

Determinan keputusan pembelian rumah sederhana di Kota Palembang

Maya Fusfita¹, Saadah Yuliana^{2*} dan Imelda²

¹ Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi, Universitas Sriwijaya

² Jurusan Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi, Universitas Sriwijaya

* Email penulis korespondensi: saadahyuliana@fe.unsri.ac.id

Abstract: The development will be the needs of the house continue to increase due to the increasing number of population. Therefore, the needs of the development of a simple home shown to low income people that done by the government through the developers continue to built. This study aim to analyze the factors which are presumed to influence the house purchaser to purchase a simple residential house in Sematang Borang District. This research uses primary data with samples as much as 110 respondents. The research used logistic-regression as the analyzing tool. The estimation results indicate that the location of the house has a non-significant and positive effect effect; the price suitability has a significant and positive effect; while the housing facilities has a non-significant and negative effect toward the decision of the purchaser. The most dominant variable in influencing the purchaser decision is the price suitability, with 1,96 odds ratio, which means that the decision of purchasing the simple residential house is 1,96 times compared to not purchasing the simple residential house.

Keywords: Logistic-regression, location, price suitability, housing facilities, purchaser decision

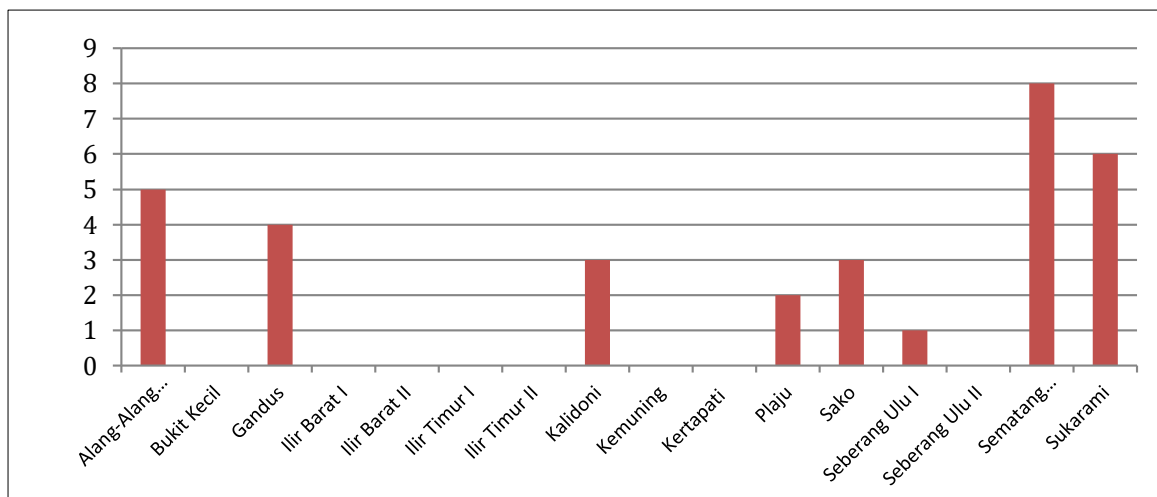
JEL Classification: R10, R21, R31

1. PENDAHULUAN

Penggerak pembangunan daerah dipengaruhi adanya pertumbuhan ekonomi. Dengan adanya pusat pertumbuhan ekonomi maka pembangunan akan diarahkan pada daerah-daerah yang memiliki potensi dan fasilitas wilayah sehingga akan mempercepat terjadinya kemajuan ekonomi, karena secara tidak langsung kemajuan daerah akan membuat masyarakat untuk mencari kehidupan yang lebih layak di daerah itu. Pembangunan juga harus diikuti dengan pembangunan infrastruktur, transportasi, komunikasi, dan kelembagaan sosial yang secara alamiah meningkatkan daya tarik investasi (Imelda, 2013).

