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan rumah tipe 36.

Kata kunci: Harga, Pendapatan, Permintaan.

Abstract. The purpose of this study was to determine and analyze the influence of consumer prices and income on type 36 home demand at PT. Aresco Dharma Medan. The research method used in this research is quantitative descriptive, where variables are measured with a Likert scale. Data collection method is done by interview, with a questionnaire and documentation study. The population in this study were consumers who bought a type 36 house at PT. Aresco Dharma Medan is 58 people. The number of samples used in this study amounted to 37 people, where the research sample using the Slovin formula. Data processing using SPSS software, with descriptive analysis and hypothesis testing of multiple regression analysis, and coefficient of determination. The effect of prices on type 36 house demand has a positive and significant effect. The influence of consumer income on type 36 house demand has a positive and significant effect. The effect of price and consumer demand together (simultaneously) has a positive and significant effect on type 36 home demand.

Keywords: Price, Revenue, Demand.

PENDAHULUAN

Salah satu kebutuhan manusia yang mendasar adalah masalah tempat tinggal atau papan. Rumah sebagai tempat tinggal adalah salah satu kebutuhan pokok manusia selain pakaian dan makanan. Setiap manusia membutuhkan rumah untuk tempat berlindung dan sebagai tempat berkumpul dan berlangsungnya aktivitas keluarga, sekaligus sebagai sarana investasi. Fungsi rumah juga telah berubah dari yang semula hanya sekedar sebagai tempat berlindung, namun juga dituntut untuk mengakomodir kebutuhan dan keinginan pemiliknya. Seperti lokasi yang strategis, bangunan yang bagus dan kokoh, serta lingkungannya yang nyaman. Dengan kata lain tak cukup hanya asal untuk berteduh namun juga harus menjadi tempat tinggal yang layak.

Perumahan dan pemukiman merupakan kebutuhan dasar manusia dan mempunyai fungsi strategis dalam perannya sebagai pusat pendidikan keluarga, persemaian budaya dan

peningkatan kualitas generasi yang akan datang. Terwujudnya kesejahteraan masyarakat dan sumber daya manusia yang berkualitas dapat ditandai dengan meningkatnya kualitas kehidupan yang layak huni.

Rumah merupakan salah satu bagian terpenting dalam kehidupan masyarakat. Oleh sebab itu pemerintah akan selalu mengusahakan dalam tingkat kehidupan setiap orang dengan memperhatikan selera dan kemampuan yang ada.

Departemen Permukiman dan Tata Ruang bahwa kebutuhan akan perumahan pada dasarnya dapat dibagi atas dua hal pokok, yaitu: kebutuhan rumah berdasarkan kecenderungan pertumbuhan penduduk secara alamiah dan kebutuhan akan penyediaan rumah berdasarkan atas banyaknya rumah layak huni.

Seiring dengan gaya hidup masyarakat modern yang dinamis, lebih cenderung ingin memiliki rumah dengan cara yang mudah, aman dan cepat. Ini merupakan poin penting bagi para pengembang properti untuk membangundan mengembangkan perumahan guna memenuhi kebutuhan masyarakat akan tempat tinggal.

Dilihat dari angka penduduk yang sangat tinggi pemerintah beserta kementerian perumahan mengadakan suatu program 1.000.000 unit rumah yang diperuntukan bagi masyarakat yang berpenghasilan rendah. Dengan latar belakang program pemerintah inilah PT. Aresco Dharma sebagai perusahaan pengembang dibidang perumahan bekerja sama dengan Bank BTN berusaha untuk berpartisipasi menyukseskan program ini dengan membangun perumahan di berbagai daerah di Sumatera Utara. Adapun type perumahan yang disediakan oleh PT. Aresco Dharma adalah type 36 yang dikhususkan bagi masyarakat kelas menengah kebawah.

