BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Rumah adalah tempat untuk segala aktivitas, berteduh, berlindung, atau apapun segala bentuk dari kegunaan rumah itu sendiri. Rumah yang sejatinya adalah milik bersama atau indvidu memiliki hak masing-masing atas rumah tersebut. Dewasa ini rumah merupakan salah satu sarana bisnis yang menjanjikan untuk jangka panjang, hal ini menjadikan rumah sebagai tolak ukur dari sebuah aset yang harus dimiliki oleh seorang individu.[2] Dari seiring perkembangan zaman, kebutuhan akan rumah atau sebuah properti terus mengalami peningkatan, hal ini dilihat dari laju pertumbuhan penduduk juga berkembang pesat. Berbicara mengenai kebutuhan akan rumah, saat ini kebutuhan akan rumah sangatlah beragam, mulai dari struktur tanah yang dijadikan pondasi dari bangunan itu sendiri juga harus mumpuni, lingkungan atau keadaan sosial dari lokasi tersebut apakah strategis atau tidak, kemudahan dalam memperoleh suatu akses bisa didapatkan dengan mudah atau tidak.

Perumahan dan pemukiman merupakan kebutuhan dasar manusia dan mempunyai fungsi strategis dalam perannya sebagai pusat pendidikan keluarga, peningkatan kualitas generasi yang akan datang serta pengejawantahan jati diri bangsa. Terwujudnya kesejahteraan masyarakat yang berkualitas ditandai dengan

[2]Suratno, *Pengantar Ilmu Tata Ruang*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2011), hal. 39.

kualiatas perumahan yang layak huni.[3] Masyarakat saat ini mempunyai beberapa pilihan dalam mempunyai sebuah hunian. Pilihan tersebut adalah dengan cara membangun sendiri, dengan sewa menyewa, membeli secara tunai atau angsuran, hibah atau dengan cara yang lain. Tetapi semua itu disesuaikan dengan tingkat pendapatan yang dimiliki oleh sesorang, atau juga bisa diperoleh dari *budget* atau anggaran.

Pada awalnya, rumah hanya digunakan sebagai tempat untuk berlindung, berteduh, dan segala aktivitas yang dapat dilakukan di dalamnya, kini memiliki arti lain yang dapat digunakan sebagai ajang investasi yang menjanjikan untuk kehidupan masa depan dalam jangka waktu yang lama, yang dulu hanya bisa dikenal sebagai kebutuhan pokok, kini rumah bisa di investasikan melalui bisnis properti seperti sewa, kontrak, atau juga bisa dijual sehingga memperoleh *capital gain* yang memiliki penghasilan cukup besar. Rumah juga bisa dipandang atau dikatakan sebagai tolak ukur dari aset yang dimiliki oleh seseorang. Bahwa rumah yang dikatakan layak huni adalah ciri orang yang dikatakan mewah dan memiliki kemampuan yang tinggi. Saat ini perkembangan hunian dari masa masa mengalami peningkatan dan mengalami modernisasi seperti rumah biasa, apartemen, rumah susun, rumah sederhana yang bisa bergaya dengan mode-mode global.[4] Departemen Permukiman dan Tata Ruang menyatakan kebutuhan akan

---

[3]Sutianingsih, Keputusan Konsumen Dalam Membeli Perumahan, *Riset Manajemen dan Akuntansi* Vol. 2 No. 2 Edisi November2010, hal. 97.

[4]Stefany Dengah, Analisis Pengaruh Pendapatan Perkapita Dan Jumlah Penduduk Terhadap Permintaan Perumahan Kota Manado Tahun 2003-2012, *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, Vol. 14 No. 3 Oktober 2014, hal. 1.

rumah di dasari berdasarkan tren pertumbuhan penduduk secara alamiah dan kebutuhan penyediaan rumah berdasarkan atas banyaknya rumah layak huni.[5]

