

Analisis Perilaku Konsumen dalam Menentukan Keputusan Pembelian Rumah Bersubsidi Tipe 36

Teguh Hermawan^{a*}, Yuni Firayanti^a, Marhamah^a

^a Program Studi Manajemen, Universitas Nahdlatul Ulama Kalimantan Barat, Indonesia

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel:

Received : 29-08-2024

Revised : 15-09-2024

Accepted : 20-09-2024

Keywords: Consumer Behavior, Purchase Decision, Subsidized Housing

Kata Kunci: Keputusan Pembelian, Perilaku Konsumen, Rumah Subsidi

Corresponding Author:

teguhhermawan263@gmail.com*

DOI: <https://doi.org/10.62335>

ABSTRACT

This study aims to analyze consumer behavior in determining the purchase decision for type 36 subsidized houses at PT Borneo Real Properti. The research employs a qualitative method, with data collection techniques including in-depth interviews, observation, and documentation. The findings reveal that factors influencing consumer purchase decisions include personal economic conditions, environmental and security factors, strategic location, as well as the quality of the buildings and facilities provided. Additionally, social factors, such as recommendations from family and friends, play a significant role in consumer decision-making. These findings provide insights for PT Borneo Real Properti to develop more effective marketing strategies and enhance customer satisfaction. A comprehensive and consumer-oriented strategy is expected to increase the company's competitiveness in the subsidized housing market.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perilaku konsumen dalam menentukan keputusan pembelian rumah subsidi tipe 36 di PT Borneo Real Properti. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara secara mendalam, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen meliputi, kondisi ekonomi personal, lingkungan dan keamanan, lokasi yang strategis, serta kualitas bangunan dan fasilitas yang diberikan. Selain itu, faktor sosial seperti rekomendasi dari keluarga dan teman juga memiliki peran penting dalam pengambilan keputusan konsumen. Temuan ini memberikan wawasan bagi PT Borneo Real Properti untuk mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif dan meningkatkan kepuasan konsumen. Strategi yang komprehensif dan berorientasi pada kebutuhan konsumen diharapkan dapat meningkatkan daya saing perusahaan di pasar perumahan subsidi.

PENDAHULUAN

Semakin bertambahnya jumlah populasi penduduk di suatu daerah, kebutuhan akan tempat tinggal atau rumah juga otomatis meningkat, karena tempat tinggal merupakan salah satu kebutuhan primer manusia. Rumah berfungsi sebagai tempat untuk menikmati kehidupan yang nyaman, tempat beristirahat, tempat berkumpul dengan keluarga, dan tempat untuk menunjukkan tingkat sosial dalam masyarakat. Oleh karena itu, masyarakat kini memiliki banyak pilihan untuk memperoleh tempat tinggal, seperti membeli tanah dan membangun rumah sendiri, menyewa, atau membeli secara tunai maupun kredit (Arliana *et al.*, 2021).

Menurut Badan Pertanahan Nasional (BPN) tahun 2023, Kota Pontianak sebagai Ibu Kota Provinsi Kalimantan Barat memiliki luas 147.307 km² dengan jumlah penduduk yang cukup tinggi, khususnya di Kabupaten Kubu Raya yang mencapai 614.910 jiwa. Oleh sebab itu, banyak perusahaan yang bergerak di bidang properti perumahan, mulai dari tipe yang sederhana hingga yang paling mewah, tergantung kebutuhan dan kemampuan yang ada. Rumah tipe 36 merupakan jenis perumahan untuk kalangan menengah ke bawah, sehingga memberikan kesempatan kepada konsumen untuk membeli baik secara tunai maupun kredit. Jangka kredit yang diberikan juga sangat lama, yaitu 10 hingga 20 tahun. Berdasarkan hal tersebut, banyak developer yang saling bersaing untuk mendapatkan konsumen dalam pembelian rumah. (Surya, 2021).