Bisnis properti adalah badan usaha jasa yang menyediakan ruangan kantor, apartemen, perumahan, pusat perbelanjaan, fasilitas olah raga (termasuk padang golf) dan fasilitas untuk di jual atau disewakan kepada perusahaan lain, konsumen dan perorangan dan keluarga. Permintaan jasa properti bersifat *derived demand*, yaitu sangat dipengaruhi oleh perkembangan kehidupan bisnis sektor usaha pemakai jasa tersebut. Apabila kegiatan bisnis sektor usaha pemakai jasa properti (seperti industri manufaktur, perdagangan, pertambangan, perbankan, asuransi dsb) berkembang, permintaan jasa properti ikut berkembang; dan sebaliknya.

Harga adalah atribut paling penting yang dievaluasi oleh konsumen sehingga manajer perusahaan perlu benar-benar menyadari peran tersebut dalam menentukan sikap konsumen. Harga sebagai atribut dapat diartikan bahwa harga merupakan konsep keanekaragaman yang memiliki arti berbeda bagi konsumen tergantung karakteristik konsumen, Setelah mempertimbangkan harga, konsumen juga mempertimbangkan kualitas produk yang akan mereka beli. Konsumen mengharapkan adanya kesesuaian antara harga dengan kualitas produk yang mereka terima. Dengan kualitas produk yang baik konsumen akan terpenuhi keinginan dan kebutuhannya akan suatu produk.

Dengan penghasilan rendah masyarakat bisa memiliki rumah type 36, PT.Aresco Dharma menyediakan harga kisaran Rp. 88.000.000,-sampai Rp. 102.000.000,- tergantung daerah dan lokasi perumahannya. Dengan demikian masyarakat yang berpenghasilan Rp. 2.500.000,- hingga Rp. 4.000.000,-perbulannya sudah bisa memiliki Rumah Sederhana Sehat (RSS) atau Rumah Bersubsidi. Hal ini yang menimbulkan banyaknya permintaan rumah bersubsidi di Indonesia khususnya di Sumatera Utara dan propinsi yang lainnya, khusus di kota Medan saja sudah banyak program seribu rumah. Adapun dibawah ini tabel pendapatan konsumen di PT. Aresco Dharma Medan, yaitu:

Tabel. 1 Data Persentase Pendapatan Konsumen PT. Aresco Dharma

PENDAPATAN	JUMLAH	PERSENTASE
<Rp2.000.000	3	3%
Rp2.000.000–3.000.000	69	69%
Rp3.000.000 – 4.000.000	28	28%
JUMLAH	100	100%

Sumber : Bagian Pembukuan PT. Aresco Dharma (2017)

Dari Tabel 1 di atas diketahui bahwa sebagian besar konsumen yang membeli rumah di perumahan PT. Aresco Dharma memiliki pendapatan/bulan Rp 2.000.000 – 3.000.000 yaitu sebesar 69 orang. Dari data primer yang diolah, dihasilkan rata-rata pendapatan dalam range Rp 2-3 juta rupiah, sebesar 69% dari total sampel yang digunakan. Hal ini mengindikasikan bahwa pendapatan yang dimiliki oleh konsumen PT. Aresco Dharma masih berada dibawah standar minimum ketetapan batas upah pengambilan KPR yang ditetapkan oleh pemerintah yaitu berkisar Rp.3.000.000.

Pertumbuhan penduduk kota medan dan sekitarnya yang semakin meningkat ini mendorong pertumbuhan pembangunan perumahan di Kota Medan dan Kabupaten yang ada di Sumatera Utara baik rumah tipe sederhana, menengah hingga mewah, yang dapat dilihat dari meningkatnya jumlah pengembang yang ada di Medan yang berjumlah 25 pengembang Dewan Perwakilan Daerah Real Estate Indonesia (DPD REI Medan, 2016). Namun, tidak semua pengembang dari tahun ke tahun memperoleh ijin dari pemerintah untuk membangun rumah. Sistem Tata Kota yang diberlakukan di Medan dan sekitarnya memberikan banyak peluang sehingga banyak pengembang beramai-ramai melakukan pembangunan property rumah. Pembangunan ini memang semakin memudahkan masyarakat untuk memperoleh tempat tinggal. Oleh karena itu, sebagai konsumen harus selektif dalam memilih pengembang.