Perkembangan bisnis perumahan yang semakin marak ini, tidak hanya terpusat di kota-kota besar akan tetapi sudah meluas di kota-kota kecil dengan berbagai keunggulan yang ditawarkan masing-masing. Para pengembang akan bersaing untuk menarik konsumen yang menjadi sasarannya dengan berbagai strategi pemasaran untuk mengenal bagaimana konsumen berperilaku, sehingga bisa dijadikan dasar pengambilan keputusan dalam membangun hunian yang konsumen inginkan dan harapkan. Hal ini harus diperhatikan oleh para perusahaan perumahan sebab semua itu menyangkut hubungan berkesinambungan dengan konsumen secara tidak langsung karena menyangkut kelangsungan hidup perusahaan tersebut.[6]

Perumahan Satria Residence adalah sebuah *real estate* yang memiliki tempat strategis berada di pusat kota Kabupaten Tulungagung. Perumahan ini terletak di daerah Jepun Kabupaten Tulungagung. Tepatnya di Jalan Mastrip gang 2, Jepun, Kecamatan Tulungagung, Kabupaten Tulungagung, Provinsi Jawa Timur. Perumahan ini berdiri sekitar tahun 2015 dengan pembangunan rumah-rumah yang signifikan atau mengalami peningkatan setiap tahunnya.

---

[5]Sutianingsih, Keputusan Konsumen Dalam Membeli Perumahan, *Riset Manajemen dan Akuntansi*, Vol. 2 No. 2 Edisi November2010, hal. 98.

[6]Annisa Budi Utami, Pengaruh Harga, Pendapatan, Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Di D'Kranji Recident Tahap II Bekasi Barat, *Epigram*,Volume 12 No. 2 Oktober 2012, hal. 92.

Tabel 1.1
Daftar Produk Perumahan oleh PT. Satria Terus Makmur

No.	Nama Perumahan	Tempat	Tahun Pendirian
1.	Jepun Permai 1	Jepun	2000
2.	Jepun Permai 2	Jepun	2003
3.	Cymbidium City	Plosokandang	2007
4.	Gragalan City	Sumbergempol	2010
5.	Satria Residence	Jepun	2015

Perumahan Satria Residence adalah sebuah bentuk usaha bisnis properti dari perusahaan pengembang ternama di Kabupaten Tulungagung yaitu PT. Satria Terus Makmur merupakan sebuah perusahaan pada bidang bisnis properti yang sudah berdiri sejak 20 tahun. Perusahaan yang bergerak di bidang properti ini mempunyai tiga anak perusahaan yaitu, pertama Perumahan Jepun Permai yang berdiri sejak tahun 2000-an yang terletak di Jepun, kemudian mengembangkan anak cabang lagi yaitu Perumahan Cymbidium City di Plosokandang dan Perumahan Gragalan City yang terletak di Sumbergempol, dan yang terbaru adalah perumahan Satria Residence yang berdiri sejak tahun 2015 mengingat dua anak perusahaan sebelumnya berbuah kesuksesan sehingga membuat cabang lagi. Kantor pusat dari perusahaan ini berada diantara Perumahan Jepun Permai dan Perumahan Satria Residence. Motto dari perusahaan ini adalah kepuasan anda adalah kebanggan kami. Hal inilah yang memikat konsumen dalam memilih hunian dalam membeli sebuah perumahan.

Pada awal *launching* atau pembukaan Perumahan Satria Residence ini, peminat konsumen bisa dikatakan tinggi, karena untuk satu tahun penjualan pertama memiliki 25 orang konsumen yang ingin membeli dari 40 unit tersedia,

kemudian di tengah tahun kedua tambah 5 konsumen jadi total ada 30 konsumen atau pembeli dari perumahan ini. Peminat dari perumahan ini dikatakan tinggi karena dalam waktu yang lumayan singkat pembelian rumah sudah mencapai setengah dari unit yang tersedia, selain itu rumah yang siap huni dapat menjadi pertimbangan langsung bagi konsumen untuk segera ditinggali.