Kondisi tersebut secara otomatis menimbulkan persaingan yang kompetitif, di mana para pengembang perumahan saling berkompetisi untuk mewujudkan produk perumahan yang unggul sehingga pasar potensial dapat dikuasai serta prospek di masa depan lebih menjanjikan. Permasalahan lain terkait hal di atas adalah sering kali menemui berbagai hambatan dan volume penjualan yang tidak sesuai target, persaingan dengan bidang sejenis yang semakin tidak terkendali, perilaku konsumen yang kompleks, serta selera yang mudah berubah-ubah. Oleh karena itu, agar berbagai kendala tersebut dapat dihadapi dan menemukan solusi, perlu berpikir kritis, kreatif, dan inovatif serta menyusun strategi pemasaran yang disesuaikan dengan kondisi pasar dan tipe produk perusahaan guna mencapai tujuan untuk meningkatkan dan mempertahankan konsumen.

Kegiatan pemasaran merupakan faktor yang sangat penting dan berpengaruh bagi perusahaan untuk itu bagian pemasaran harus mempunyai strategi yang mantap dalam melihat peluang atau kesempatan yang ada, sehingga posisi perusahaan di pasar dapat dipertahankan dan sekaligus dapat ditingkatkan. Perlu dipahami bahwa perilaku pembelian di perumahan ada pertimbangan tertentu untuk menerima harga yang disesuaikan dengan atribut produk. Ada dua komponen yang paling mendasar yang dipertimbangkan calon pembeli terkait harga rumah. Pertama, harga tanah (lokasi dan status tanah) dan harga bangunan (tipe bangunan, fasilitas dan kualitas bangunan). (Putra *et al.*, 2022:70).

Harga dan kualitas produk adalah dua faktor kunci yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Harga tidak hanya berfungsi sebagai jumlah uang yang harus dibayarkan, tetapi juga sebagai indikator nilai yang dirasakan oleh konsumen. Ketika manfaat yang dirasakan dari suatu produk atau jasa meningkat pada tingkat harga tertentu, konsumen akan menganggap nilai produk tersebut lebih tinggi. Selain itu, kualitas produk yang mencakup aspek seperti daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi, dan perbaikan, memainkan peran penting dalam menentukan keputusan pembelian. Oleh karena itu, untuk menarik konsumen, perusahaan perlu memperhatikan harga dan memastikan produk mereka memiliki kualitas yang sesuai dengan harapan konsumen, karena dengan meningkatkan kualitas maka reputasi perusahaan akan meningkat sehingga perusahaan akan mendapatkan predikat yang baik dimata pelanggan (Nurfauzi *et al.*, 2023).

Keputusan pembelian konsumen memiliki beberapa pertimbangan, di antaranya adalah keputusan tentang jenis produk, bentuk produk, merek, penjual, jumlah produk, waktu pembelian, dan cara pembayaran. Produk yang dibeli harus berkualitas, konsumen akan merasa produk tersebut berkualitas jika produk tersebut dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan sesuai dengan yang diharapkan atau bahkan melebihi harapan. Selain itu, lokasi bisnis yang tepat akan memenuhi harapan perusahaan untuk menarik konsumen dan mendapatkan keuntungan. Sebaliknya, kesalahan dalam pemilihan lokasi akan menghambat kinerja bisnis dan secara otomatis mengurangi keuntungan yang bisa dirasakan oleh pengusaha tersebut. Oleh karena itu, pemilihan lokasi bisnis yang dekat dengan target pasar serta ketersediaan infrastruktur yang memadai merupakan strategi yang penting untuk memudahkan konsumen dalam mendapatkan produk atau jasa yang diinginkannya (Permata Sari, 2021).

Perusahaan yang baik harusnya melibatkan konsep pada bauran pemasaran supaya dapat mencapai tujuan perusahaan yaitu meningkatkan penjualan. Menurut Kotler & Keller (2019) Bauran pemasaran terdiri dari (*product, price, place, promotion*) keempat bauran pemasaran tersebut saling bekerjasama untuk mendukung penguatan tercapainya penjualan sesuai dengan yang diharapkan oleh pihak manajemen perusahaan.

