BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Teori Permintaan

Menurut Sukirno (2003) permintaan adalah keinginan konsumen membeli suatu barang pada berbagai tingkat harga tertentu selama periode waktu tertentu. Fungsi permintaan seorang konsumen akan suatu barang dapat dirumuskan sebagai:

$$Dx = f(Y, Py, T, u) \quad \ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots (2.1)$$

Dimana: Dx = Jumlah barang yang diminta

Y = Pendapatan Konsumen

Py = Harga Barang Lain

T = Selera

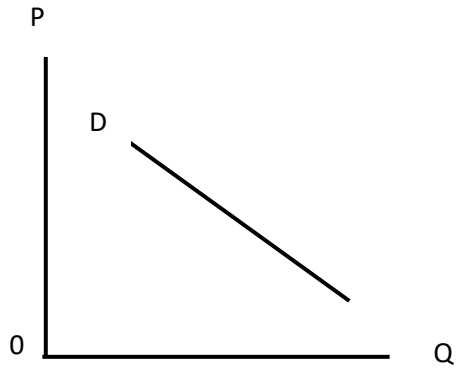
U = Faktor-faktor Lainnya

Persamaan tersebut berarti jumlah barang X yang diminta dipengaruhi oleh harga barang X, pendapatan konsumen, harga barang lain, selera dan faktor-faktor lainnya. Dimana DX adalah jumlah barang X yang diminta konsumen, Y adalah pendapatan konsumen, Py adalah harga barang selain X, T adalah selera konsumen dan U adalah Faktor-faktor lainnya. Dalam kenyataannya permintaan akan suatu barang tidak hanya dipengaruhi oleh harga barang itu sendiri namun juga oleh faktor-faktor lain.

a. Kurva Permintaan

Jika dimisalkan permintaan seseorang hanya dipengaruhi oleh harga barang itu sendiri, maka setiap perubahan harga barang tersebut akan mempengaruhi keputusan konsumen untuk menentukan berapa jumlah yang akan diminanya. Pada umumnya jika suatu barang naik mana jumlah barang yang diminta akan turun, begitu pula sebaliknya.

Kurva permintaan adalah kurva yang menghubungkan antara tingkat harga suatu barang dengan jumlah yang diminta atas barang tersebut, ceteris paribus. Hubungan antar harga suatu komoditi dengan jumlah yang diminta dapat dilihat dalam grafik permintaan di bawah ini (Suryawati, 2005).



Gambar 2.1
Kurva Permintaan Individu

Seperti disebutkan di atas, kita harus dapat membedakan jumlah yang diminta dan permintaan. Perubahan harga akan mempengaruhi jumlah yang diminta, bukan permintaan. Sedangkan perubahan permintaan akan menyebabkan kurva permintaan bergeser ke kanan dan ke kiri (Gambar 2.1). Pegeseran kurva permintaan berarti jumlah yang diminta akan berubah di setiap tingkat harga.

Kurva permintaan mempunyai slope yang menurun ke kanan (berslope negatif) yang berarti jika harga suatu barang naik (asumsi yang lain tetap- ceteris paribus) maka konsumen akan cenderung untuk menurunkan permintaanya atas barang tersebut, begitu pula sebaliknya dan hal ini disebut Hukum Permintaan. (Suryawati, 2005).

b. Permintaan Pasar

Permintaan pasar merupakan jumlah total suatu barang yang ingin dibeli oleh setiap konsumen pada setiap tingkat harga, atau dengan kata lain merupakan penjumlahan permintaan individual. Permintaan individual adalah jumlah suatu barang yang dibeli oleh konsumen pada setiap tingkat harga. (Suryawati, 2005).

Permintaan Pasar = f (Px,Ii)

= f (Px, Ia)+Fb (Px,Ib)

= a fi (Px,Ii)……..(2.2)

Dimana Px adalah harga barang x, Ia adalah pendapatan konsumen A, Ib adalah pendapatan konsumen B.

c. Faktor- faktor yang mempengaruhi permintaan

Ada beberapa faktor yang menyebabkan mengapa suatu permintaan konsumen terhadap suatu barang berubah (Suryawati, 2005) :

