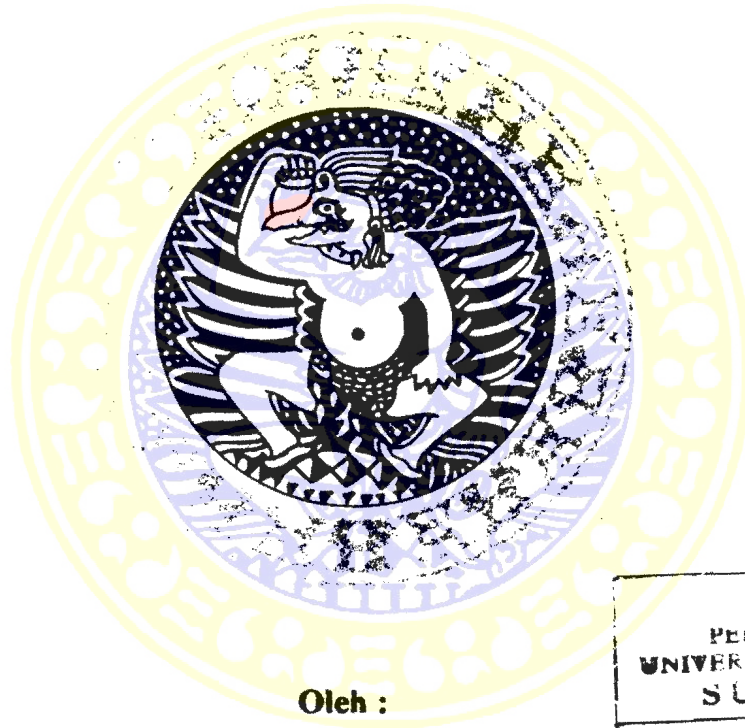


**SUMBER-SUMBER INFORMASI
DALAM PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK PERUMAHAN
DI MASA KRISIS**

**(Studi Deskriptif Sumber-Sumber Informasi dalam Proses Pengambilan
Keputusan Pembelian Produk Perumahan Citra Harmoni Sidoarjo)**

SKRIPSI



Oleh :

MILIK
PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA

DYAN RAHMIATI
NIM. 079514742

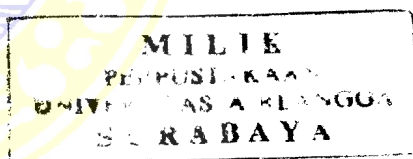
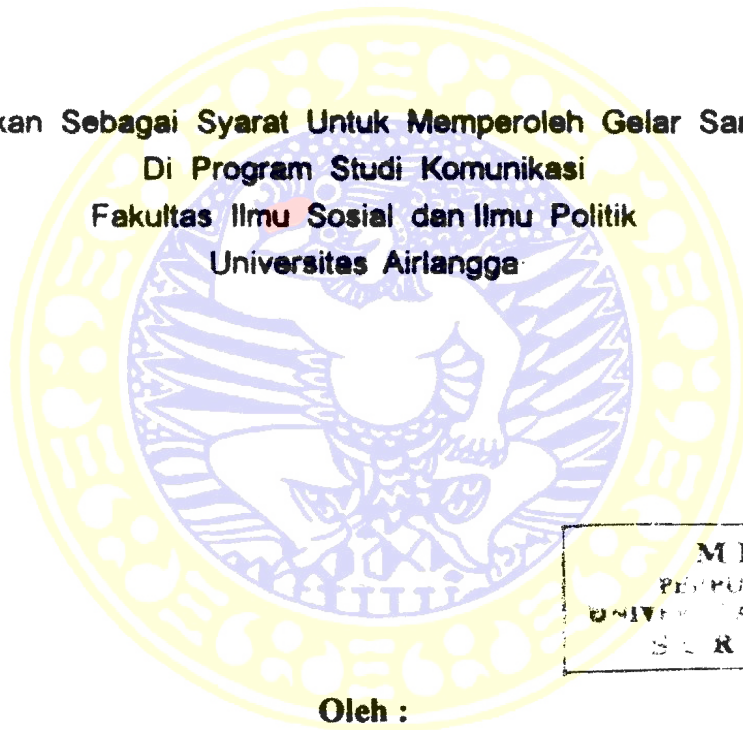
**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
2001**