LANDASAN TEORI

Harga

Sutojo, (2014) Harga adalah sebagai sarana untuk mencapai target jumlah hasil penjualan dan keuntungan jangka pendek atau menengah. Akan tetapi, yang paling penting adalah keputusan dalam harga harus konsisten dengan strategi pemasaran secara keseluruhan. Stanton dalam Saputra, (2017) Indikator yang mencirikan harga adalah: 1) Keterjangkauan harga, Harga sesungguhnya dari suatu produk yang tertulis di suatu produk, yang harus dibayarkan oleh pelanggan. Maksudnya adalah pelanggan cenderung melihat harga akhir dan memutuskan apakah akan menerima nilai yang baik seperti yang diharapkan. 2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk. 3) Daya saing harga, kemampuan bersaing dengan antar produk. 4) Kesesuaian harga dengan manfaat. 5) Harga sesuai dengan apa yang diinginkan pelanggan.

Manullang dan Hutabarat, (2013), penetapan harga biasanya dilakukan dengan menambah persentase di atas nilai atau besarnya biaya produksi. Pendekatan ini, bagaimanapun juga dapat mengakibatkan kehilangan manfaat dalam strategi pemasaran. Perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang jasa, perlu menggunakan strategi penetapan harga, agar mampu bersaing dalam pasar yang kompetitif.

Dalam strategi penentuan harga, manajer harus menetapkan dulu tujuan penetapannya. Tujuan ini berasal dari perusahaan itu sendiri yang selalu berusaha menetapkan harga barang dan jasa setepat mungkin. Oleh karena itu, tinjauan kita disini berawal dari segi manajemen perusahaan yang mempunyai kepentingan dengan masalah penetapan harga.

Contoh sasaran yang ingin dicapai perusahaan dengan strategi harga: 1) Mencapai jumlah atau persentase keuntungan tertentu, 2) Maksimalisasi jumlah keuntungan, 3) Meningkatkan jumlah penjualan produk, 4) Menyesuaikan diri dengan harga pasar.

Pendapatan

Pendapatan berbicara tentang Income yang berarti segala pemasukan ataupun penghasilan didalam suatu rumah tangga. Sukirno, (2011) pendapatan rumah tangga menentukan tingkat konsumsi secara seunitkecil atau dalam keseluruhan ekonomi. Standar Akuntansi Keuangan, (2010) kata “income diartikan sebagai penghasilan dan kata revenue sebagai pendapatan, penghasilan (income) meliputi baik pendapatan (revenue) maupun keuntungan (gain”).

Kurniawan dan Budi, (2015) pendapatan konsumen adalah permintaan merupakan keinginan konsumen dan kemampuan untuk membayar suatu barang. Penghasilan merupakan faktor utama dan kemampuan untuk membayar konsumen. Untuk sebagian barang-barang, ketika penghasilan meningkat, maka permintaan barang juga akan meningkat.

Kadarisman, (2014) pendapatan “Gaji (salary) adalah komponen imbalan jasa atau penghasilan yang pemberiannya didasarkan kepada berat ringannya tugas jabatan yang diduduki oleh pegawai. Pendapatan atau gaji merupakan komponen penghasilan utama yang langsung berkaitan dengan jabatan atau directcompensation dalam penentuan berat ringannya tugas jabatan di lingkup perusahaan.

Sukirno, (2012) Pendapatan pribadi dapat di artikan sebagai semua jenis pendapatan termasuk pendapatan yang di peroleh tanpa memberikan suatu kegiatan apapun yang di terima oleh penduduk suatu Negara.

Permintaan

Sukirno, (2012) menyatakan bahwa permintaan adalah keinginan konsumen membeli suatu barang pada berbagai tingkat harga tertentu selama periode waktu tertentu. Mesra, (2016) Permintaan tercipta apabila ada keinginan untuk membeli barang atau jasa, tetapi keinginan ini harus disertai dengan kemampuan konsumen untuk membayar barang atau jasa tersebut. Selanjutnya dalam permintaan ada tiga hal yang harus di perhatikan, yaitu: 1) Kuantitas yang diminta. 2) Kemampuan membayar. 3) Kuantitas yang diinginkan dinyatakan dalam satuan waktu.