Pangsa pasar perumahan ini mayoritas diperuntukan untuk masyarakat luar daerah Kabupaten Tulungagung, masyarakat yang berprofesi wiraswasta atau pengusaha, masyarakat yang memiliki pendapatan di atas 10 juta, tetapi tidak bisa dipungkiri banyak konsumen yang dikatakan mampu dalam membeli perumahan ini. Mengingat harga perumahan yang bisa dikatakan mahal dibanding perumahan yang lain tetapi ini dilihat dari letak atau lokasi dari perumahan yang berada di pusat kota, selain itu juga fasilitas yang tidak kalah dengan perumahan lainnya, lalu rumah yang siap huni bagi pembelinya, dan strategi bisnis yang menjanjikan. Semakin dekat sebuah rumah dengan kota maka semakin tinggi harganya dari tahun ke tahun.

keunggulan dari perumahan ini memiliki lokasi yang sangat strategis, karena perumahan ini letaknya yang sangat dekat dengan pusat kota jadi akses atau jika ingin kemanapun kita pergi sangat mudah, mulai dari toko, swalayan, pusat perbelanjaan bahan-bahan kebutuhan sangat dekat dan terjangkau aksesnya. Bahkan jantung kota Kabupaten Tulungagung yaitu alun-alun Kabupaten Tulungagung yang indah. Terlebih lagi dekat dengan kantor pemerintah daerah yang notabenenya adalah pusat kegiatan harian pemerintah daerah.

Tabel 1.2
Daftar Harga

Type dan Luas Tanah	Harga (Rp)	Uang Muka	KPR	Angsuran		
				5 Tahun	10 Tahun	15 Tahun
56/84	500.000.000	200.000.000	300.000.000	6.677.783	4.306.998	3.602.905
56/84	500.000.000	350.000.000	350.000.000	7.778.438	5.016.892	4.196.784
60/90	625.000.000	325.000.000	325.000.000	6.677.783	4.306.998	3.602.905
70/96	750.000.000	350.000.000	400.000.000	8.889.645	5.733.590	4.796.283
Sumber: Brosur Harga Satria Residence (Bulan Agustus 2020 dan harga bisa berubah sewaktu-waktu)						

Spesifikasi dari perumahan Satria Residence menggunakan konsep mewah dan modern, mengingat letak perumahan ini sangat strategis dengan pusat kota, terlebih lagi rumah yang siap huni, jadi mereka menjual rumah dengan membangun rumah dahulu dan memperindah interior dan eksterior dari rumah tersebut kemudian mereka baru menjualnya. Jadi ini bisa dikatakan rumah yang siap huni. Untuk tipe-tipe rumah yang ditawarkan juga bervariasi, mulai dari rumah tipe 56 atau 56 *plus* dengan kisaran harga 500.000 jutaan, kemudian tipe 60 dengan kisaran harga 625.000 jutaan, rumah tipe 70 dengan kisaran harga 750.000 jutaan. Tetapi harga-harga tersebut mengalami kenaikan seiring dengan berjalannya waktu dan perkembangan, karena nilai dari tanah selalu mengalami kenaikan. Lalu untuk kemudahan dalam pembelian perumahan ini, sistem pembeliannya dapat dilakukan dengan cara kredit rumah atau KPR (kredit pemilikan rumah). Untuk pemsaran yang dilakukan, mereka menggunakan metode sebaran atau juga brosur, baliho atau plakat, melalui internet yaitu forum jual perumahan Tulungagung, dan juga menggunakan media sosial seperti *whatssap, instagram,* dan juga *facebook.* Perlu menjadi pertimbangan bagi calon pembeli perumahan ini karena harga yang bisa dikatakan mahal dilihat dari letak

strategisnya, dan juga bobot dari rumah yang siap huni tersebut. Jadi perumahan ini diperuntukkan untu keluarga menengah ke atas.

