

RINGKASAN PENELITIAN

Judul Penelitian : **PERBEDAAN PERILAKU KONSUMEN INDUSTRI PERUMAHAN (STUDI PADA KONSUMEN PERUMAHAN SEDERHANA DAN SANGAT SEDERHANA PADA PENGEMBANG KECIL, MENENGAH, DAN BESAR)**

Kepala Peneliti : **Dra.Ec. Ritawati Tedjakusuma**
Fakultas - Puslit : **Fakultas Ekonomi Airlangga**
Sumber Biaya : **SPP/DPP Universitas Airlangga**
SK. Rektor Nomor 5269/J03/PL/1997
Tgl 12 Juli 1997

Perumusan Masalah :

- a) Adakah terdapat perbedaan karakteristik demografi, dalam hal ini terdiri dari penghasilan, pekerjaan, pendidikan, usia, status perkawinan konsumen rumah sederhana dan sangat sederhana pada pengembang kecil, menengah, besar?
- b) Adakah terdapat perbedaan kelas sosial konsumen rumah sederhana dan sangat sederhana pada pengembang kecil, menengah, besar?
- c) Adakah perbedaan motivasi konsumen dalam membeli rumah sederhana dan sangat sederhana pada pengembang kecil, menengah, besar?
- d) Adakah perbedaan manfaat yang dicari konsumen rumah sederhana dan sangat sederhana pada pengembang kecil, menengah, besar?

Tujuan Penelitian :

- a) Untuk mengetahui adanya perbedaan karakteristik demografi yang terdiri dari penghasilan, pendidikan, pekerjaan, usia, status perkawinan konsumen rumah sederhana dan sangat sederhana pada pengembang kecil, menengah, besar.
- b) Untuk mengetahui adanya perbedaan kelas sosial konsumen rumah sederhana dan sangat sederhana pada pengembang kecil, menengah, besar.
- c) Untuk mengetahui perbedaan motivasi konsumen dalam membeli rumah sederhana dan sangat sederhana pada pengembang kecil, menengah, besar.
- d) Untuk mengetahui adanya perbedaan manfaat yang dicari konsumen rumah sederhana dan sangat sederhana pada pengembang kecil, menengah, besar.

Hipotesis :

- a) Diduga ada perbedaan karakteristik demografi (status perkawinan, usia, pendidikan, pekerjaan, penghasilan) konsumen rumah menengah sederhana dan sangat sederhana pada pengembang kecil, menengah, besar.
- b) Diduga ada perbedaan kelas sosial konsumen rumah (menengah, sederhana dan sangat sederhana) pada pengembang kecil, menengah, besar.
- c) Diduga ada perbedaan motivasi konsumen dalam membeli rumah menengah, sederhana dan sangat sederhana pada pengembang kecil, menengah, besar.
- d) Diduga ada perbedaan manfaat yang dicari (status sought) konsumen rumah menengah, sederhana dan sangat sederhana pada pengembang kecil, menengah, besar.

Metodologi Penelitian

Jumlah Responden :

Data yang dikumpulkan diperoleh dari 120 responden yang terdistribusi dalam 38 orang responden konsumen pengembang kecil, 48 orang responden konsumen pengembang menengah dan 34 orang responden konsumen pengembang besar. (Untuk selanjutnya disingkat responden pengembang kecil, menengah dan besar).

Pengukuran :

Skala prioritas atribut, digunakan untuk mengetahui nilai prioritas masing-masing atribut yang diteliti.

Skala prioritas kriteria atribut, digunakan untuk menentukan nilai prioritas masing-masing kriteria atribut.

Teknik Analisis

Analisis yang dilakukan dalam penelitian ini dilakukan dalam dua pendekatan. Analisa pertama adalah analisis diskriptif dengan bantuan tabel-tabel distribusi frekuensi. Analisis berikutnya adalah analisis pengujian hipotesis dengan uji *chi square* untuk beberapa variabel yang dapat diuji dengan *chi square*.

Hasil dan Kesimpulan :

1. *Hipotesa pertama* yang menyatakan, bahwa diduga ada perbedaan karakteristik demografi (status perkawinan, usia, dll) konsumen pada pengembang kecil, menengah, dan besar di Surabaya. Karakteristik status perkawinan, tidak ada perbedaan yang signifikan atas karakteristik status perkawinan konsumen pada pengembang kecil, menengah dan besar di Surabaya. Karakteristik usia, ada perbedaan yang signifikan atas karakteristik usia konsumen pada pengembang kecil, menengah dan besar di Surabaya. Karakteristik pendidikan, tidak ada perbedaan yang signifikan atas karakteristik pendidikan konsumen pada pengembang kecil, menengah dan besar di Surabaya. Karakteristik pekerjaan, ada perbedaan yang signifikan atas karakteristik pekerjaan konsumen rumah menengah ke atas pada pengembang kecil, menengah dan besar di Surabaya. Karakteristik penghasilan, ada perbedaan karakteristik penghasilan konsumen pada pengembang kecil, menengah dan besar di Surabaya.
2. *Hipotesa kedua* yang menyatakan, bahwa diduga ada perbedaan kelas sosial konsumen rumah menengah ke atas pada pengembang kecil, menengah, dan besar di Surabaya, diterima
3. *Hipotesa ketiga* yang diajukan untuk menjawab permasalahan ketiga penelitian ini, yaitu bahwa diduga ada perbedaan motivasi konsumen dalam membeli rumah menengah ke atas pada pengembang kecil, menengah, dan besar di Surabaya diterima.
4. *Hipotesa keempat* yang menyatakan, bahwa diduga ada perbedaan manfaat yang dicari konsumen pada pengembang kecil, menengah dan besar di Surabaya diterima.