1) Harga barang itu berubah sedang faktor yang lain tetap. Perubahan ini hanya menyebabkan pergerakan di sepanjang kurva permintaan.
2) Salah satu atau lebih faktor-faktor lain berubah (tidak ada lagi *ceteris paribus*). Perubahan ini menyebabkan terjadi pergeseran seluruh

kurva permintaan. Kenaikan permintaan akan menyebabkan kurva permintaan bergerak naik ke kanan. Sebaliknya jika permintaan turun makan kurva permintaan akan bergesr turun ke kiri. Adapun faktor-faktor pembentuk keadaan ceteris paribus adalah:

a) Pendapatan

   Bila pendapatan konsumen naik maka permintaan akan naik dan sebaliknya, Namun untuk kasus barang inferior peningkatan pendapatan justru akan mengurangi permintaan suatu barang.

b) Jumlah konsumen di pasar

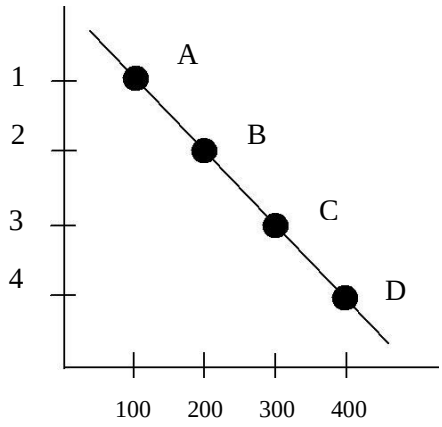
   Peningkatan konsumen akan meningkatkan permintaan suatu barang di pasar.

c) Selera atau preferensi konsumen

   Bila selera konsumen terhadap suatu barang naik, maka kurva permintaan akan bergeser ke kanan, yang berarti di setiap tingkat harga konsumen akan menambah konsumsinya.

d) Harga brang lain yang terkait

   Jika Barang lain yang merupakan barang substitusi. Jika harga barang substitusi, misal harga gandum turun, maka permintaan beras menurun (kurva permintaan bergeser ke kiri). Jika barang lain merupakan barang komplementer. Misal, jika harga gula naik, maka permintaan kopi akan turun (kurva permintaan bergeser ke kiri).



Sumber: Roger Le Roy Miller & Roger E Meiners Iintermediate Econmics Theory (2000)

Gambar 2.2
Kurva Permintaan Pasar

d. Elastisitas Permintaan

Elastisitas merupakan suatu hubungan kuantitatif antar variabel-variabel, misal antara jumlah yang diminta dengan harga barang tersebut. Sesuai dengan hukum permintaan komoditi tersebut. Besar perubahan permintaan akibat perubahan harga tersebut akan berbeda dari satu keadaan ke keadaan lain. Secara teori ekonomi dikenal istilah elastisitas harga permintaan (*price elasticity of demand*) sebagai suatu konsep yang menghubungkan perubahan kuantitas pembelian/ permintaan optimal atas suatu komoditi dengan perubahan harga relatifnya (Miller dan Meiner, 2000).

Menurut Sukirno (2003) pengukuran elastisitas permintaan sangat bermanfaat bagi pihak swasta dan pemerintah. Bagi pihak swasta pengukuran elastisitas permintaan dapat digunakan sebagai landasan untuk menyusun kebijakan perekonomian yang akan dilaksanakannya

seperti misalnya kebjakan impor komoditi yang akan mempengaruhi harga yang ditanggung rakyatnya.

Pengukuran elastisitas permintaan kerap dinyatakan dalam ukuran koefisien elastisitas permintaan. Koefisien permintaan merupakan ukuran perbandingan persentase perubahan harga atas barang tersebut (Sukirno, 2003). Koefisien elastisitas permintaan dapat di rumuskan sebagai berikut:

1) Elastis

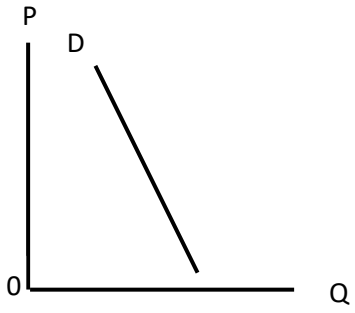
   Barang dikatakan elastis sempurna bila kurva permintaan mempunyai koefisien elastisitas lebih besar daripada satu. Hal ini terjadi bila jumlah barang yang diminta lebih besar daripada persentase perubahan harga barang tersebut.