Di Kabupaten Tulungagung sendiri, konsumsi masyarakat juga terlihat tinggi, meskipun rata-rata pendapatan masyarakat yang setara dengan umr kabupaten. Hal ini dilihat dari tingkat daya beli masyarakat yang cenderung tinggi, sehingga juga mempengaruhi sebuah permintaan akan barang dan jasa, mestinya juga dibarengi dengan permintaan akan sebuah properti atau ritel. Kebutuhan akan sebuah rumah itu sendiri juga cenderung meningkat, karena banyak pebisnis membuka bisinis properti di Tulungagung, dan mereka menerapkan strategi yang cukup efektif untuk menarik konsumen Tulungagung khususnya wilayah kota Kabupaten Tulungagung

Pendapatan per kapita merupakan besarnya pendapatan rata-rata yang dimiliki oleh penduduk di suatu negara. Pendapatan per kapita diperoleh dari hasil pembagian pendapatan nasional suatu negara dengan jumlah penduduk negara tersebut. Pendapatan sebagai perolehan yang diterima melalui uang yang didapatkan seseorang atau kelompok dari hasil sumbangan, baik tenaga maupun pikiran yang dikeluarkan sehingga akan memperoleh balas jasa. Pendapatan yang didapat masyarakat yang satu dengan yang lainnya sangat beragam, karena cara yang mereka lakukan untuk memperoleh pendapatan juga berbeda.[7]

Pendapatan yang didapat masyarakat yang satu dengan yang lainnya sangatlah beraneka ragam, karena cara yang mereka lakukan untuk memperoleh pendapatan juga berbeda. Dimana di Tulungagung mayoritas masyarakat bermata

---

[7]Suherman Rosyidi, *Pengantar Teori Ekonomi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2011), hal. 163.

pencaharian adalah bertani, berkebun, buruh/karyawan, *home industry* seperti kerajinan marmer, kerajinan tralis, kerajinan sangakar burung, pembuatan krupuk rambak dan lain-lain. Tetapi untuk dibagian pesisir selatan mayoritas mata pencahariannya adalah nelayan. Ada juga sebagian penduduk yang berkerja sebagai pegawai negeri sipil, guru, dosen, perawat dan lain-lain. Penduduk yang berusia produktif mayoritas bekerja sebagai TKI. Tetapi, hal banyak terjadi di pinggiran kota, untuk pekerjaan masyarakat dekat kota sendiri banyak yang berpofesi sebagai guru atau pns, wirasusaha, baik wirausaha dalam kota dan luar kota.

Harga adalah satuan atau besaran yang dikeluarkan dalam bentuk uang dalam mendapatkan jumlah antara barang dan juga pelayanan. Harga satu-satunya unsur pemasaran dalam mendapatkan pendapatan bagi pelaku ekonomi. Dalam menetapkan sebuah harga, tidak bisa dikatakan mudah, karena jika pelaku menetapkan harga yang mahal dapat meningkatkan kentungan dengan cepat, tetapi dengan harga yang mahal sulit dijangkau oleh konsumen. Sebaliknya jika pelaku menetapkan harga yang rendah, konsumen tak senggan untuk membeli meskipun keuntungan yang di dapatkan cenderung lambat. Dan hal ini seajalan dengan hukum permintaan.

Harga rumah dan pendapatan konsumen sangat berpengaruh terhadap permintaaan akan kebutuhan perumahan. Dengan implikasi bahwa harga rumah yang terjangkau oleh pendapatan uang diperoleh individu maka kebutuhan akan rumah menjadi prioritas utama, selain itu terdapat faktor lingkungan, fasilitas dan dekatnya dengan kerabat dapat dijadikan pertimbangan individu dalam membeli

rumah. Fungsi perumahan akan semakin nyata apabila semakin kompleksnya fasilitas yang disediakan oleh pengembang.[8] Dalam penentuan atau penetapan harga yang dilakukan oleh produsen, maka *developer* atau pengembang, memiliki beberapa arahan atau tujuan yaitu, meningkatkan penjualan, memfokuskan pada pangsa pasar, keuntungan jangka panjang yang tinggi, keuntungan jangka pendek yang tinggi pula serta di barengi dengan pertumbuhan. Dalam hal ini, seorang produsen harus mempertimbangkan dengan matang terkait dengan harga yang dikeluarkan untuk menarik pembeli. Harga yang ditetapkan haruslah sesuai dan realistis dengan kondisi apa yang yang ada dilapangan, agar konsumen tertarik untuk membeli perumahan yang ditawarkan.