PT. Borneo *Real Property* merupakan bagian dari *Fachri Property Group* salah satu pengembang properti terbesar di Kalimantan Barat yang bergerak di bidang Properti (*Real Estate*), berdiri pada tanggal 07 Juni 2018 yang didirikan oleh Bapak Mochammad Fachri S.Sos sebagai Komisaris Utama dan Muhammad Rinto sebagai Direktur pertama dengan Nama PT. Borneo *Real Property*. Alamat Kantor PT. Borneo *Real Property* terletak di Jalan Prof. M. Yamin No. 22 Kota Baru Pontianak Kalimantan Barat.

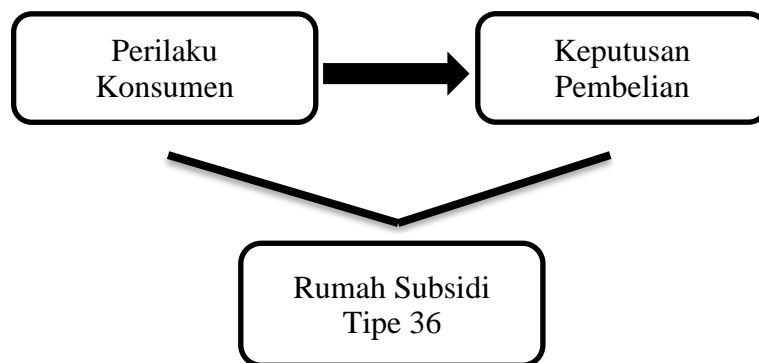
PT. Borneo *Real Property* fokus pada membangun perumahan subsidi tipe 36 dengan menawarkan kualitas, desain yang baik, kenyamanan, dan layanan yang memuaskan untuk masyarakat menengah ke bawah. Alasan mengenai segmentasi pasar

untuk golongan menengah kebawah didasarkan pada alasan bahwa konsumen dengan pendapatan menengah kebawah mempunyai kecenderungan untuk membeli rumah di komplek perumahan karena adanya beberapa kemudahan. Sementara, konsumen golongan menengah keatas umumnya lebih suka membangun sendiri rumahnya pada lahan yang mereka beli dan mendesain bentuk rumah yang diinginkannya. Perumahan subsidi merupakan program sejuta rumah dari pemerintah untuk masyarakat menengah ke bawah dengan harga yang relatif murah.

Penjualan rumah yang dilakukan oleh perusahaan properti pada umumnya selalu bersifat fluktuatif dari tahun ke tahun. Hal ini juga seperti yang dialami oleh PT. Borneo Real Properti. Dari seluruh jumlah perumahan subsidi sudah terdapat 753 unit rumah yang sudah terjual dari 5 tahun terakhir.

Terkadang bersubsidi dengan harga relatif terjangkau dan dibantu dengan bentuk pembayaran secara angsuran masih saja menimbulkan pertimbangan pada keputusan konsumen terhadap pembelian. Segmentasi pasar ini dilakukan pada target pasar kelompok kelas menengah kebawah yang berpotensi sebagai konsumen rumah tipe 36. Dengan hal ini, maka dibutuhkan upaya untuk mewujudkan tujuan perusahaan yang telah direncanakan sejak awal karena pertumbuhan dan perkembangan suatu daerah menengah kebawah sangat tergantung pada pengembangan perusahaan.

Kerangka berpikir adalah suatu tinjauan mengenai apa yang diteliti yang dituangkan dalam sebuah bagan yang menjadi alur pemikiran penelitian. Maka disusun Kerangka Pikir Analisis Perilaku Konsumen Dalam Menentukan Keputusan Pembelian Rumah Bersubsidi Tipe 36.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

METODE PENELITIAN

Bentuk penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian Kualitatif Deskriptif. Menurut Sugiyono (2022:9) metode Penelitian Kualitatif Deskriptif adalah Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai

lawannya adalah eksperimen) di mana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif. Kualitatif yaitu menganalisa dan menyajikan fakta secara sistematis sehingga dapat lebih mudah untuk dipahami dan disimpulkan setelah itu dipaparkan dalam wujud kalimat-kalimat.