**SUMBER-SUMBER INFORMASI
DALAM PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK PERUMAHAN
DI MASA KRISIS**

**(Studi Deskriptif Sumber-Sumber Informasi dalam Proses Pengambilan
Keputusan Pembelian Produk Perumahan Citra Harmoni Sidoarjo)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Di Program Studi Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Airlangga



Oleh :

DYAN RAHMIATI
NIM. 079514742

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
2001**

Surabaya, 8 Desember 2000

Skripsi ini telah disetujui

Untuk diujikan

Dosen Pembimbing



Drs. Yan Yan Cahyana, MA

NIP. 131 289 506

Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan panitia penguji
pada tanggal 10 Januari 2001

Panitia penguji terdiri dari :

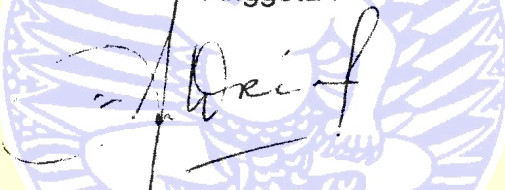
Ketua



Drs. Soetojo Dorsosentono, MS

NIP. 130 431 372


Anggota I



Andria Saptiasari S. Sos

NIP. 132 205 655

Anggota II



Drs. Yan Yan Cahyana, MA

NIP. 131 289 506

ABSTRAK

Produk rumah merupakan produk yang memiliki keterlibatan tinggi, karena memiliki resiko yang besar secara finansial, sosial dan psikologis. Sehingga memerlukan informasi yang cukup sebelum melakukan proses pembelian. Bertambahnya jumlah pengembang yang menawarkan beragam produk perumahan dengan berbagai fasilitas yang diunggulkan membuat calon konsumen harus lebih memiliki pengetahuan produk yang cukup. Terlebih lagi apabila keputusan pembelian dilakukan pada saat krisis moneter, dimana secara finansial akan lebih beresiko. Informasi yang didapat intinya untuk mengurangi resiko dalam mengambil keputusan pembelian.

Kebutuhan informasi diperoleh dari sumber-sumber yang dipercaya, bisa berasal dari pemasar atau yang disediakan pemasar atau bahkan berasal dari sumber non-pemasar. Oleh karena itu peneliti merasa perlu meneliti sumber-sumber informasi apa yang dimanfaatkan dalam proses pengambilan keputusan pembelian produk perumahan. Tujuannya untuk mengidentifikasi sumber informasi yang digunakan konsumen, personal maupun non personal, yang disediakan pemasar atau diluar dari yang disediakan pemasar. Penelitian ini menggunakan metoda survey dengan tipe analisis penelitian deskriptif. Teori yang digunakan antara lain Saluran Informasi, Sumber Informasi, Bauran Promosi, Teori Pengambilan Keputusan, serta Pencarian Informasi.

Penelitian ini dilakukan di kompleks perumahan Citra Harmoni Sidoarjo, karena merupakan kompleks perumahan yang berdiri sesaat sebelum krisis moneter. Menggunakan metode total sampling, mendapatkan data dari 43 responden yaitu penghuni Citra Harmoni yang menetap atau bertempat tinggal tetap di kawasan penelitian tersebut. Dari 43 responden diambil data primer dengan menggunakan daftar pertanyaan. Temuan data kemudian dianalisis secara kuantitatif dengan menggunakan tabel frekuensi yang diperoleh.

Dari hasil analisis yang dilakukan, ditemukan kecenderungan penduduk Citra Harmoni memanfaatkan sumber informasi personal (tenaga pemasaran, konsumen CH, surat langsung, telemarketing, saudara dan teman) dibandingkan sumber informasi non-personal (sumber netral, promosi penjualan, iklan melalui media) dalam mendapatkan informasi mengenai produk untuk keperluan pengambilan keputusan pembelian. Walaupun tenaga pemasar masih banyak dipercaya untuk dijadikan sumber informasi, namun konsumen Citra Harmoni sendiri memiliki potensi besar untuk menjadi sumber informasi yang dapat dipercaya atau sumber informasi utama konsumen. Demikian pula pada sumber informasi non-personal, yang dipilih responden sebagai sumber informasi utama adalah yang berasal dari pemasar, yaitu pameran perumahan.