Lokasi merupakan area yang akan digunakan untuk keperluan kegiatan. Dalam hal ini, permintaan akan sebuah hunian juga didasari oleh faktor lokasi, apakah lokasi tersebut cocok, sesuai dan juga strategis. Pemilihan lokasi untuk memilih sebuah tempat tinggal perlu pertimbangan yang matang dan cermat, adapun beberapa faktor yang dilihat sebagai berikut: (1) keterjangkauan akan akses, apakah lokasi tersebut dapat dijangkau oleh fasilitas transportasi umum, (2) visiabilitas, maksudnya apakah letak tersebut dapat dilihat dari jarak pandang yang biasa, (3) di lalui oleh beberapa lalu lintas jalan seperti adanya kemancetan yang bisa menjadi hambatan, juga apakah dekat dengan toko kelontong atau ritel dalam efek *impulse buying*.[9] Pemilihan lokasi yang baik merupakan keputusan yang sangat penting. Pertama, karena keputusan lokasi mempunyai dampak yang

---

[8]Ismi Mahardini, Analisis Pengaruh Harga, Pendapatan, Lokasi, Dan Fasilitas Terhadap Permintaan Rumah Sederhana (Studi Kasus Perumahan Puri Dinas Mas Semarang), *Diponegoro Journal Of Economics*, Volume 1 Nomor 1 Tahun 2012, hal. 1.

[9]Tjiptono, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset,2006), hal. 26.

permanen dan jangka panjang apakah lokasi tersebut telah dibeli atau disewa. Kedua, lokasi akan mempengaruhi pertumbuhan usaha di masa mendatang. Lokasi yang dipilih haruslah mampu mengalami pertumbuhan ekonomi sehingga usahannya dapat dipertahankan. Dan apabila nilai lokasi memburuk akibat perubahan lingkungan yang dapat terjadi setiap waktu ke waktu mungkin saja usaha tersebut harus dipindahkan atau ditutup.[10]

Keputusan adalah serangkaian tindakan dari pertimbangan beberapa aspek dan dipilih satu pertimbangan yang mutlak terhadap apa yang dia lakukan atau yang dia pilih. Pengambilan keputusan merupakan langkah pertimbangan dalam membeli sejumlah barang atau jasa yang dipengaruhi oleh pengaruh lingkungan dan perbedaan individu sehingga menimbulkan efek puas setalah adanya keputusan yang dilakukan.[11] Sebelum melakukan pembelian, konsumen umumnya akan mencari informasi mengenai rumah yang diinginkan, menilai, membandingkan. Pada tahap kegiatan tersebut, persepsi dan sikap turut terlibat yang pada akhirnya akan menentukan suatu keputusan untuk membeli atau tidak.

Kepuasan akan dicapai apabila rumah yang dibeli sesuai keinginan dan harapannya. Sebaliknya apabila rumah yang dibeli tidak sesuai dengan keinginan dan harapannya akan menimbulkan ketidakpuasan. Terkait dengan masalah di atas bahwa pemahaman perusahaan terhadap keputusan konsumen sangatlah penting, karena hal ini dapat digunakan sebagai strategi perusahaan dalam mencapai

---

[10]Rani Puspa, Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Perumahan Ciujung River Park Serang Banten), *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, Volume 3 Nomor 2 Juli 2017, hal. 208.