2) Elastisitas Uniter

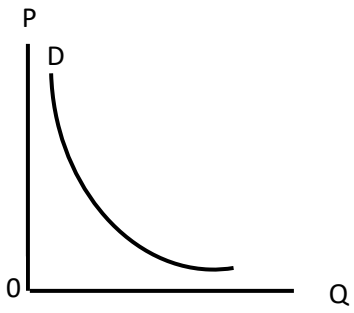
   Barang dikatakan elastis uniter bila kurva permintaan mempunyai koefisien elastisitas sebesar satu. Persentase perubahan harga direspon proporsional terhadap persentase jumlah barang yang diminta.

3) Tidak Elastis

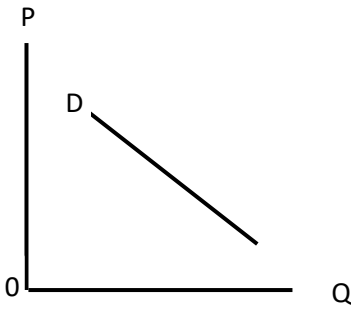
   Barang dikatakan tidak elastis bila presentase perubahan jumlah yang diminta lebih kecil daripada peresentase perubahan harga sehingga koefisien elastisitas permintaannya antara nol dan satu.



Elastis E <1



Elastis E =1



Elastis E >1

Gambar 2.3
Jenis-Jenis Elastisitas Permintaan

Menurut Sukirno (2003) terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi elastisitas permintaan suatu barang, yaitu :

1) Tingkat kemampuan barang – barang lain untuk menggantikan barang yang bersangkutan. Apabila suatu barang mempunyai banyak barang pengganti (barang substitusi), permintaan atas barang tersebut cenderung akan bersifat elastis. Perubahan harga yang kecil akan beralih ke barang lain sebagai penggantiannya. Untuk barang yang tidak memiliki barang pengganti, permintaan atas barang tersebut barang yang tidak memiliki barang pengganti, permintaan atas barang tersebut bersifat tidak elastis. Karena konsumen sukar memperoleh

barang pengganti apabila harga barang tersebut naik permintaan tidak banyak berkurang

2) Persentase pendapatan yang akan dibelanjakan untuk membeli barang tersebut. Besar bagian pendapatan yang digunakan untuk membeli suatu barang dapat mempengaruhi elastisitas permintaan terhadap barang tersebut. Semakin besar bagian pendapatan yang diperlukan elastisitas permintaan terhadap barang tersebut. Semakin besar bagian pendapatan yang diperlukan untuk membeli suatu barang, maka permintaan barang tersebut akan semakin elastis

3) Jangka waktu pengamatan atas permintaan. Semakin lama jangka waktu permintaan dianalisis, permintaan atas barang tersebut semakin elastis. Jangka waktu yang singkat permintaan tidak bersifat elastis karena perubahan pasar belum diketahui oleh konsumen. Dalam jangka waktu lebih lama konsumen akan mencari barang alternatif untuk menggantikan barang yang mengalami kenaikan.

2. Permintaan Lahan

Barang dan jasa dikatakan mempunyai nilai bagi seseorang apabila barang dan jasa tersebut memiliki karakteristik sebagai berikut (Wolcot, 1987) :

a. Kegunaan (utility), artinya memiliki kemampuan untuk memberikan kepuasan bagi keinginan dan kebutuhan manusia. Kegunaan suatu properti tergantung pada karakteristiknya, seperti lokasi,

aksessibilitas, ukuran, disain dan bentuk lain dari kegunaan yang berpengaruh pada nilai properti.

b. Tersedia secara terbatas (scarcity), artinya ketersediaan/ penawaran suatu komoditas relatif terhadap permintaannya. Kelangkaan tanah terkait dengan kegunaan dan kemampuannya dalam memberikan kepuasan.

c. Hasrat atau keinginan (desire), adalah harapan pembeli terhadap suatu komoditas untuk dapat memuaskan kebutuhan hidupnya atau keinginan individunya.

d. Daya beli efektif (efective purchasing power), adalah kemampuan seseorang secara individu atau kelompok untuk berpartisipasi di pasar untuk memperoleh suatu komoditas di tukar dengan sejumlah uang tertentu atau barang lain yang setara nilainya.