Menurut Eko Murdiyanto (2020:19) Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau dengan cara kuantifikasi lainnya. Metode kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Menurut teori penelitian kualitatif, agar penelitiannya dapat betul-betul berkualitas, maka data yang dikumpulkan harus lengkap, yaitu berupa data primer dan data sekunder.

Sumber data merupakan dari mana data dapat di peroleh. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini ada dua macam, yaitu data primer dan data sekunder

Teknik pengumpulan data menurut Sugiyono (2022: 225) terdiri atas observasi, wawancara dan dokumentasi. Dalam penelitian ini peneliti mengumpulkan data dengan menggunakan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi. Maka dalam penelitian ini teknik pengumpulan datanya ialah teknik pengumpulan data lebih banyak pada wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi.

Setiap penelitian harus memiliki keabsahan data sehingga dapat dipertanggung jawabkan. Menurut Sugiyono (2022:273) Triangulasi data dapat diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu. Terdapat 5 (lima) Triangulasi dalam teknik keabsahan data triangulasi sumber, triangulasi teknik, triangulasi waktu, triangulasi metode dan triangulasi teori.

Keterbatasan penelitian adalah hambatan-hambatan yang dihadapi peneliti pada saat melakukan penelitian dilapangan. Adapun hambatan yang peneliti hadapi pada saat melakukan proses penelitian yang akan dilakukan yaitu antara lain: peneliti mengalami kesulitan untuk melakukan pertemuan dengan beberapa informan untuk dilakukannya proses wawancara. Hal tersebut disebabkan oleh informan yang memiliki kesibukan dan jadwal kerja yang sangat padat serta jarak rumah peneliti dengan para informan cukup jauh. Sehingga waktu yang tersedia dalam pengambilan data melalui wawancara dan dokumentasi terbilang sangat singkat.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Sejarah berdirinya PT. Borneo Real Properti

PT. Borneo *Real* Properti merupakan bagian dari Fachri *Property* Group salah satu pengembang properti terbesar di Kalimantan Barat yang bergerak di bidang Properti (*Real Estate*), berdiri pada tanggal 07 Juni 2018 yang didirikan oleh Bapak Mochammad Fachri S.Sos sebagai Komisaris Utama dan Muhammad Rinto sebagai Direktur pertama dengan Nama PT. Borneo *Real* Properti. Kemudian pada tanggal 02 Desember 2019 PT. Borneo *Real* Properti mengalami perubahan pimpinan di mana Bapak Muhammad Rinto digantikan oleh Bapak Samhudi selaku Direktur Operasional. Alamat Kantor PT. Borneo *Real* Properti terletak di Jalan Prof. M. Yamin No. 22 Kota Baru Pontianak Kalimantan Barat. Salah satu pencapaian yang diraih oleh *Fachri Group* baru-baru ini adalah sebagai penerima penghargaan Developer Akad KPR Subsidi Terbaik II yang diberikan oleh PT. Bank Tabungan Negara di Makassar pada tanggal 08 Maret 2022.

Logo Perusahaan



Gambar 2. Logo PT. Borneo *Real* Properti

Visi dan Misi Perusahaan

1. Visi

Menjadi pengembang Properti terbesar dan terbaik di Kalimantan Barat dengan terus berinovasi untuk kepuasan konsumen.

2. Misi

- 1) Mengembangkan semua sumber daya yang dimiliki untuk menerapkan tata kelola organisasi yang berorientasi peningkatan mutu dan penyediaan layanan yang berkualitas.
- 2) Menciptakan produk bermutu tinggi untuk memaksimalkan kepuasan masyarakat dengan memberi nilai tambah investasi yang layak melalui layanan prima dan kepuasan dari konsumen.

Hasil Penelitian

Profil Informan

Adapun dari hasil wawancara secara mendalam terhadap informan mengenai analisis perilaku konsumen dalam menentukan keputusan pembelian rumah subsidi tipe 36 pada PT. Borneo *Real* Properti sebagai berikut:

Informan 1

Wawancara pertama yang penulis lakukan yaitu kepada informan bernama SP selaku manager di PT. Borneo *Real* Properti. Bapak SP sekarang berusia 35 tahun dengan jenis kelamin laki-laki. Informan berasal dari Kabupaten Kubu Raya. Wawancara dilakukan secara langsung atau tatap muka pada hari Kamis, 30 Mei 2024 di PT. Borneo *Real* Properti.

