

ABSTRAK

PERSEPSI TENTANG PEMBELIAN RUMAH DI KAWASAN CONDONGCATUR DITINJAU DARI KARAKTERISTIK DEMOGRAFI DAN STATUS SOSIAL – EKONOMI

(Studi pada : Masyarakat Pembeli Rumah di Perumahan di Kawasan Condongcatur Yogyakarta)

Y. Bayu Setiawan
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2009

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi karakteristik konsumen yang membeli rumah di perumahan dan untuk mengetahui perbedaan persepsi konsumen terhadap harga, kestrategisan lokasi, lingkungan dan promosi dilihat dari jenis kelamin, usia, jenis pekerjaan dan tingkat pendapatannya. Populasi dalam penelitian adalah semua pembeli rumah di perumahan di kawasan Condongcatur. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 76 pembeli rumah di perumahan di kawasan Condongcatur. Dalam penelitian ini teknik sampel yang digunakan adalah *Cluster Random Sampling* (area sampling) yaitu teknik yang digunakan untuk menentukan sampel bila obyek yang akan diteliti atau sumber datanya sangat luas. Responden didapat dengan melakukan pengundian yaitu diambil dari sampel yang telah ditetapkan. Pengundian dilakukan secara berulang hingga responden yang ditargetkan tercapai. Uji Validitas menggunakan teknik Korelasi *Product Moment* dan Uji Reliabilitas dengan menggunakan rumus *Cronbach Alpha*. Jawaban-jawaban kuesioner tersebut dianalisis dengan rumus analisis persentase, uji ANOVA guna mengetahui ada tidaknya perbedaan persepsi konsumen terhadap harga, kestrategisan lokasi, lingkungan dan promosi dilihat dari jenis kelamin, usia, jenis pekerjaan dan tingkat pendapatannya. Berdasarkan hasil olah data dengan menggunakan uji ANOVA, diketahui bahwa tidak terdapat perbedaan persepsi konsumen terhadap harga, kestrategisan lokasi, lingkungan dan promosi dilihat dari jenis kelamin, usia, jenis pekerjaan dan tingkat pendapatannya.

Kata kunci : Persepsi konsumen, Pembelian rumah

ABSTRACT

PERCEPTION ON HOUSES PURCHASED IN CONDONGCATUR AS PERCEIVED BY CONSUMERS BASED ON DEMOGRAPHIC CHARACTERISTICS AND SOSIAL – ECONOMICAL STATUS

(A Case Study on Buyers of Houses in Condongcatur Yogyakarta)

**Y. Bayu Setiawan
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2009**

This research intended to identify customers' characteristics who bought houses in Condongcatur and to know the difference of customers' perception on price, advantage of location, environment and promotion based on gender, age, occupation and level of income. The population in this research was of houses buyers in Condongcatur area. The sample of this research were 76 buyers. In this research, sample technique used was Cluster Random Sampling (area sampling). Validity test used was Product Moment Correlation Technique and Reliability Test used was Cronbach Alpha. Data were analyzed using percentage analysis formulation, and ANOVA to find out whether there are differences in customers' perception on price, advantage of location, environment, and promotion based on gender, age, occupation, and level of income. Results showed that there were differences of customers' perception on price, advantage of location, environment and promotion based on gender, age, occupation, and level of income.

Keywords : customers' perspective, housing settlement purchase