Interaksi faktor-faktor tersebut di atas menciptakan nilai yang tercermin dalam prinsip ekonomi permintaan dan penawaran. Permintaan suatu komoditas tercipta karena komiditas tersebut memiliki kegunaan dan keterbatasan di pasar. Permintaan juga dipengaruhi oleh keinginan untuk memuaskan kebutuhan tetap dibatasi oleh kemampuan oleh kegunaan dan keterbatasan di pasar. Suatu komoditas akan tersedia di pasar apabila dapat memberikan kepuasan kepada pembelinya. Apabila daya beli masyarakat menurun maka penawaran suatu komoditas akan meningkat pula.

Nilai suatu property seperti tanah, dipengaruhi oleh faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi suatu kegiatan manusia. Faktor- faktor yang mempengaruhi nilai tanah adalah(Wolcot, 1987):

a. Faktor sosial, ditunjukan dengan karakteristik penduduk yang meliputi jumlah penduduk, jumlah keluarga, tingkat pendidikan, tingkat kejahatan dan lain- lain. Faktor ini membentuk pola penggunaan tanah pada suatu wilayah.
b. Faktor ekonomi, ditunjukkan dalam hubungan permintaan dan penawaran dengan kemampuan ekonomi suatu masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya. Variasi permintaan meliputi jumlah tenaga kerja, tingkat upah, tingkat pendapatan, dan daya beli, suku bunga dan biaya transaksi. Variabel penawaran meliputi jumlah tanah yang tersedia, biaya perijinan, pajak, dan biaya overhead lainnya. Faktor- faktor pemerintah, kebijakan pemerintah baik di bidang politik maupun hukum akan mempengaruhi nilai tanah, misalnya fasilitas keamanan, kesehatan, pendidikan, jaringan transportasi, peraturan perpajakan dan lain-lain.
c. Faktor lingkungan mempengaruhi nilai tanah meliputi kondisi internal, yaitu lokasi, ukuran, topografi, jenis tanah, dimensi. Kondisi eksternal / meliputi keasaan lingkungan sekitar lokasi tersebut seperti keberadaan laut atau pelabuhan, sungai, gunung dan jaringan transportasi yang mempengaruhi kemudahan atau aksesbilitas ke lokasi tanah.

3. Teori Perumahan

Ada beberapa pengertian mengenai rumah dan perumahan. Menurut The Dictioonary of Real Estate Appraisal (2002) pengertian properti perumahan adalah tanah kosong atau sebidang tanah yang dikembangkan, digunakan atau disediakan untuk tempat kediaman, seperti single family houses, apartemen, rumah susun.

Berdasarkan Undang-Undang No 4 Tahun 1992 tentang Perumahan dan Permukiman.

a) Rumah adalah bangunan yang berfungsi sebagai tempat tinggal atau hunian dan sarana pembinaan keluarga.
b) Perumahan adalah kelompok rumah yang berfungsi sebagai lingkungan tempat tinggal atau lingkungan hunian yang dilengkapi dengan prasarana dan sarana lingkungan.
c) Permukiman adalah bagian dari lingkungan hidup di luar kawasan lindung, baik yang berupa kawasan perkotaan maupun perdesaan yang berfungsi sebagai lingkungan tempat tinggal atau lingkungan unian dan tempat kegiatan yang mendukung perikehidupan dan penghidupan.

Menurut SKB Menteri Dalam Negeri, Menteri PU, Menteri Perumahan Rakyat No 634-384 tahun 1992 tentang Properti perumahan dapat dikategorikan menjadi beberapa jenis, yaitu :

a) Rumah sederhana adalah rumah yang dibangun di atas tanah dengan luas kaveling antara 54 m2 sampai 200 m2 dan biaya pembangunan

per m2 tidak melebihi dari harga satuan per m2 tertinggi untuk pembangunan perumahan dinas pemerintan kelas C yang berlaku.

b) Rumah menengah adalah rumah yang dibangun di atas tanah dengan luas kaveling antara 200 m2 sampai 600 m2 dan/atau biaya pembangunan per m2 antara harga satuan per m2 tertinggi untuk pembangunan perumahan dinas pemerinah kelas C sampai A yang berlaku.

c) Rumah mewah adalah rumah yang dibangun di atas tanah dengan luas kaveling antara 600 m2 sampai dengan 2000 m2 dan/ atau biaya pembangunan per m2 di atas harga satuan per m2 tertinggi untuk pembangunan perumahan dinas kelas A yang berlaku.

a. Permintaan Perumahan

Permintaan perumahan memainkan peranan penting dalam mempengaruhi nilai pasar properti jenis perumahan. Hal ini di karenakan penawaran tanah untuk pembangunan terbatas dari segi keluasaan akan tetap dari segi permintaan selalu berubah dan bertambah.

