

# **TUGAS AKHIR**

## **ANALISIS KONSUMEN MEMBELI RUMAH DI PERUMAHAN ( Studi Kasus Perumahan Bukit Semarang Baru )**

**Diajukan Sebagai Syarat dan Menyelesaikan Pendidikan Tingkat  
Sarjana Program Strata Satu (S-1) Program Studi Teknik Sipil**



**Disusun oleh:**

**Nama : Nurhadi Pamungkas**

**NIM : 211-003-222-011-447**

**PROGRAM STUDI TEKNIK SIPIL  
FAKULTAS TEKNIK  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SEMARANG  
AGUSTUS 2025**

## LEMBAR PENGESAHAN

### TUGAS AKHIR

#### ANALISIS KONSUMEN MEMBELI RUMAH DI PERUMAHAN (Studi Kasus Perumahan Bukit Semarang Baru)

Disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan Pendidikan Sarjana Program Strata Satu (S-1) pada Progran Studi Teknik Sipil Fakultas Teknik Universitas 17 Agustus 1945 Semarang

Disusun Oleh:

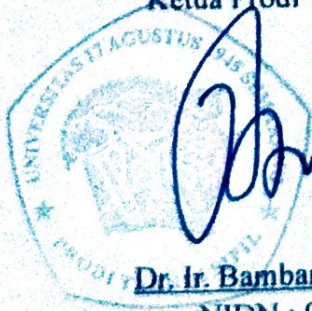
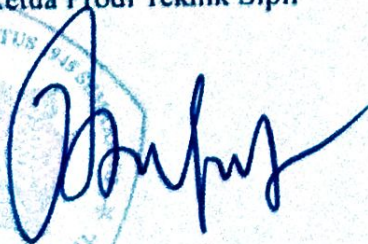
NAMA: NURHADI PAMUNGKAS

NIM: 211003222011447

Dinyatakan telah sah memenuhi syarat dan disetujui.

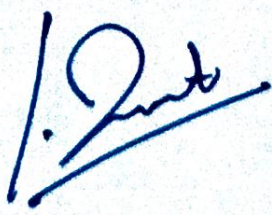
Pada Tanggal : 26 Agustus 2025

Ketua Prodi Teknik Sipil



Dr. Ir. Bambang Widodo, M.T.  
NIDN : 0629016302

Dosen Pembimbing



Ir. Agus Bambang Siswanto, M.T., I.P.U.  
NIDN 0612086301

## ABSTRAK

Seiring dengan ketatnya persaingan di sektor properti, pemahaman mendalam mengenai faktor-faktor penentu keputusan pembelian konsumen menjadi krusial bagi strategi pengembang. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh dari enam variabel kunci aksesibilitas, fasilitas, keamanan, harga/skema pembayaran, promosi/iklan, dan kondisi fisik tanah terhadap keputusan pembelian rumah di kawasan Perumahan BSB City, Semarang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner berskala Likert kepada 30 responden yang merupakan konsumen potensial maupun aktual. Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan metode regresi linier berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa secara simultan, keenam variabel independen tersebut berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun, hasil uji parsial mengungkapkan temuan yang lebih spesifik: hanya variabel aksesibilitas yang terbukti memiliki pengaruh signifikan secara statistik, sementara lima variabel lainnya tidak. Kesimpulan ini mengindikasikan bahwa aksesibilitas berfungsi sebagai faktor pembeda (diferensiator) utama dalam proses pengambilan keputusan, sementara faktor-faktor lain seperti fasilitas dan keamanan berperan sebagai standar kualifikasi dasar yang wajib dipenuhi. Dengan demikian, kemudahan jangkauan menjadi pertimbangan paling dominan dan krusial bagi konsumen di BSB City.