[11]Annisa Budi Utami, Pengaruh Harga, Pendaptan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Di D'Kranji Residence Tahap II Bekasi Barat, *Epigram*, Vol. 12 No. 2 Oktober 2015, hal. 93.

keberhasilan pemasaran. Dengan memahami perilaku pembelian konsumen tersebut perusahaan dapat mengetahui apa yang dibutuhkan konsumen, seberapa besar frekuensi konsumen untuk melakukan dan melakukan pembelian ulang. Terlebih jika konsumen merasa puas maka akan memberi tahu orang lain atau dari mulut ke mulut, maka orang lain merasa tertarik dan dan para pengembang secara tidak langsung menarik konsumen atas kepuasan yang dimiliki.[12]

Proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh konsumen pada dasarnya merupakan serangkaian cara dalam memecahkan suatu permasalahan. Dalam hal ini, seorang konsumen harus benar-benar mencermati keputusan dalam memilih suatu hunian dan keputusan yang tepat akan menghasilkan keadaan yang baik pula. Konsumen harus melihat apakah letak lokasi perumahan tersebut strategis dengan apa yang diinginkan, akses jika ingin pergi ke suatu tempat, kondisi lingkungan yang sesuai, apakah saluran air lancar atau tidak. Banyak juga model atau tipe perumahan yang beragam, faktor kenyamanan hunian. Maka konsumen harus memperhatikan dalam membeli sebuah perumahan mulai dari pendapatan yang dimiliki, harga yang ditawarkan, lokasi yang dijadikan tempat untuk waktu yang lama.

Variabel pendapatan konsumen, harga dan lokasi sangat bisa mempengaruhi konsumen dalam proses penentuan keputusan pembelian rumah, tetapi masih ada lagi faktor-faktor yang mempengaruhinya. Yang pertama adalah variabel pendapatan konsumen atau individu sebagaimana jumlah uang yang didapatkan dari hasil kerja kerasnya guna memenuhi kebutuhan primer dan

[12]Edy Suryawardana, Analisis Faktor-Faktor Pertimbangan Konsume Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hunian Di Kecamatan Tembalang Kota Semarang, *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, Volume 19 Nomor 1 Juni 2017, hal. 23.

sekunder, *budget* atau pengeluaran yang akan digunakan untuk membeli sesuatu sesuai dengan kemampuan daya belinya. Variabel harga mencerminkan biaya yang dikeluarkan untuk membeli unit rumah, kesesuaian harga dengan daya beli atau kemampuan, kesesuaian harga dengan kualitas rumah dan juga kesesuaian harga melalui uang muka yang ringan. Dan terakhir variabel lokasi, bagaimana akses yang dimiliki oleh konsumen terhadap letak perumahan tersebut, dan juga ada beberapa indikator dalam lokasi yaitu kemudahan dalam menuju lokasi hunian, kedekatan dengan pusat kota, keuntungan lokasi rumah yang bebas banjir.

Dari pemaparan sebelumnya, penulis tertarik dengan kondisi tersebut dan ingin mengetahui apakah pendapatan konsumen, harga dan lokasi memiliki pengaruh terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian perumahan pada suatu produk dan jasa. Maka dari itu, penulis akan melakukan penelitian dengan judul "**Pengaruh Pendapatan Konsumen, Harga, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Satria Residence Kabupaten Tulungagung".**

B. Identifikasi Masalah

Dalam penelitian yang hendak dikaji mengenai identifikasi yang mungkin muncul dalam penelitian, supaya pembahasan yang dikaji menjadi terarah dan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai yaitu untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh pendapatan konsumen, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian Perumahan Satria Residence Kabupaten Tulungagung, maka identifikasi masalah dapat ditarik sebagai berikut:

1. Kebutuhan akan rumah semakin lama semakin meningkat mengingat laju pertumbuhan penduduk.
2. Harga tanah yang mengalami peningkatan, tetapi tidak dibarengi dengan pendapatan yang diterima seseorang.
3. Lokasi atau tempat perumahan yang berdiri mempengaruhi mahal tidaknya sebuah harga.