Awang Firdaos (1997) menjelaskan bahwa permintaan konsumen terhadap perumahan dipengaruhi oleh faktor – faktor sebagai berikut:

1) Lokasi

   Keberadaan lokasi perumahan, apakah dipusat di pinggir kota sangat mempengaruhi minat konsumen dalam membeli rumah. Semakin strategis letak perumahan tersebut berarti semakin baik dan memiliki tingkat permintaan yang semakin tinggi. Faktor-faktor ekonomi dari keberadaan lokasi perumahan juga menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih rumah yang dikehendakinya. Jarak menuju tempat kerja, tempat hiburan, dan fasilitas umum sebagai motif efesiensi waktu dan biaya transportasi merupakan faktor ekonomi yang menjadi pertimbangan konsumen di dalam memilih lokasi rumah yang dimaksud.

2) Pertambahan Penduduk

   Dengan alasan bahwa setiap orang memerlukan tempat tinggal sebagai tempat berlindung, maka setiap pertambahan penduduk baik secara alamai maupun non alami (karena urbanisasi) akan meningkatkan permintaan akan rumah

3) Pendapatan Konsumen

   Kesanggupan seseorang di dalam memiliki rumah sangat dipengaruhi pendapatan yang diperolehnya. Apabila pendapatan seseorang meningkat dan kondisi perekonomian tidak terjadi

resesi dan inflasi, kecenderungan untuk memiliki rumah akan meningkat baik secara kualitas maupun kuantitas.

4) Kemudahan Mendapatkan Pinjaman

Pada pasar properti perumahan, permintaan perumahan dipengaruhi juga oleh kebijakan pemerintah dan institusi keuangan seperti perbankan. Karakteristik pasar properti yaitu membutuhkan dana besar, menyebabkan konsumen sangat tergantung pada kemudahan pendanaan. Kemudahan pendanaan ini dapat berupa fasilitas kredit pinjaman, penurunan tingkat suku bunga pinjaman, dan jangka waktu pelunasan pinjaman. Apabila kemudahan tersebut dapat diperoleh konsumen, dipercaya permintaan akan rumah oleh konsumen akan bertambah. Sebaliknya jika syarat mendapatkan pinjaman sangat ketat, atau suku bunga pinjaman yang tinggi akan menurunkan permintaan rumah oleh masyarakat.

5) Fasilitas dan Sarana Umum

Fasilitas disini meliputi fasilitas umum dan fasilitas sosial, diantaranya infrastruktur, sarana pendidikan, kesehatan, keagamaan, sarana transportasi, dan lain-lain. Keberadaan fasilitas tersebut membangun serta menarik minta investor yang selanjutnya akan meningkatkan permintaan akan rumah di kawasan tersebut.

6) Harga Pasar Rumah

Seperti dalam hal teori permintaan dan penawaran, semakin tinggi harga barang akan mengakibatkan penurunan permintaan akan barang yang dimaksud. Apabila harga rumah menengah naik, sementara kecenderungan memiliki rumah dengan tingkat harga tersebut akan berkurang dan permintaan akan beralih ke rumah dengan harga yang lebih rendah.

7) Undang-undang

Peraturan tentang jenis hak penggunaan lahan/tanah yang membatasi hak atas tanah tersebut turut menjadi faktor yang mempengaruhi permintaan konsumen akan rumah. Demikian juga dengan peraturan lain seperti peraturan perpajakan (PBB dan BPHTB) turut menjadi faktor yang menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli rumah.

b. Karakteristik Perumahan

Karakteristik perumahan bersifat unik, terutama menyangkut hal-hal sebagai berikut (Sidik, 2000. Dalam Sari: 2010) :

1) Lokasinya yang tetap dan hampir tidak mungkin dipindah
2) Pemanfaatannya dalam jangka panjang
3) Bersifat heterogen secara multidimensional, terutama dalam lokasi, sumber daya alam, dan preferensinya.
4) Secara fisik dapat dimodifikasi

4. Teori Pemukiman Kota

Permukiman merupakan usaha padat tanah (land intensive), dimana sekitar lima puluh persen tanah kota merupakan lahan untuk permukiman. Besarnya pengeluaran masyarakat untuk permukiman pada umumnya berkisar antara lima belas persen sampai dengan dua puluh persen dari penghasilannya (Sukanto, 2001. Dalam Sari: 2010). Di negara dengan tingkat penghasilan warganya tinggi, elastisitas permintaan akan rumah relatif rendah, begitu pula sebaliknya.