Kebutuhan akan rumah adalah kebutuhan yang sangat vital bagi kehidupan manusia selain kebutuhan akan pakaian dan makanan. Menurut Soetalaksana (2000) rumah merupakan salah satu bagian penting dalam kehidupan masyarakat, oleh sebab itu pemenuhannya akan selalu diusahakan dalam tingkat kehidupan setiap orang, dengan memperhatikan selera dan kemampuan keuangan yang ada. Kepemilikan perumahan akan dipengaruhi oleh faktor penentu keputusan terhadap rumah yang pada dasarnya bersifat kompleks karena tergantung pada banyak hal. Menurut Akhmad (2014) faktor yang mempengaruhi permintaan akan rumah dipengaruhi oleh harga barang itu sendiri, harga barang terkait, pendapatan konsumen, selera, jumlah penduduk, dan harapan masa yang akan datang. Berbeda lagi dengan Wijayanti (2015) keputusan konsumen akan pembelian rumah sederhana dipengaruhi oleh faktor lokasi, harga, kualitas produk, dan promosi.

Pada Gambar 1 menunjukkan bahwa jumlah perumahan sederhana tersebar di enam belas kecamatan di Kota Palembang. Rumah sederhana terbanyak berada pada Kecamatan Sematang Borang dengan jumlah persebaran rumah sederhana sebanyak delapan perumahan. Dan kecamatan lainnya yang memiliki perumahan sederhana ialah Kecamatan Alang-alang Lebar, Gandus, Kalidoni, Plaju, Sako, Seberang Ulu I, dan Kecamatan Sukarami.



Gambar 1. Jumlah Perumahan Sederhana Di Palembang

Sumber: KPR perumahan.com (diolah)

Pembangunan perumahan di Kecamatan Sematang Borang sebanyak delapan perumahan dengan luas daerah 51,46 kilometer persegi, dirasa masih kurang untuk menampung jumlah rumah tangga sebanyak 8.393 jiwa. Melihat kebutuhan akan rumah di Kecamatan Sematang Borang yang masih tinggi, serta luas daerah yang masih cukup strategis dan memadai akan mendorongnya pertumbuhan pembangunan perumahan di Kecamatan Sematang Borang. Faktor utama lain yang menjadi pertimbangan konsumen yaitu lokasi dan fasilitas. Lokasi berkaitan dengan keterjangkauan dan kemudahan untuk menjangkau lokasi perumahan. Semakin strategis lokasi yang dihuni, maka pilihan tempat tinggal di perumahan tersebut akan semakin tinggi. Lokasi perumahan yang dekat dengan tempat kerja dan akses kendaraan akan menarik minat beli konsumen.

Berdasarkan uraian sebelumnya masih sangat terbatas studi yang melihat faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan untuk memiliki tempat. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki pengaruh lokasi, kesesuaian harga, dan fasilitas terhadap keputusan pembelian rumah sederhana di Kota Palembang.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Teori Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen dapat dipahami dengan cara preferensi konsumen, keterbatasan anggaran dan pilihan-pilihan konsumen. Perilaku konsumen memiliki preferensi (kesukaan) atas sejumlah barang dan dibatasi dengan anggaran keuangan yang memaksa mereka untuk menentukan pilihan mana yang dapat dibeli (Pindyck, 2007).

2.2. Teori Pengambilan Keputusan Konsumen

Konsumen membuat banyak keputusan pembelian setiap hari, ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi konsumen. Faktor-faktor tersebut antara lain faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan yang terakhir faktor psikologis (Kotler dan Armstrong, 2008).

Faktor budaya terdiri dari budaya, subbudaya, dan kelas sosial. Budaya mengajarkan nilai dasar, persepsi, keinginan, dan perilaku yang dipelajari oleh anggota masyarakat dari keluarga. Subbudaya ialah sekelompok orang yang berbagi sistem nilai berdasarkan pengalaman hidup dan situasi umum yang meliputi kebangsaan, agama, kelompok ras, dan daerah geografis. Terakhir, kelas sosial terdiri dari anggota di masyarakat yang relatif permanen dan berjenjang dimana anggotanya berbagi nilai, minat, dan perilaku yang sama. Selain itu, faktor sosial terdiri dari kelompok, keluarga, peran dan status. Kelompok yang berpengaruh langsung dilihat dari titik perbandingan atau titik referensi langsung atau tidak langsung dalam membentuk sikap atau perilaku seseorang.