Informan mengatakan bahwa alasan utama konsumen lebih memilih perumahan subsidi tipe 36 daripada opsi lainnya karena harga rumah subsidi tipe 36 relatif lebih murah daripada rumah non subsidi. Dan perumahan subsidi ini merupakan salah satu program pemerintah yang menyediakan rumah dengan harga yang terjangkau. Informan juga mengatakan untuk penentuan harga di PT. Borneo *Real* Properti langsung ditetapkan oleh pemerintah. Untuk proses pemasarannya lebih sering menggunakan media sosial seperti *Facebook*, *Instagram*, *WhatsApp* dan media sosial lainnya karena dinilai lebih efektif daripada memasarkan perumahan secara perorangan.

Informan juga menjelaskan bahwa untuk meningkatkan kepuasan konsumen PT. Borneo *Real* Properti selalu meningkatkan kualitas dan fasilitas bangunannya serta memberikan pelayanan yang baik kepada para konsumen dan PT. Borneo *Real* Properti juga menyiapkan berbagai promo serta program KPR dengan bunga yang rendah dan syarat yang lebih mudah bagi konsumen.

Informan 2

Wawancara kedua yang penulis lakukan yaitu kepada informan bernama AE selaku marketing di PT. Borneo *Real* Properti. AE sekarang berusia 29 tahun dengan jenis kelamin laki-laki. Informan berasal dari Kabupaten Kubu Raya. Wawancara dilakukan secara langsung atau tatap muka pada hari Senin, 3 Juni 2024 di PT. Borneo *Real* Properti.

Informan mengatakan bahwa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah lokasi yang strategis tidak jauh dari pusat kota setelah lokasinya cocok menurut mereka kemudian biasanya konsumen menanyakan ukuran tanahnya setelah itu mereka akan menanyakan harga DP dan akadnya setelah lokasi dan ukuran tanahnya sesuai dengan keinginan mereka baru lah mereka menentukan keputusannya. Informan juga mengatakan jika ada konsumen yang masih ragu dalam menentukan keputusannya maka dia selaku marketing akan berusaha menyakinkan konsumen dengan menawarkan promo-promo yang telah disediakan oleh perusahaan.

Informan juga mengatakan bahwa selama memasarkan rumah pasti banyak tantangannya contohnya terkadang konsumen yang sudah deal untuk membeli rumah subsidi membatalkan niatnya tersebut. Dan sebelum melakukan pembelian rumah subsidi tipe36 konsumen juga membanding-bandingkan antara produk yang satu dengan produk yang lainnya serta marketing yang satu dengan marketing lainnya juga. Untuk

memasarkan perumahan subsidi informan paling sering menggunakan media sosial seperti *Facebook* dan *Instagram* karena lebih dianggap efektif daripada media sosial lainnya. Informan juga membuat iklan-iklan yang menarik dengan menggunakan irama atau musik yang lagi trend.

Informan 3

Wawancara ketiga yang penulis lakukan yaitu kepada informan bernama AND. Konsumen PT. Borneo *Real* Properti. AND sekarang berusia 25 tahun dengan jenis kelamin laki-laki. Informan berasal dari Kabupaten Kubu Raya. Wawancara dilakukan secara langsung atau tatap muka pada hari Sabtu, 8 Juni 2024 di Komplek Permata Alam Lestari.

Informan mengatakan bahwa alasannya mengapa memilih membeli rumah subsidi tipe 36 di PT. Borneo *Real* Properti karena lokasinya yang strategis tidak jauh dari jalan raya atau pusat kota selain itu tidak jauh pula dari tempat ia bekerja dan kualitas perumahan subsidi tipe 36 di PT. Borneo *Real* Properti tidak perlu diragukan lagi sudah pasti bagus karena kebetulan orang tuanya bekerja di perumahan tersebut. Serta harga yang ditetapkan oleh perusahaan sudah sesuai dengan kualitas dan fasilitas yang diberikan. Untuk lingkungan di PT Borneo *Real* Properti cukup bersih dan rapi penduduknya juga ramah-ramah untuk keamanan sudah pasti terjamin karena berdekatan dengan perkampungan warga sekitar.