Keinginan memiliki rumah dibatasi oleh tingkat penghasilan serta biaya pembangunan perumahan. Tingkat penghasilan rendah serta biaya pembangunan tinggi mengakibatkan orang tidak dapat membangun rumah yang memenuhi syarat, meski kebutuhan permukiman merupakan kebutuhan primer. Kondisi ini akan menyebabkan munculnya rumah yang tidak memenuhi persyaratan kelayakan sebuah rumah (Sukanto, 2001. Dalam Sari : 2010). Faktor penting dalam menganalisis permintaan pasar perumahan (Appraisal Institute, 2002) antara lain:

1) Jumlah populasi pada area pasar
2) Tingkat pendapatan perkapita
3) Jenis pekerjaan dan tingkat pengangguran
4) Jumlah pemilik dan penyewa
5) Pertimbangan keuangan
6) Pola penggunaan tanah
7) Pertumbuhan dan Perkembangan kota

8) Faktor fisik lingkungan properti (seperti topografi, cuaca)
9) Struktur pajak daerah
10) Ketersediaan fasilitas pendukung dan jasa publik.

5. Teori Mobilitas Tempat Tinggal

Menurut teori mobilitas tempat tinggal (Yunus, 2000. Dalam Sari: 2010) terdapat perilaku yang berbeda pada masyarakat dalam menentukan pilihan tempat tinggal. Berdasarkan perilaku menentukan tempat tinggal tersebut terdapat tiga golongan strata sosial masyarakat, yaitu :

1) *Bridgeheaders*, golongan masyarakat ekonomi rendah yang cenderung memilih tempat tinggal dekat dengan tempat kerja untuk menekan biaya.
2) *Consolidator*, golongan dengan kemampuan ekonomi yang mulai mapan dan mencari lingkungan yang lebih nyaman.
3) Status atau *Seekers*, golongan dengan kemampuan ekonomi yang sangat kuat dan berusaha mendapatkan pengakuan terkait dengan status sosialnya.

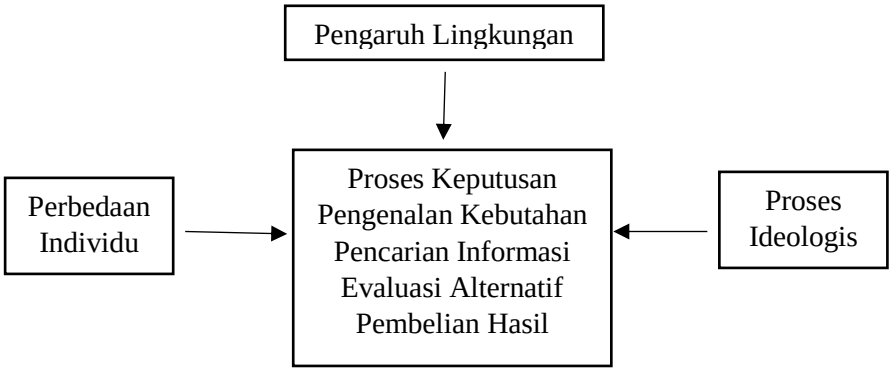
Pada golongan masyarakat dengan keterbatasan ekonomi umumnya memilih untuk bertempat tinggal dekat dengan tempat kerjanya dengan maksud menghemat biaya transportasi. Masyarakat golongan ini bisanya adalah warga baru di kota tersebut yang masih belum memungkinkan untuk memiliki rumah sendiri. Pada golongan masyarakat yang telah mengalami peningkatan kesejahteraan mulai memikirkan untuk memiliki rumah sendiri di tempat lain dengan kondisi yang lebih baik, prioritas untuk dekat dengan

tempat kerja. Pada golongan ini pilihan tempat tinggal diarahkan ke pinggiran yang menurut mereka menjanjikan kenyamanan dalam bertempat tinggal.