Faktor Pribadi terdiri dari usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup dan kepribadian. Pembelian dibentuk oleh tahap siklus hidup keluarga, yaitu tahap-tahap yang

dilalui keluarga sehingga mereka menjadi matang seiring dengan berjalannya waktu. Pekerjaan seseorang berpengaruh pada pilihan barang dan jasa yang mereka gunakan. Gaya hidup mencerminkan kepribadian yang digambarkan dalam perilaku seperti kepercayaan diri, kemampuan bersosialisasi, kemampuan beradaptasi, dan sifat agresif. Kemudian faktor psikologis terdiri dari motivasi, persepsi, pembelajaran, dan keyakinan. Motivasi adalah kebutuhan dengan tekanan kuat yang mengarahkan seseorang untuk mencari kepuasan.

2.3. Keputusan Pembelian Rumah

Proses keputusan pembelian menurut Kerin, Hartle dan Rudelius terdiri dari lima tahap yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian (Kotler dan Armstrong, 2008). Menurut Hawkins & Motherbaugh (2010) membagi keterlibatan pengambilan keputusan konsumen ke dalam tiga tipe, yakni: pengambilan keputusan nominal, pengambilan keputusan terbatas, dan pengambilan keputusan yang diperluas. Pengambilan keputusan nominal disebut pengambilan keputusan sebagaimana kebiasaan pada pembelian yang bersifat rutin.

2.4 Teori Permintaan

Permintaan diperoleh dari permintaan masing-masing individu sehingga permintaan sangat bergantung pada semua faktor yang menentukan permintaan individu, termasuk penghasilan, selera, dan harapan individu serta harga barang-barang terkait. Permintaan akan rumah dapat ditentukan oleh peningkatan pendapatan atau daya beli masyarakat bersangkutan dan tingkat harga yang berlaku di pasaran. Permintaan masyarakat juga dapat dipengaruhi oleh pelayanan perusahaan pengembang yang memberikan fasilitas dan pelayanan yang menarik (Sjafrizal, 2012).

2.5 Teori Lokasi

Teori lokasi merupakan teori dasar yang sangat penting dalam analisis ekonomi spasial di mana tata ruang dan lokasi kegiatan ekonomi merupakan unsur utama. Teori lokasi memberikan kerangka analisis yang sistematis mengenai pemilihan lokasi kegiatan ekonomi dan sosial, serta analisis interaksi antar wilayah (Sjafrizal, 2012).

Pola umum pemilihan lokasi perumahan didasarkan pada Teori Von Thunen dengan sewa tanah sebagai faktor penentu utama, namun demikian sistem dan kondisi jaringan jalan dan transportasi yang terdapat pada daerah perkotaan bersangkutan juga ikut memengaruhi. Karena disamping harga tanah, aksesibilitas merupakan faktor penting juga. Ini berarti wilayah dengan fasilitas jalan dan transportasi yang baik akan banyak menjadi pilihan lokasi perumahan dibandingkan dengan wilayah yang masih mempunyai fasilitas jalan dan transportasi terbatas walaupun lokasi lebih dekat ke pusat kota (Sjafrizal, 2012).

3. METODE

Ruang lingkup penelitian ini membahas mengenai faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian rumah sederhana tipe 36 di Kecamatan Sematang Borang. Variabel independen dalam penelitian ini adalah lokasi (dilihat dari kemudahan, keterjangkau lokasi perumahan, kedekatan dengan tempat kerja, dan lokasi aman bebas banjir), kesesuaian harga (dilihat dari kemampuan daya beli, kesesuaian uang muka, dan kesesuaian harga dengan kualitas rumah), dan fasilitas (dilihat dari ketersediaan fasilitas umum, fasilitas sosial, dan kondisi rumah serta lingkungan), sedangkan variabel dependen adalah keputusan pembelian rumah sederhana.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dan kuantitatif menggunakan teknik analisis regresi probit dan logit. Teknik analisis regresi logit dilakukan untuk melihat bagaimana lokasi, kesesuaian harga, dan fasilitas terhadap keputusan pembelian rumah sederhana. Adapun model regresi logit yang dilakukan dalam penelitian disajikan pada persamaan sebagai berikut:

