

- Rta. P. P. P.
1. 1. 1. 1.
1. 1. 1. 1.

**ANALISIS KESESUAIAN HARAPAN DAN PERSEPSI
KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT PERUMAHAN PT. "X"
SIDOARJO**

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN
DALAM MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN**



100
B. 1188 / 98
Pri
2

**MILIK
PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA**

DIAJUKAN OLEH :

WAHYU PRIYAMBODO

No. Pokok : 049213911

**KEPADA
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
1998**

SKRIPSI
ANALISIS KESESUAIAN HARAPAN DAN PERSEPSI
KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT PERUMAHAN PT. "X"
SIDOARJO

Diajukan oleh:

WAHYU PRIYAMBODO

No. Pokok: 049213911

Telah disetujui dan diterima dengan baik oleh:

Dosen Pembimbing,



DRA. EC. HJ. ZAINIMAR NARO

tanggal: 14 - 9 - 1998

Ketua Jurusan,



DR. AMIRUDDIN UMAR, SE

tanggal: 4 - 9 - 1998

ABSTRAKSI

Di Indonesia dewasa ini, pembangunan perumahan dan pemukiman merupakan masalah pokok yang dihadapi oleh pemerintah. Mengingat kemampuan pemerintah dalam pengadaan rumah melalui Perum Perumnas masih terbatas, maka pemerintah berusaha meningkatkan peran swasta dalam pengadaan rumah dengan memberikan fasilitas-fasilitas pendukung yang diperlukan.

Dengan besarnya peluang yang diberikan kepada pengembang swasta dan tingginya permintaan masyarakat akan kebutuhan perumahan, mengakibatkan persaingan yang makin tajam diantara para pengembang swasta yang saling menarik minat konsumen terhadap berbagai jenis produk rumah yang ditawarkan.

Sebagai pengembang swasta di Surabaya, PT. "X" memulai pembangunan perumahannya di kawasan Sidoarjo yang ditujukan untuk segmen masyarakat menengah ke atas.

Dalam memasarkan perumahannya, PT. "X" perlu untuk mengetahui harapan konsumen dalam membeli rumah, faktor-faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian rumah, yang selanjutnya diharapkan perusahaan mampu mengambil keputusan pemasaran secara tepat.

Maka dari itu penulis melakukan penelitian ini yang dimaksudkan untuk mengetahui ada-tidaknya perbedaan antara harapan dan persepsi konsumen terhadap perumahan PT. "X". Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuisioner (pertanyaan) mengenai harapan dan persepsi konsumen terhadap atribut perumahan PT. "X", dimana kuisioner tersebut diberikan kepada konsumen yang sudah membeli dan menempati rumah di perumahan PT. "X". Metode pengambilan sampelnya adalah *Proportional Stratified Random Sampling*, dimana responden yang dijadikan bahan penelitian dikelompokkan berdasarkan tipe rumah yang ditempatinya.

Dari jawaban responden tentang harapan konsumen dan persepsi konsumen untuk tiap-tiap atribut perumahan PT. "X", kemudian dibandingkan dengan menggunakan Tes Ranking Bertanda Wilcoxon untuk data berpasangan melalui program SPSS (*Statistical Program for Social Science*).

Setelah dilakukan pengujian hipotesis, maka dapat diambil kesimpulan bahwa secara umum hipotesis diterima karena persepsi konsumen terhadap perumahan PT. "X" sudah sesuai dengan harapan konsumen. Bahkan ada satu kelompok konsumen yang merasa sangat puas atas semua atribut perumahan yang ditawarkan perusahaan. Selain itu ada juga kelompok konsumen yang merasa tidak puas terhadap brosur yang diberikan oleh perusahaan, karena konsumen merasa bahwa brosur yang diberikan kurang lengkap dalam menginformasikan spesifikasi lingkungan. Tetapi dari total atribut promosi untuk kelompok konsumen tersebut sudah sesuai dengan harapannya.