**Kata Kunci:** *Aksesibilitas, Keputusan Pembelian, Properti, Regresi Linier Berganda, BSB City.*

## ABSTRACT

*With intense competition in the property sector, a thorough understanding of the determinants of consumer purchasing decisions is crucial to developer strategies. Therefore, this study aims to analyze the influence of six key variables accessibility, facilities, security, price/payment scheme, promotion/advertising, and land condition on home purchase decisions in the BSB City housing complex in Semarang. This study employed a quantitative approach, with primary data collected through a Likert-scale questionnaire from 30 respondents, both potential and actual consumers. The collected data were then analyzed using multiple linear regression. The analysis results showed that all six independent variables simultaneously had a significant influence on purchasing decisions. However, partial test results revealed a more specific finding: only the accessibility variable was shown to have a statistically significant effect, while the other five variables were not. This conclusion indicates that accessibility serves as a primary differentiator in the decision-making process, while other factors, such as facilities and security, serve as basic qualifying standards that must be met. Thus, ease of access is the most dominant and crucial consideration for consumers in BSB City.*

**Keywords:** *Accessibility, Purchasing Decision, Property, Multiple Linear Regression, BSB City*

## DAFTAR ISI

HALAMAN COVER.....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT .....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian .....	3
1.4 Manfaat Penelitian .....	3
1.4.1 Manfaat teoritis .....	3
1.4.2 Manfaat praktis .....	3
1.5 Batasan Penelitian.....	4
1.6 Definisi Operasional .....	4
1.7 Sistematika Penulisan .....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	6
2.1 Landasan Teori.....	6
2.1.1 Keputusan pembelian .....	6
2.1.2 Aksesibilitas.....	7
2.1.3 Fasilitas .....	7
2.1.4 Keamanan .....	8
2.1.5 Harga dan skema pembayaran .....	8
2.1.6 Promosi / iklan.....	9
2.1.7 Kondisi fisik tanah.....	9
2.2 Penelitian Terdahulu .....	9
2.3 Kerangka Pemikiran .....	12
2.3.1 Dasar penyusunan kerangka pemikiran .....	12

2.3.2 Alur pemikiran penelitian .....	13
2.3.3 Model konseptual .....	14
2.4 Hipotesis Penelitian .....	14
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>16</b>
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	16
3.1.1 Karakteristik penelitian kuantitatif .....	16
3.1.2 Pendekatan deskriptif .....	16
3.1.3 Pendekatan verifikatif .....	17
3.1.4 Alasan pemilihan jenis dan pendekatan .....	17
3.1.5 Lokasi dan waktu penelitian .....	18
3.1.6 Populasi dan Sampel Penelitian .....	18
3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	18
3.2.1 Definisi operasional variabel .....	19
3.2.2 Skala pengukuran .....	20
3.5 Jenis dan Sumber Data .....	21
3.5.1 Data primer .....	21
3.5.2 Data sekunder .....	21
3.5.3 Pentingnya penggunaan kedua jenis data .....	22
3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	22
3.6.1 Kuesioner (Angket) .....	23
3.6.2 Wawancara pendukung .....	23
3.6.3 Alasan pemilihan teknik .....	24
3.7 Instrumen Penelitian .....	24
3.8 Uji Instrumen Penelitian .....	24
3.8.1 Uji validitas .....	25
3.8.2 Uji reliabilitas .....	25
3.8.3 Kesimpulan uji instrumen .....	26
3.9 Teknik Analisis Data .....	26
3.10 Bagan Alur Penelitian .....	27
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>28</b>
4.1 Uraian Umum .....	28
4.1.1 Gambaran umum responden .....	30
4.1.2 Data hasil kuesioner .....	31

4.2 Hasil Pengujian .....	37
4.2.1 Uji validitas .....	37
4.2.2 Uji reliabilitas .....	38
4.2.3 Uji analisis regresi linear berganda .....	39
4.2.4 Koefisien determinasi ( $R^2$ dan adjusted $R^2$ ) .....	41
4.2.5 Uji signifikansi model .....	42
4.3.6 Persentase capaian .....	44
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>54</b>
5.1 Kesimpulan .....	54
5.2 Saran .....	55
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>57</b>

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data, pengujian hipotesis, dan pembahasan yang telah dilakukan, diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

##### 1) Pengaruh simultan & parsial variabel independen

Enam variabel independen yang meliputi Aksesibilitas ( $X_1$ ), Fasilitas ( $X_2$ ), Keamanan ( $X_3$ ), Harga/Pembayaran ( $X_4$ ), Promosi/Iklan ( $X_5$ ), dan Kondisi Fisik Tanah ( $X_6$ ) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian rumah di BSB City ( $F$  hitung = 43,267; Sig. = 0,000). Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,919 menunjukkan bahwa 91,9% variasi keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh keenam variabel tersebut.