$$\ln\left(\frac{P_i}{1 - P_i}\right) = Z_i = \beta_0 + \beta_1\text{Lok} + \beta_2\text{KH} + \beta_3\text{Fas}$$

dimana: P_i adalah probabilitas konsumen membeli rumah sederhana; $1 - P_i$ adalah probabilitas konsumen; tidak membeli rumah sederhana; β adalah Koefisien variabel; Lok adalah Lokasi; KH adalah kesesuaian harga; dan Fas adalah fasilitas.

Tidak seperti pada analisis regresi linier berganda atau sederhana, interpretasi pada analisis regresi logistik tidak dapat dibaca langsung melalui nilai koefisiennya. Untuk dapat diinterpretasikan, nilai koefisien setiap variabel harus dieksponensialkan. Setelah diperoleh nilai $\exp(b)$ atau dikenal *Odds Ratio*, maka model akan siap diinterpretasi. Untuk variabel bebas kuantitatif akan dibaca semakin besar atau semakin kecil sedangkan untuk variabel kualitatif akan dibaca sebagai tingkat perbandingan (Widarjono, 2005).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Uji Validitas Data

Uji validitas dihitung dengan menggunakan rumus indeks korelasi *Pearson's Product Moment*. Berdasarkan jumlah responden sebanyak 110 dan tingkat signifikan 5 persen, maka didapat r-tabel sebesar 0,1857. Dengan demikian, apabila r-hitung lebih besar dari 0,1857 maka instrumen penelitian dikatakan valid. Hasil uji validitas penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	r hitung	R tabel	Keterangan
Lok1	0.893	0.1857	Valid
Lok2	0.894	0.1857	Valid
Lok3	0.825	0.1857	Valid
KH1	0.869	0.1857	Valid
KH2	0.884	0.1857	Valid
KH3	0.882	0.1857	Valid
Fas1	0.848	0.1857	Valid
Fas2	0.850	0.1857	Valid
Fas3	0.869	0.1857	Valid

Sumber: Data Primer, diolah 2017

Masing-masing pertanyaan dinyatakan valid apabila r hitung lebih besar dibandingkan nilai r tabel. Seluruh pertanyaan variabel yang terdapat dipertanyaan memiliki nilai r hitung > r tabel yang bernilai 0.1857. Sehingga dari hasil tersebut dinyatakan bahwa seluruh pertanyaan dikatakan valid. Maka seluruh butir pertanyaan yang dijadikan instrument penelitian memenuhi syarat untuk dijadikan sebagai alat ukur pada penelitian ini.

4.2. Uji Reliabilitas Data

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui tingkat kestabilan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Untuk menguji konsistensi dapat digunakan rumus koefisien alpha atau metode *Cronbarch Alpha*. Hasil uji reliabilitas data ditunjukkan pada tabel di bawah ini:

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Item	Jumlah Item Pertanyaan	Cronbarch Alpha
Lok	3	0,840
KH	3	0,851
Fas	3	0,816

Sumber: Data Primer, diolah 2017

Suatu instrumen dikatakan layak untuk dipergunakan jika nilai *Cronbarch Alpha* lebih dari 0,6. Nilai *Ap/ha* pada keseluruhan Tabel 2 menunjukkan nilai korelasi *r*-hitung > 0,6. Sehingga seluruh item variabel memiliki hubungan yang sangat erat sehingga dapat diandalkan dan memenuhi syarat untuk dijadikan sebagai alat ukur pada penelitian ini.