Miller dan Meiners (2010) permintaan merupakan fungsi dari: Harga Barang Sendiri, apabila harga barang sendiri mengalami kenaikan maka permintaan akan barang tersebut turun. 1)Pendapatan : Kenaikan pendapatan biasanya akan mengakibatkan kenaikan permintaan. 2)Selera dan preferensi : Keterbatasan teori yang mengkaji tentang perubahan selera mempersulit dalam mengukur selera dan preferensi konsumen, sehingga diasumsikan selera konsumen konstan. 3)Harga barang substitusi : Merujuk kepada barang apapun yang perubahan harganya akan mempengaruhi permintaan. 4)Perubahan dugaan tentang harga di masa depan (ekpektasi harga) Perkiraan akan terjadi penurunan harga dimasa depan akan meningkatkan permintaan barang tersebut. 5)Penduduk : Kenaikan jumlah penduduk dalam suatu perekonomian (asumsi pendapatan konstan) akan meningkatkan permintaan.

Sukirno, (2016) faktor yang mempengaruhi permintaan adalah: 1)Harga barang itu sendiri, 2)Harga barang lain yang berkaitan erat dengan barang tersebut, 3)Pendapatan rumah tangga dan pendapatan rata-rata masyarakat, 4)Corak distribusi pendapatan dalam masyarakat, 5)Cita rasa masyarakat, 6)Jumlah penduduk, 7)Ramalan mengenai keadaan dimasa mendatang

METODE PENELITIAN

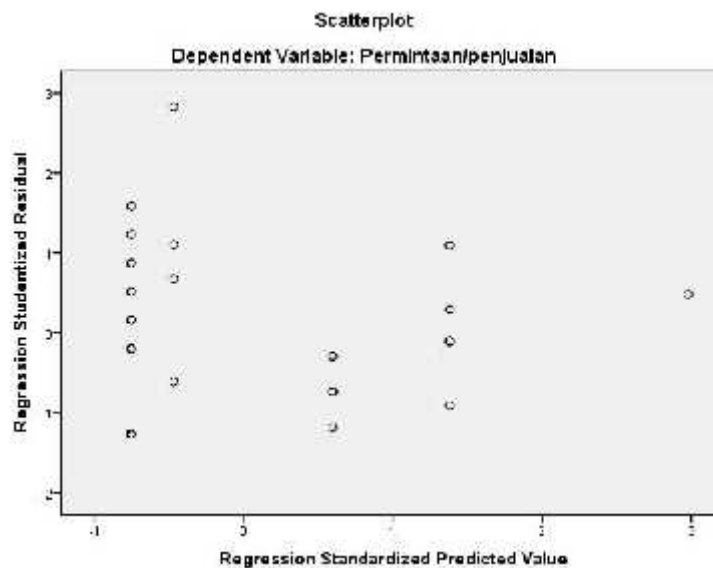
Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif, dimana variabel diukur dengan skala likert. Metode pengumpulan data dilakukan dengan wawancara (interview), dengan daftar pertanyaan (questionnaire) dan studi dokumentasi. Populasi dalam penelitian ini konsumen yang membeli rumah tipe 36 pada PT. Aresco Dharma Medan berjumlah 58 orang. Jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 37

orang, dimana sampel penelitian dengan menggunakan rumus Slovin. Pengolahan data menggunakan perangkat lunak SPSS, dengan analisis deskriptif dan pengujian hipotesis analisis regresi berganda, dan koefisien determinasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Hasil

Uji normalitas data bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi antara variabel bebas dan variabel terikat mempunyai distribusi normal atau tidak dengan menggunakan uji Heteroskedastisitas Metode ini digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi kesamaan varians dari residual pada satu pengamatan ke pengamatan lainnya.