C. Rumusan Masalah

Beradasarkan dari pemaparan latar belakang, penelitian ini akan mengkaji beberapa rumusan masalah, yaitu:

1. Apakah pendapatan konsumen berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Perumahan Satria Residence di Kabupaten Tulungagung?
2. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Perumahan Satria Residence di Kabupaten Tulungagung?
3. Apakah lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Perumahan Satria Residence di Kabupaten Tulungagung?
4. Apakah pendapatan konsumen, harga, dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Perumahan Satria Residence di Kabupaten Tulungagung?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari pemaparan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan:

1. Untuk mengetahui pengaruh pendapatan konsumen terhadap pembelian Perumahan Satria Residence di Kabupaten Tulungagung.

2. Untuk mengetahui harga terhadap pembelian Perumahan Satria Residence di Kabupaten Tulungagung.
3. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap pembelian Perumahan Satria Residence di Kabupaten Tulungagung.
4. Untuk mengetahui pengaruh pendapatan konsumen, harga, dan lokasi terhadap pembelian Perumahan Satria Residence di Kabupaten Tulungagung.

E. Kegunaan Penelitian

Dengan adanya peneliti menyusun penelitian ini, maka peneliti mengharapkan memiliki hasil yang bermanfaat bagi akademik dan pihak praktisi sekalian. Kegunaan dari penelitian ini yaitu:

a. Bagi Akademik

Dapat dijadikan masukan atau literatur dari teori-teori ekonomi khususnya pada aspek pendapatan, harga, lokasi yang mempengaruhi keputusan pembelian yang akan mengambil atau membeli perumahan di Satria Residence Kabupaten Tulungagung.

b. Bagi Praktisi

1. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberi informasi dan bahan masukan kepada perusahaan properti Satria Residence mengenai keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen dalam menentukan pendapatan konsumen, harga, dan lokasi terkait dengan perumahan yang hendak dibeli.

2. Bagi Peneliti

Hasil dari penelitian diharapkan mampu menambah wawasan dan informasi bagi peneliti ke depannya, dan juga memiliki manfaat bagi peneliti lain yang akan mengambil tema dari permasalahan yang dikaji tersebut.

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

Ruanglingkup penelitian ini hanya berfokus pada variabel terikat dan variabel bebas, untuk variabel bebas yaitu pendapatan konsumen, harga dan lokasi, sedangkan untuk variabel terikatnya yaitu keputusan pembelian.

Sebab luasnya asumsi yang dapat diambil teori dan kondisi dilapangan, maka penulis membatasi masalah-masalah yang hendak diteliti agar tidak ingin meluas dan keluar dari konteks pembahasan. Pembatasan masalah dalam peneliti meliputi:

1. Masalah yang diteliti hanya pada ruang lingkup Perumahan Satria Residence yang berada di Kecamatan Jepun Kabupaten Tulungagung saja tanpa melakukan perbandingan dengan yang lain.
2. Terbatasnya waktu, tenaga, dan biaya penelitian, maka peneliti memilih Perumahan Satria Residence sebagai tempat penelitian.
3. Responden yang menjadi kajian penelitian ini adalah penghuni tetap atau yang sudah berpindah domisili di perumahan yaitu kepala keluarga,
4. Adapun atribut yang diteliti dalam penelitian ini adalah pendapatan konsumen, harga, dan lokasi terhadap keputusan pembelian.

G. Penegasan Istilah

Untuk menghindari kesalahpahaman dan untuk memudahkan dalam menelaah terhadap pokok-pokok permasalahan yang akan dikaji, maka penulis mengemukakan pengertian yang ada dalam judul skripsi di atas. Adapun istilah-istilah yang akan penulis kemukakan sebagai berikut:

1. Definisi Konseptual
   a. Pendapatan adalah seluruh penerimaan baik berupa uang atau barang yang berasal dari pihak lain atau industri yang dinilai atas dasar sejumlah uang dari harta yang berlaku saat itu.[13]
   b. Harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.[14]
   c. Lokasi adalah tempat dimana konsumen dapat menjangkau berbagai kegiatan yang dilakukan untuk mendapat kemudahan diperoleh dan tersedia bagi pelanggan sasaran.[15]
   d. Keputusan pembelian adalah salah satu proses penyelesaian masalah yang terdiri dari menganalisa atau pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencairan informasi, penilaian sumber-sumber seleksi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian dan perilaku setelah pembelian.[16]

---

[13]Sadono Sukirno, *Makroekonomi: Teori Pengantar,*(Jakarta: Rajawali Pers, 2000), hal. 26.