4.3. Uji Multikolineritas

Uji multikolineritas digunakan untuk melihat korelasi antar variabel bebas. Syarat pengambilan keputusan terhadap hipotesa adalah berdasarkan nilai *Variance Inflation Fator* (VIF) atau nilai *tolerance*. Hasil perhitungan uji multikolineritas adalah sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Multikolineritas

Variabel	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Lokasi	0.398	2.514
Kesesuaian Harga	0.590	1.696
Fasilitas	0.430	2.324

Sumber: Data Primer, diolah 2017

Hasil perhitungan dari Tabel 3 terlihat bahwa nilai VIF untuk ketiga variabel bebas baik lokasi, kesesuaian harga, dan fasilitas memiliki nilai kurang dari 10 dan nilai *tolerance* dari masing-masing variabel bebas juga memiliki nilai diatas 0,1. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa H0 diterima sehingga tidak terjadi masalah multikolineritas antar variabel bebas sehingga layak untuk dipergunakan.

4.4. Hasil Estimasi Model

Pada penelitian ini, terdapat satu variabel terikat dan tiga variabel bebas. Analisis regresi digunakan untuk mengetahui pengaruh lokasi, kesesuaian harga dan fasilitas terhadap probabilitas keputusan rumah tangga membeli rumah sederhana menggunakan regresi logit (logistik). Berdasarkan nilai koefisien (β) pada perhitungan diatas, maka model persamaan regresi yang akan terbentuk adalah sebagai berikut:

$$Z_i = -0,153 + 0,231 \text{ Lok} + 0,677 \text{ KH} - 0,522 \text{ Fas}$$

Secara lebih rinci hasil estimasi model regresi logistik pada penelitian ini disajikan pada Tabel 4 seperti berikut:

Tabel 4. Hasil Regresi Logistik

Variable	B	S.E.	Wald	Df	Sig.	Exp (B)	95.0% C.I. For EXP(B)	
							Lower	Upper
Lok	0.231	0.48	0.232	1	0.63	1.26	0.492	3.23
KH	0.677	0.356	3.612	1	0.057*	1.967	0.979	3.953
Fas	-0.522	0.46	1.293	1	0.256	0.593	0.241	1.46
Constant	-0.153	1280	0.014	1	0.095	0.858	-	-

- a. Variable(s) entered on step 1: Lok, KH, Fas.
- b. Simultan pada tingkat 10%, uji satu arah 0,10

Sumber: Data Primer, diolah 2017

Nilai koefisien pada regresi logistik tidak bisa diinterpretasikan secara langsung. Untuk menjelaskannya maka nilai koefisien perlu diinterpretasikan menjadi nilai probabilitas yang disebut *odds ratio* yang ditunjukkan oleh nilai Exp (β). Penjelasan fungsi tersebut adalah sebagai berikut:

- (1) Nilai konstanta pada penelitian ini adalah sebesar -0,153 dengan nilai *odds ratio* 0.858. Hal ini menjelaskan bahwa saat tingkat lokasi, kesesuaian harga, dan fasilitas bernilai 1 maka

probabilitas keputusan masyarakat untuk membeli rumah sederhana adalah 0,858 kali lipat dibandingkan tidak membeli rumah sederhana. Nilai konstanta negatif karena jangkauan nilai variabel bebas tidak memasukan nilai nol sebagai salah satu nilai yang diamati. Variabel bebas yang digunakan menggunakan skala likert satu sampai lima tidak memasukkan angka nol, sehingga variabel bebas tidak mungkin sama dengan nol. Maka nilai konstanta yang bernilai negatif tidak menjadi masalah selama nilai variabel bebas tidak bernilai nol.