Gambar 1. Scatterplot Uji Heteroskedastisitas

Pada Gambar.1 grafik scatterplot terlihat titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas, serta tersebar baik di atas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

Analisis regresi dilakukan untuk membuktikan hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, yakni untuk menganalisis pengaruh antara variabel bebas (Harga, Pendapatan Konsumen) Permintaan Rumah Tipe 36baik secara parsial maupun secara simultan serta untuk menguji hipotesis penelitian yang telah dikemukakan sebelumnya.

Tabel 2. Coeffients

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	1272.664	569.963
	Harga	34.764	10.794
	Pendapatan Konsumen	-449.622	173.816

a. Dependent Variable: Permintaan Rumah

Model persamaan regresi yang dapat dituliskan dari hasil tersebut dalam bentuk persamaan regresi standardized adalah sebagai berikut $Y = -1272,664 + 34,764 X_1 - 449,622 X_2 + e$. Nilai konstanta (a) sebesar -1272,664. Artinya adalah apabila harga dan pendapatan

konsumen diasumsikan nol (0) maka Permintaan rumah tipe 36 bernilai -1272,664. Nilai koefisien regresi variabel harga sebesar 34,764. Artinya adalah bahwa setiap peningkatan harga sebesar 34,764 satuan maka akan meningkatkan nilai permintaan rumah sebesar 34,764 dengan asumsi variabel lain tetap. Nilai koefisien regresi variabel Pendapatan konsumen sebesar -449,662. Artinya adalah bahwa setiap peningkatan 1 satuan maka akan meningkatkan nilai Permintaan rumah tipe 36 sebesar -449,66 dengan asumsi variabel lain tetap. Standart error (e) merupakan variabel acak dan mempunyai distribusi probabilitas. Standar error (e) mewakili semua faktor yang mempunyai pengaruh terhadap Y tetapi tidak dimasukkan dalam persamaan.

Uji t (uji parsial) dilakukan untuk melihat secara individu pengaruh dari variabel bebas (X1, X2) berupa Harga dan Pendapatan Konsumen secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Permintaan Rumah.

Tabel 3. Uji t

Model		T	Sig.
1	(Constant)	-2,233	.032
	Harga	3.221	.003
	Pendapatan Konsumen	-2.587	.014

a. Dependent Variable: Permintaan Rumah

Dari tabel output analisis regresi diperoleh t hitung X1 sebesar (3,221) > dari t tabel 2,032 dan signifikansi 0,003 < 0.05. Artinya harga berpengaruh signifikan terhadap permintaan rumah tipe 36. Dan dari tabel output analisis regresi diperoleh t hitung X2 sebesar (2,587) > t tabel 2,032 dan signifikansi 0,014 < 0.05 dapat disimpulkan bahwa pendapatan konsumen berpengaruh signifikan terhadap permintaan rumah tipe 36.

Uji F dilakukan untuk melihat secara bersama-sama (serentak) pengaruh dari variabel yaitu (X1, X2) berupa variabel Harga dan Pendapatan Konsumen terhadap Permintaan Rumah (Y).

Tabel 4. Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	612131,311	2	306065,656	5,244	,010 ^b
Residual	1984457,662	34	58366,402		
Total	2596588,973	36			

Berdasarkan output hasil regresi diatas, F hitung 5,244 dengan signifikansi 0,10, dengan F tabel = 3.26. Dengan demikian diketahui nilai F hitung (5,244) > nilai f tabel (3,26) dengan signifikan (0,010) < 0,05. Artinya adalah bahwa variabel independen (Harga dan Pendapatan Konsumen) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen Permintaan rumah tipe 36).

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mencari sejauh mana variabel independen menjelaskan variabel dependen. Dimana nilai koefisien ini antara 0 dan 1, jika hasil mendekati nilai 1 berarti variabel dependen (Permintaan rumah tipe 36) memberikan informasi yang di butuhkan untuk menghitung variabel terikat, sedangkan jika hasil mendekati 0 maka kemampuan variabel bebas.