[14]Fandy Tjiptono, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2006), hal. 77

[15]Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran,* (Jakrata: Penerbit Indeks, 1997), hal, 261.

[16]Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran, Jilid 1,* (Jakarta: Penerbit Indeks, 2007), hal. 251.

2. Definisi Operasional

Dalam penelitian ini terdapat batas ruang lingkup yang sudah ditetapkan supaya nantinya penelitian ini hanya merujuk kepada permasalahan yang sudah ditetapkan. Dengan adanya pembatasan ini diharapkan pembahasan penelitian ini sesuai dengan sasaran dari permasalahan yang diambil peneliti. Penelitian ini hanya berfokus pada tiga permasalahan diantaranya pendapatan konsumen, harga dan lokasi. Ketiga permasalahan tersebut dengan variabel independen dan variabel dependennya ialah keputusan pembelian Perumahan Satria Residence Kabupaten Tulungagung.

H. Sistematika Pembahasan Skripsi

Adapun sistematika penyusunan laporan model penelitian kuantitatif dapat dibagi menjadi tiga bagian utama, yaitu:

1. Bagian awal terdiri dari: halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, motto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar gambar, daftar lampiran, daftar grafik, tranliterasi dan abstrak.
2. Bagian utama atau inti terdiri dari:

BAB I PENDAHULUAN

Diuraikan menjadi beberapa sub bab yang meliputi: latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, penegasan istilah, dan sistematika penulisan skripsi. Pada bab ini peneliti menggambarkan tentang keadaan dari berbagai hal mengapa skripsi ini dibuat serta

batasan masalah, tujuan dilakukannya penelitian serta kegunaan penelitian, dan penegasan istilah dan hal apa yang ada di dalam skripsi ini.

BAB II LANDASAN TEORI

Diuraikan dari berbagai teori, konsep dan beberapa literasi mengenai variabel-variabel penelitian. Diuraikan menjadi beberapa sub bab yang meliputi: kajian teori, penelitian terdahulu, kerangka konseptual, dan hipotesis penelitian. Keterkaitan antara bab pertama dan bab kedua yaitu pada bab ini menjelaskan tentang teori dari berbagai variabel penelitian sebelumnya sehingga dapat digunakan acuan untuk bab selanjutnya.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Diuraikan menjadi beberapa sub bab, yaitu: pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampling dan sampel penelitian, sumber data, variabel dan skala pengukuran, teknik pengumpulan dan instrumen penelitian serta analisis data. Setelah menentukan metode penelitian, peneliti terjun ke lapangan untuk meneliti fenomena yang dipilih sesuai dengan metode penelitian yang dipilih, kemudian selanjutnya hasil temuan penelitian akan di paparkan pada bab keempat.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Diuraikan menjadi beberapa sub bab yaitu profil objek penelitian, pengujian dan hasil analisa data, pembuktian hipotesis. Setelah di jelaskan hasil temuan penelitian pada bab keempat, selanjutnya akan menganalisis data-data tersebut yang menjadi jawaban atas rumusan masalah yang akan dibahas pada bab kelima.

BAB V PEMBAHASAN

Akan diuraikan mengenai pembahasan jawaban masalah penelitian dengan menggunakan hasil analisa data. Pada bab kelima akan menjelaskan rumusan masalah yang dibuat sebelumnya dan kemudian dihubungkan ke dalam latar belakang maupun fokus penelitian teori yang ada. Dan selanjutnya akan dilakukan penarikan kesimpulan dari peneliti yang peneliti lakukan di bab keenam.

BAB VI PENUTUP

Akan diurakan mengenai rangkaian dari penelitian yang terdiri dari kesimpulan dan saran atas permasalahan yang dikaji.

3. Bagian akhir terdiri dari daftar rujukan, lampiran-lampiran, surat pernyataan keaslian skripsi, dan daftar riwayat hidup.