- (2) Nilai koefisien variabel lokasi sebesar 0.231 dengan nilai *odds ratio* yang diperoleh sebesar 1.26. Dengan demikian memperlihatkan bahwa variabel lokasi memiliki pengaruh positif terhadap keputusan masyarakat dalam minat beli rumah sederhana. Hubungan yang positif ini menjelaskan bahwa semakin baik lokasi, maka kemungkinan lokasi mempengaruhi minat masyarakat untuk membeli rumah sederhana sebesar 1.26 kali lipat dibandingkan kemungkinan masyarakat tidak membeli rumah.
- (3) Variabel kesesuaian harga dengan nilai koefisien sebesar 0.677 dengan nilai *odds ratio* 1.967. Variabel kesesuaian harga memiliki pengaruh positif terhadap keputusan masyarakat dalam keputusan minat beli rumah sederhana. Menggunakan tingkat signifikan 10 persen 0.057 lebih kecil dari pada 0.10 yang berarti bahwa kesesuaian harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan minat beli rumah sederhana. Nilai *odds ratio* pada variabel kesesuaian harga adalah sebesar 1.967, semakin sesuai harga yang harus dibayarkan menyebabkan semakin tinggi peluang masyarakat untuk membeli rumah sederhana. Maka peluang membeli rumah sederhana adalah sebesar 1.967 kali lipat dibandingkan tidak membeli rumah sederhana.
- (4) Fasilitas memiliki hubungan negatif terhadap keputusan membeli rumah sederhana. Hal ini terlihat dari koefisien yang bernilai negatif yaitu -0.522 terhadap keputusan masyarakat. Nilai *odds ratio* pada variabel fasilitas adalah sebesar 0.593 yang berarti variabel fasilitas berpengaruh negatif terhadap keputusan. Semakin kurang baik fasilitas maka peluang untuk membeli rumah adalah 0.593 kali lipat dibandingkan tidak membeli rumah.

4.5. Overall Test

Overall Test atau uji serentak digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat secara bersamaan. Uji ini digunakan untuk melihat pengaruh antara variabel bebas yaitu lokasi, kesesuaian harga, dan fasilitas secara bersamaan terhadap keputusan membeli rumah sederhana. Hasil uji *Maximum Likelihood* seperti pada Tabel 6:

Tabel 5. Omnibus Tests of Model Coefficients

Chi-Square	Df.	Signifikansi
44.525	3	.000

Sumber: Data Primer, diolah 2017

Berdasarkan hasil output pada Tabel 5 yang menunjukkan nilai *Chi-square* 44.525 dan nilai Sig. 0.000, nilai ini lebih kecil dari tingkat signifikansi uji sebesar 0.05 sehingga hipotesis nol yang menyatakan bahwa tidak ada variabel bebas yang berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat dapat ditolak. Maka dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel bebas yaitu lokasi, kesesuaian harga, dan fasilitas berpengaruh signifikan secara bersamaan terhadap probabilitas keputusan responden yang terdiri dari rumah tangga untuk membeli rumah sederhana.

4.5 Parsial Test

Uji signifikan parsial menunjukkan pengaruh masing-masing variabel independent terhadap variabel dependennya. Pengambilan keputusan bergantung pada hasil perhitungan *Wald Test*. Hasil perhitungan uji signifikan parsial sebagai berikut:

Tabel 6. Hasil Uji Wald Test

Variabel	Wald	Chi-Square tabel	Pengaruh
Lokasi (Lok)	0.232	2,706	Tidak ada
Kesesuaian (KH)	3.612	2,706	Ada
Fasilitas (Fas)	1.293	2,706	Tidak Ada

Sumber: Data Primer, diolah 2017

Hasil Wald Test pada variabel lokasi menunjukkan nilai 0.232 sehingga nilai Wald Test $< \lambda^2$ tabel yang bernilai 2.706. Sehingga diambil keputusan H_0 diterima. Dengan demikian tidak ada pengaruh antara lokasi terhadap keputusan pembelian rumah sederhana. Kesesuaian harga memberikan pengaruh terhadap keputusan masyarakat membeli rumah sederhana. Hal ini terlihat dari nilai Wald Test yaitu 3.612 yang lebih besar dibandingkan λ^2 tabel yang bernilai 2.706. Dilihat dari sisi fasilitas, nilai Wald Test variabel adalah 1.293 dengan λ^2 tabel adalah sebesar 2.076 sehingga H_0 diterima. Artinya tidak ada pengaruh antara fasilitas terhadap keputusan pembelian rumah sederhana.