Tabel 5. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi
 Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,486 ^a	,236	,191	241,591

a. Predictors: (Constant), Kebijakan Pemerintah, Harga

Berdasarkan Tabel 5. dapat diinterpretasikan bahwa nilai R sebesar 0,486 artinya adalah bahwa kolerasi ganda antara variabel independen (Harga dan Pendapatan Konsumen) dengan variabel dependen (permintaan rumah tipe 36) memiliki hubungan yang erat. Berdasarkan tabel di atas nilai Adjusted R Square sebesar 0,191 atau 19,1% berarti permintaan rumah tipe 36 pada PT. Aresco Dharma Medan dipengaruhi oleh harga dan Pendapatan Konsumen, sedangkan sisanya sebesar 80,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini seperti variabel fasilitas, lokasi dan lingkungan

Pembahasan

Pengaruh Harga Terhadap Permintaan rumah tipe 36.

Dari hasil penelitian dengan Uji parsial, t hitung sebesar $(3,221) >$ dari t tabel 2,032 dan nilai signifikansi $0,003 < 0,05$. Diketahui bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan rumah tipe 36. Indikator yang digunakan untuk mengukur harga adalah harga rumah per unit. Dengan demikian artinya semakin terjangkau harga yang diberikan maka semakin meningkatnya permintaan rumah pada PT. Aresco Dharma Medan. Berdasarkan angket yang di sebarakan peneliti kepada para responden harga menunjukkan pengaruh dominan dalam keputusan permintaan rumah. Pengembang diharapkan memberikan inovasi dalam penentuan harga perumahan.

Penelitian ini mendukung Penelitian Suryawardana (2017) dengan judul “Analisis Faktor – Faktor Pertimbangan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hunian di Kecamatan Tembalang Kota Semarang” dengan hasil bahwa harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, lokasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, fasilitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, desain produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Maka Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa harga adalah salah satu faktor yang mempengaruhi permintaan rumah tipe 36 pada PT. Aresco Dharma Medan.

Pengaruh Pendapatan Konsumen Terhadap Permintaan Rumah Tipe 36.

Dari hasil penelitian pada PT. Aresco Dharma Medan diketahui bahwa pendapatan konsumen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen Permintaan rumah tipe 36. Hal ini dapat dibuktikan dengan t hitung $(2,587) >$ t tabel 2,032 dan signifikansi $0,014 < 0,05$ dapat disimpulkan bahwa Pendapatan Konsumen berpengaruh signifikan terhadap Permintaan rumah tipe 36. Dengan demikian artinya semakin tingginya pendapatan konsumen maka konsumen semakin tertarik mealukan permintaan perumahan. Berdasarkan angket yang di sebarakan peneliti kepada para responden menunjukkan konsumen yang melakukan permintaan perumahan sebagai investasi dari pendapatan yang diperoleh. Pengembang diharapkan menyediakan jenis perumahan yang dapat dijangkau untuk konsumen kalangan menengah ke bawah.

Penelitian ini mendukung Penelitian Dengah (2014) dengan judul “Analisis Pengaruh Pendapatan Per Kapita dan Jumlah Penduduk Terhadap Permintaan Perumahan Kota Manado Tahun 2003 - 2012 dengan hasil bahwa pendapatan perkapita berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan perumahan sedangkan untuk jumlah penduduk berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap permintaan perumahan. Maka dengan demikian dapat dinyatakan bahwa pendapatan konsumen adalah salah satu faktor yang mempengaruhi permintaan rumah tipe 36 pada PT. Aresco Dharma Medan.

Pengaruh Harga dan Pendapatan Konsumen Terhadap Permintaan rumah Tipe 36.

Harga dan pendapatan konsumen terhadap permintaan rumah tipe 36 secara bersama-sama berpengaruh lemah. Nilai Koefisien Korelasi (R^2) 0,468 berarti hubungan keeratan secara bersama-sama antara variabel dependen dan variabel independen kuat karena $R^2 < 0,5$. Nilai adjusted R Square sebesar 0,191 artinya 19,1 % Permintaan rumah tipe 36 PT. Aresco Dharma Medan dipengaruhi oleh harga dan pendapatan konsumen, Sedangkan sisanya sebesar 80,9 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini seperti variabel fasilitas, lokasi dan lingkungan.

