ABSTRACTION

The development of real estate nowadays is not apart from the increasing of real estate market as the result of population growth. The rapid of urban population growth in addition to be influenced by the natural growth by birth, they are influenced by growth which is caused of migration. This second growth have a big impact on the increasing of housing need.

This research intends to know the independent variables effect: price, promotion, payment method, location, design, providing facilities and real estate environment toward the dependent variable of consumer behavior on the decision of purchasing middle real estate in Puncak Buring Indah (PBI), Bumi Purwantoro Agung (BPA), Puncak Dieng Ekslusif (PDE), and the three location of real estate (PBI, BPA, PDE) in Malang municipalities. The sample which is used on this research consists of 120 respondents which are divided into 30 respondents on PBI real estate, 60 respondents on BPA real estate, and 30 respondents on PDE real estate.

According to the calculation by using double linier regression model to these middle real estate, it is known that price, promotion, payment method, location, design, providing facilities and real estate environment variables having realiable impact with R^2 for PBI real estate on 98.91%, BPA real estate on 78,81%, PDE real estate on 90,16%, and the three real estate location on 69,17%, they meant that the independent variable which is used together on this research can influence the consumer behavior on purchasing house decision. The variable which have primary impact in each real estate environment is providing facilities, for PBI real estate the value of t_{sum} = 5,335 and the coeffisient of regression is 0,3564 with the wrong probability on 0,0002 and the value of partial correlation is on 0,5640. BPA real estate the value of t_{sum} = 2,920 and the coeffisient of regression is 0,2755 with the wrong probability on 0,00516 and the value of partial correlation is on 0,1409. PDE real estate the value of t_{sum} = 3,320 and the coeffisient of regression is 0,3912 with the wrong probability on 0,00311 and the value of partial correlation is on 0,3338. On the three real estate environment, the value of t_{sum} = 4,826 and the coeffisient of regression is 0,2497 with the wrong probability on 0,0000 and the value of partial correlation is on 0,1721.

And according to Chi-Square test, it is proved that there are no differences on the accurate of choosing location based on the education level.

RINGKASAN

Perkembangan real estate saat ini tidak terlepas dari meningkatnya pasar perumahan sebagai akibat pertambahan jumlah penduduk. Pesatnya pertambahan jumlah penduduk diperkotaan selain dipengaruhi oleh pertumbuhan alami melalui kelahiran, juga dipengaruhi oleh pertumbuhan karena migrasi. Pertumbuhan yang kedua ini memiliki dampak yang besar terhadap peningkatan kebutuhan akan perumahan.

Penelitian ini bertujuan ingin mengetahui pengaruh variabel-variabel bebas : harga, promosi, cara pembayaran, lokasi, desain, fasilitas yang tersedia dan lingkungan perumahan terhadap variabel terikat perilaku konsumen dalam keputusan membeli rumah menengah diperumahan Puncak Buring Indah (PBI), Bumi Purwantoro Agung (BPA), Puncak Dieng Eksklusif (PDE), dan di ketiga lokasi perumahan (PBI, BPA, PDE) di Kotamadya Malang, selain itu untuk mengetahui variabel bebas yang mempunyai pengaruh dominan terhadap perilaku konsumen dalam keputusan membeli rumah, serta untuk mengetahui ada atau tidak adanya perbedaan perilaku konsumen dalam ketepatan pemilihan lokasi menurut pendidikannya.

Populasi dalam penelitian ini adalah mereka yang menjadi pemilik dan penghuni rumah, di perumahan Puncak Buring Indah, Bumi Purwantoro Agung dan Puncak Dieng Eksklusif di Kotamadya Malang. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 120 responden yang terbagi untuk perumahan PBI sebanyak 30 responden, perumahan BPA sebanyak 60 responden dan PDE sebanyak 30 responden.

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan model regresi linier berganda untuk rumah menengah ini, diketahui bahwa variabel harga, promosi, cara pembayaran, lokasi, desain, fasilitas yang tersedia dan lingkungan perumahan berpengaruh sangat nyata dengan R^2 untuk perumahan PBI sebesar 98,91 %, perumahan BPA sebesar 78.,81%, perumahan PDE sebesar 90,16 % ,dan di ketiga lokasi perumahan sebesar 69,17 %, yang berarti bahwa variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini secara bersama-sama mampu mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan membeli rumah. Variabel yang mempunyai pengaruh dominan di masing-masing lokasi perumahan adalah fasilitas yang tersedia, untuk perumahan PBI nilai t_{hitung} = 5,335 dan koefisien regresinya sebesar 0,3564, dengan probabilitas kesalahan sebesar 0,0002 dan nilai korelasi parsialnya sebesar 0,5640. Perumahan BPA nilai t_{hitung} = 2,920 dan koefisien regresinya sebesar 0,2755, dengan probabilitas kesalahan sebesar 0,00516 dan nilai korelasi parsialnya sebesar 0,1409. Perumahan PDE nilai t_{hitung} = 3,320 dan koefisien regresinya sebesar 0,3912, dengan probabilitas kesalahan sebesar 0,00311 dan nilai korelasi parsialnya sebesar 0,3338. Di ketiga lokasi perumahan nilai t_{hitung} = 4,826 dan koefisien regresinya sebesar 0,2497, dengan probabilitas kesalahan sebesar 0,0000 dan nilai korelasi parsialnya sebesar 0,1721.

Dan berdasarkan hasil uji chi – square terbukti bahwa tidak ada perbedaan ketepatan pemilihan lokasi menurut tingkat pendidikannya.