4.6. Pseudo R-Square

Pada tabel *Model Summary* di atas untuk melihat kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen digunakan nilai *Nagelkerke R Square*. Nilai tersebut disebut juga *Pseudo R Square* atau jika pada regresi linear (OLS) lebih dikenal dengan istilah *R-Square*.

Tabel 7. Model Summary

Step	-2 Log Likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	107.967 ^a	.333	.444

a. Estimation terminated at iteration number 4 because parameter estimates changed by less than .001.

Sumber: Data Primer, diolah 2017

Nilai *Nagelkerke R Square* pada tabel di atas adalah sebesar 0,444 yang menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen yaitu lokasi, kesesuaian harga, dan fasilitas dalam menjelaskan variabel dependen yaitu probabilitas keputusan rumah tangga dalam mengambil keputusan membeli rumah sederhana adalah sebesar 44,4 persen.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah dilakukan maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut: (1) lokasi memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian rumah. Dengan nilai *odds ratio* sebesar 1,26 yang berarti keputusan membeli masyarakat berpeluang 1.26 kali lipat dibandingkan kemungkinan tidak membeli rumah sederhana. Semakin strategis perumahan dilihat dari lokasi yang dekat dengan tempat kerja; dekat dengan sekolah; pasar dan pusat kota, serta lokasi yang aman dan bebas banjir semakin besar mempengaruhi konsumen terhadap keputusan membeli rumah sederhana; (2) kesesuaian harga memiliki pengaruh positif dan signifikan pada tingkat signifikan 10 persen terhadap keputusan pembelian rumah sederhana. Dengan nilai *odds ratio* sebesar 1.967, berarti semakin sesuai uang muka yang harus dibayarkan; kesesuaian harga dengan kualitas rumah; dan kemampuan minat beli konsumen semakin tinggi keputusan masyarakat untuk membeli rumah sederhana. Variabel kesesuaian harga menjadi faktor dominan yang mempengaruhi keputusan pembelian rumah sederhana; dan (3) fasilitas berpengaruh secara negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian rumah sederhana. Nilai *odds ratio* 0.593 yang berarti semakin kurang baik kelengkapan fasilitas maka keputusan untuk membeli rumah adalah 0.593 kali lipat. Responden tidak menjadikan kelengkapan fasilitas terhadap faktor utama dalam mengambil keputusan membeli rumah sederhana.

REFERENSI

Akhmad. 2014. *Ekonomi Mikro: Teori dan Aplikasi di Dunia Usaha*. Yogyakarta: Penerbit CV Andi Offset.

- Hawkins, D.I., dan Mothersbaugh, D.L. (2010) *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*. (11th edition). McGraw-Hill, Irwin
- Imelda. 2013. *Identifikasi Pusat Pertumbuhan dan Daerah Hiterland Kota Palembang*. Laporan Penelitian Dosen. Inderalaya: Universitas Sriwijaya.
- Keputusan Menteri Pemukiman dan Prasarana Wilayah Nomor 217/KPTS/M/2002 Tentang Kebijakan dan Strategi Nasional Perumahan dan Pemukiman.
- Kotler dan Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaram Edisi Keduabelas Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Pindyck dan Daniel L. 2007. *Mikro Ekonomi Edisi Keenam Jilid 1*. Jakarta: PT. Indeks.
- Sjafrizal. 2012. *Ekonomi Wilayah Dan Perkotaan*. Cetakan kedua. Jakarta: Raja Grafindo.
- Sjafrizal. 2012. *Ekonomi Regional: Teori dan Aplikasi*. Padang: Baduose Media.
- Soetalaksana, Tito. 2000. *Aspek Pembiayaan Perumahan Khususnya RS/RSS, Usahawan*. No 03 Th XXIX, Maret 2000, hlm 8.
- Widarjono, Agus. 2005. *Ekonometrika Teori dan Aplikasinya*, Edisi Pertama. Yogyakarta: Ekonosia.
- Wijayanti. 2015. *Pengaruh Lokasi, Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Surodinawan Mulya Jaya Mojokerto*. *Majalah Ekonomi*, 20(1), 109-123.