Sedangkan berdasarkan pengaruh parsial hanya variabel Aksesibilitas yang berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian ( $B = 0,432$ ; Sig. < 0,05). Variabel lainnya (Fasilitas, Keamanan, Harga/Pembayaran, Promosi/Iklan, Kondisi Fisik Tanah) tidak menunjukkan pengaruh signifikan secara parsial, meskipun memiliki capaian persepsi tinggi pada analisis deskriptif.

##### 2) Peringkat variabel yang paling berpengaruh

Berdasarkan analisis regresi, faktor yang paling dominan dalam memengaruhi keputusan pembelian rumah di BSB City adalah Aksesibilitas ( $X_1$ ), yang menyumbang kontribusi relatif sebesar 45,80%. Lokasi yang strategis dan kemudahan jangkauan menjadi pertimbangan utama bagi calon pembeli, menjadikannya faktor penentu yang paling kuat.

Faktor-faktor lain yang juga memiliki pengaruh signifikan secara berurutan adalah Kondisi Fisik Tanah ( $X_6$ ) dengan kontribusi 19,40% yang menekankan pentingnya legalitas lahan, serta Promosi/Iklan ( $X_5$ ) dengan kontribusi 17,50% yang efektif dalam menarik minat awal konsumen. Sementara itu, Fasilitas ( $X_2$ ) memberikan nilai tambah namun dengan pengaruh yang lebih kecil (7,10%).

Di sisi lain, Keamanan ( $X_3$ ) dan Harga/Pembayaran ( $X_4$ ) menunjukkan kontribusi yang sangat rendah (masing-masing 0,60%) dan tidak signifikan secara statistik terhadap keputusan akhir pembelian. Meskipun demikian, perlu dicatat bahwa semua variabel, termasuk harga dan keamanan, dianggap "sangat penting" oleh responden dengan skor persepsi di atas 85%. Hal ini menunjukkan bahwa walaupun tidak menjadi pendorong utama dalam model statistik, faktor-faktor tersebut tetap menjadi standar kualifikasi yang harus dipenuhi dalam benak konsumen.

## 5.2 Saran

Berdasarkan temuan penelitian, penulis memberikan saran sebagai berikut:

### 1. Peningkatan Aksesibilitas

Mengingat aksesibilitas adalah faktor paling berpengaruh dan signifikan, pihak pengembang perlu memastikan perbaikan infrastruktur jalan, penambahan akses transportasi umum, serta penunjuk arah yang jelas menuju kawasan BSB City.

### 2. Penguatan Legalitas dan Kualitas Lahan

Meskipun tidak signifikan secara parsial dalam model, kondisi fisik tanah memiliki persepsi tertinggi di mata konsumen. Legalitas yang transparan, bebas sengketa, dan aman dari risiko bencana akan meningkatkan kepercayaan pembeli.

### 3. Strategi Promosi yang Efektif

Promosi perlu difokuskan pada penawaran yang relevan dengan kebutuhan konsumen, seperti potongan harga, bonus fasilitas, atau skema

pembayaran fleksibel. Penggunaan media digital yang kreatif dapat memperluas jangkauan pasar.

4. Optimalisasi Fasilitas dan Keamanan

Penyediaan fasilitas publik yang lengkap (pusat perbelanjaan, ruang terbuka hijau, area olahraga) dan sistem keamanan yang memadai (CCTV, satpam 24 jam, penerangan jalan) dapat memperkuat daya tarik kawasan perumahan.

5. Peninjauan Strategi Harga

Walaupun harga dan skema pembayaran tidak signifikan secara statistik, tetap perlu disesuaikan dengan daya beli target pasar dan disertai opsi pembiayaan yang beragam.