Pada masyarakat yang tingkat kesejahteraannya semakin meningkat, maka kemampuan ekonomi akan merubah perilaku masyarakat untuk mencapai suatu kondisi yang mengakibatkan statusnya diakui dalam strata sosial. Identitas pribadi menjadi prioritas yang sangat tinggi dalam kehidupannya, serta timbul keinginan untuk memiliki rumah modern.

6. Proses Pengambilan Keputusan Konsumen

Pengaruh lingkungan, perbedaan dan pengaruh individu, serta proses psikologis dapat membentuk dan mempengaruhi keputusan konsumen mencakup semua jenis perilaku pemenuhan kebutuhan dan jajaran luas dari faktor yang memotivasi dan mempengaruhinya. Secara sistematik model dasar dari proses keputusan konsumen beserta faktor yang mempengaruhi dan membentuk perilaku tersebut dapat dijelaskan dalam Gambar 2.4 sebagai berikut :



Gambar 2.4

Model pengambilan keputusan konsumen

Secara umum keputusan konsumen mengambil bentuk dan mempunyai langkah- langkah sebagai berikut :

1) Pengenalan kebutuhan, yaitu konsumen mempresepsikan perbedaan antara keadaan yang diinginkan dengan kondisi aktual untuk membangkitkan dan mengaktifkan proses keputusan. Kebutuhan ini akan menjadi motivasi dalam membuat keputusan.
2) Pencarian informasi, yaitu konsumen mencari informasi yang disimpan dalam ingatan atau mendapatkan informasi yang relevan dari lingkungan.
3) Evaluasi alternatif, yaitu konsumen mengevaluasi pilihan terkait dengan manfaat yang diharapkan dan menyempitkan pilihan. Konsumen menggunakan informasi yang tersimpan dalam ingatan ditambah informasi yang didapat dari luar untuk membangun kriteria tertentu. Ini membantu konsumen untuk mengevaluasi dan membandingkan alternatif tersebut.
4) Pembelian, yaitu konsumen memperoleh alternatif yang dipilih atau pengganti yang dapat diterima bila perlu. Konsumen dapat memutuskan apakah produk yang akan dibeli atau diputuskan untuk tidak dibeli sama sekali.
5) Hasil, yaitu perilaku konsumen setelah pembelian dimana konsumen mengevaluasi alternatif setelah pembelian. Bukan tidak lazim pembeli akan mengalami periode yang seketika dan sementara berupa penyesalan atau keraguan setelah keputusan pembelian. Hal

ini dapat menimbulkan dampak apakah pembeli terpuaskan atau tidak.