Penelitian ini mendukung Penelitian Mahardini (2012) dengan judul “ Analisis Pengaruh Harga, Pendapatan, Lokasi, dan Fasilitas Terhadap Permintaan Rumah Sederhana (Studi Kasus Perumahan Dinar Mas Semarang)” dengan hasil Harga, Pendapatan, Lokasi, dan Fasilitas Terhadap Permintaan Rumah Sederhana pada Perumahan Dinar Mas Semarang. Maka Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa pendapatan konsumen adalah salah satu faktor yang mempengaruhi permintaan rumah tipe 36 pada PT. Aresco Dharma Medan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah di bahas maka dapat diambil kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara variabel harga dengan variabel permintaan perumahan tipe 36. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara variabel pendapatan dengan variabel permintaan perumahan tipe 36. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga dan permintaan secara bersama – samaber pengaruh positif dan signifikan antara variabel kepuasan kerja terhadap permintaan perumahan tipe 36. Adapun saran yang penulis berikan yaitu perusahaan sebaiknya mempertimbangkan harga rumah yang dapat dijangkau masyarakat dengan tetap mempertahankan kualitas rumah yang layak huni., perusahaan diharapkan melakukan inovasi dalam penentuan harga dan aksesibilitas, perusahaan tetap menjaga kemudahan akses lokasi perumahan perusahaan diharapkan dapat memberikan diskon atau cashback pada pemasarannya.

REFERENSI

- Dengah , Stefandy. Vecky, Rumat. Audie, Niode. (2014). Analisis Pengaruh Pendapatan Per Kapita dan Jumlah Penduduk Terhadap Permintaan Perumahan Kota Manado Tahun 2003 – 2012. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*. 14 (3).
- Kadarisman. (2014). *Manajemen kompensasi*. Jakarta :Rajawali Pers. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Kleinstauber,F. dan Sutojo, (2014). *Effective strategy to increase your profit (Strategi harga yang efektif untuk meningkatkan keuangan anda)*. Jakarta : PT. Damar Mulia Pustaka.
- Kotler, Philips dan Keller, (2015). *Manajemen pemasaran*. Edisi Ketiga Belas Jilid 2.Penerjemah : Bob Sabran.
- Kurniawan, Sri Budi. (2015). *Pengantar ekonomi mikro dan makro*. Yogyakarta : CV Andi Offset
- Lupiyoadi,Rambat, (2013). *Manajemen pemasaran jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mahardini, Ismi .(2012). Analisis Pengaruh Harga, Penadapatan,Lokasi, dan Fasilitas Terhadap Permintaan Rumah Sederhana (Studi Kasus Perumahan Dinar Mas Semarang)”*Jurusan IESP Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro*. 1 (1).
- Manullang,M. dan Esterlina Hutabarat. (2013). *Manajemen pemasaran*. Medan.
- Mesra. (2016). *Penerapan ilmu ekonomi dan bisnis*, Yogyakarta : CV. Budi Utama.
- Prawoto, (2010).*Teori dan praktek penilaian properti*.Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta

- Sukirno, Sadono (2012). *Mikro ekonomi teori pengantar*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Sukirno, Sadono, (2016). *Makro ekonomi teori pengantar*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Suryawardana, Edy. Endang Yani, Tri. (2017). Analisis Faktor – Faktor Pertimbangan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hunian di Kecamatan Tembalang Kota Semarang. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*. 19 (1).
- Sutedi, (2012). *Hukum rumah susun dan apartemen*. Jakarta Timur: Sinar Grafika.
- Sutojo, (2014). *Manajemen pemasaran*. Jakarta :Damar Mulia Pustaka.
- Yunus, (2016). *Manajemen strategis, -Ed-1*, Yogyakarta : CV. Andi Offset