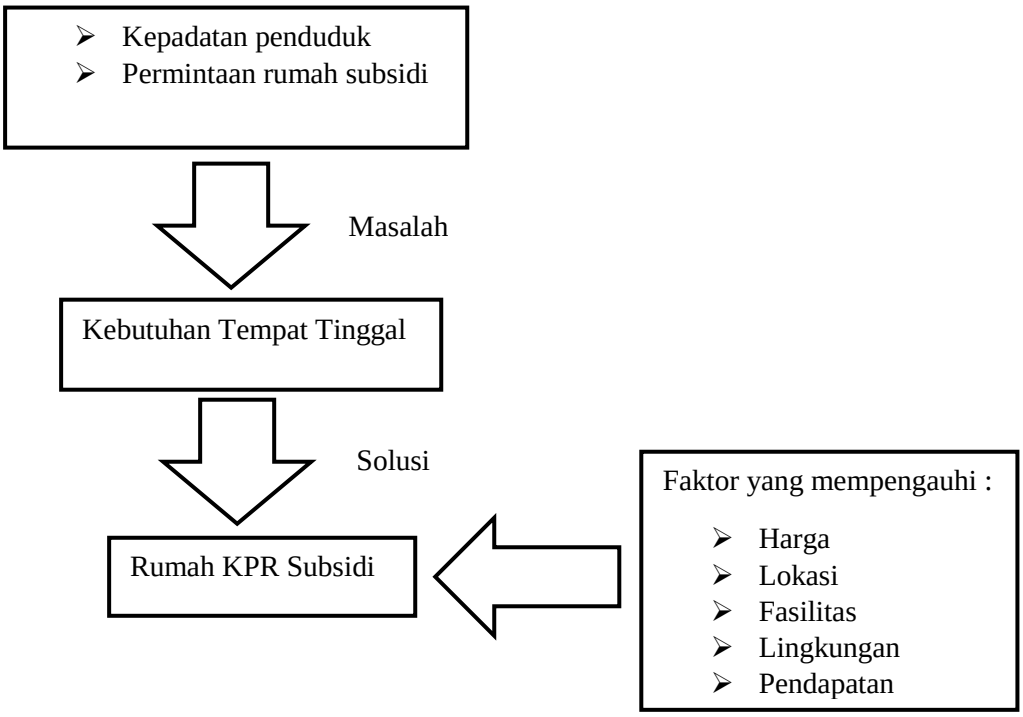
B. Penelitian Terdahulu

1. Dari hasil penelitian Mahardani (2012), dalam penelitian tersebut menganalisis faktor yang mempengaruhi permintaan rumah sederhana di Kota Semarang, dengan menggunakan analisis regresi linier berganda dengan progrm SPSS versi 16.0. Populasi yang digunakan adalah kepala keluarga sebagai konsumen di Perumahan Puri Dinar Mas dengan sampel sebanyak 100 responden. Hasil analisis menunjukan bahwa harga, pendapatan, lokasi, berpengaruh terhadap permintaan rumah sederhana di Perumahan Puri Dinar Mas.
2. Dari hasil penelitian Putra yang meneliti analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepusan pemilihan rumah tipe 60 di Kota Semarang pada tahun 2014. Populasi peneitian adalah konsumen yang membeli dan menghuni komplek perumahan Mega Residence Semarang dengan jumlah sample sebanyak 72 responden. Hasil penelitian menunjukan kesesuaian harga dan fasilitas berpengaruh positif dan sigifikan terhadap pembelian rumah tipe 60. Sedangkan jumlah anggota keluarga tidak berpengaruh signifikan tehadap pembelian rumah tipe 60 dan harga tipe lain berpenggaruh negatif dan sigifikan terhadap pembelian rumah tipe 60.
3. Dari hasil penelitian Sari yang meneliti faktor lokasi, fasilitas, harga, lingkungan, terhadap pembelian rumah di Perumahan Tipe Cluster Tamansari Semarang pada tahun 2010. Hasil analisis menunjukkan bahwa

faktor lokasi, fasilitas, harga, berpengaruh terhadap pembelian rumah tetapi variabel lingkungan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian rumah tipe cluster.

4. Dari hasil penelitian Lukman Khakim (2009), dalam penelitian tersebut menganalisis faktor-faktor yang berpengaruh terhadap preferensi bermukim di perumahan sekitar Kampus Uniersitas Negeri Semarang. Populasi dalam penelitian ini pemilik properti disekitar kampus UNNES Semarang sejumlah 832 unit dan diambil sample sejumlah 90 unit rumah, kemudian data yang terkumpul melalui kuisioner dilakukan uji validitas dan reliabilitas dilanjutkan dengan analisis melalui regresi berganda. Hasil analisis menunjukan baik secara kebersamaan maupun parsial (aksesbilitas, atribut fisik, fasilitas, dan nilai properti) berpengaruh signifikan, variabel lokasi tidak berpengaruh, terhadap preferensi bermukim di sekitar Kampus Universitas Negeri Semarang.
5. Dari hasil penelitian Rahayu yang meneliti tentang analisis faktor-fakor yang mmpegaruhi konsumen melakukan pembelian rumah pada Crown Properti Agency di Medan pada tahun 2007. Hasil analisis data dengan menggunakan meode regeresi linier berganda menunjukkan bahwa harga, tingkat pendapatan, dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan tetapi variabel fasilitas tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian rumah pada Crown Property Agency Medan.

C. Kerangka Pemikiran



D. Hipotesis

1. Diduga faktor harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan rumah dengan KPR bersubsidi di Kabupaten Banyumas.
2. Diduga faktor lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan rumah dengan KPR bersubsidi di Kabupaten Banyumas.
3. Diduga faktor fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan rumah dengan KPR bersubsidi di Kabupaten Banyumas.
4. Diduga faktor lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan rumah dengan KPR bersubsidi di Kabupaten Banyumas.
5. Diduga faktor pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan rumah dengan KPR bersubsidi di Kabupaten Banyumas.