Informan juga mengatakan bahwa alasan utamanya mengapa lebih memilih membeli rumah subsidi tipe 36 karena harganya yang relatif lebih murah daripada rumah yang non subsidi ataupun rumah tipe lainnya. Sebelum melakukan pembelian rumah informan juga melakukan perbandingan antara rumah subsidi dan rumah yang non subsidi ternyata rumah subsidi jauh lebih murah dibandingkan dengan rumah yang non subsidi. Untuk informasi terkait rumah subsidi tipe 36 di PT. Borneo *Real* Properti informan mendapatkan saran dari orang tuanya yang bekerja di perumahan tersebut. Menurut informan faktor utama yang mempengaruhinya dalam menentukan keputusan pembelian rumah subsidi tipe 36 karena harga rumah subsidi tipe 36 jauh lebih murah bila dibandingkan dengan rumah yang non subsidi maupun tipe lainnya. Dan informan juga merasa sangat puas dengan keputusan yang dirinya ambil untuk memilih rumah subsidi tipe 36 di PT. Borneo *Real* Properti karena semuanya sudah sesuai baik dari segi layanan yang baik, proses nya juga mudah, harga, lokasi, serta kualitas dan fasilitas yang diberikan

Informan 4

Wawancara keempat yang penulis lakukan yaitu kepada informan bernama ADR. Konsumen PT. Borneo *Real* Properti. ADR sekarang berusia 25 tahun dengan jenis kelamin laki-laki. Informan berasal dari Kabupaten Kubu Raya. Wawancara dilakukan

secara langsung atau tatap muka pada hari Sabtu, 8 Juni 2024 di Kompleks Permata Alam Lestari.

Informan mengatakan bahwa alasannya mengapa memilih membeli rumah subsidi tipe 36 di PT. Borneo *Real* Properti karena kualitas bangunan di PT. Borneo *Real* Properti cukup bagus serta bahan-bahan yang digunakan juga berkualitas dan ada juga masukan dari temannya yang sudah pernah membeli perumahan di PT. Borneo *Real* Properti dan untuk lokasinya sangat strategis dekat dengan perkampungan, pasar, dan kebetulan lokasi perumahan tersebut dekat dengan tempat informan bekerja. Harga yang ditetapkan juga sangat sesuai dengan kualitas dan fasilitas yang diberikan oleh perusahaan proses pembeliannya juga mudah selama proses pembelian informan mengatakan tidak ada mengalami kendala hanya saja persiapan dokumen cukup memakan waktu sehingga prosesnya agak lama. Untuk kondisi lingkungan di PT. Borneo *Real* Properti sangat bersih dan rapi konsumennya juga ramah-ramah serta kemanannya juga bisa dikatakan baik karena selama tinggal disini kurang lebih 3 tahun belum dirinya belum pernah mengalami kehilangan barang apapun.

Informan juga mengatakan bahwa alasannya lebih memilih rumah subsidi tipe 36 dari pada rumah yang non subsidi karena harga rumah subsidi jauh lebih murah daripada rumah yang non subsidi dan informan juga menyesuaikan dengan ekonomi dan pendapatan yang ada. Sebelum membeli rumah subsidi tipe 36 informan juga melakukan perbandingan antara rumah subsidi tipe 36 dan rumah yang nonsubsidi ataupun tipe lainnya. Untuk informasi terkait rumah subsidi di PT. Borneo *Real* Properti informan menanyakan kepada teman dan keluarganya yang sudah pernah membeli perumahan rubsidi di PT. Borneo *Real* Properti. Menurut informan faktor yang mempengaruhinya dalam memutuskan membeli rumah subsidi tipe 36 adalah harga rumah subsidi yang relatif lebih murah dibandingkan dengan rumah non subsidi. Dan informan juga merasa puas atas keputusannya dalam memilih rumah subsidi tipe 36 sebagai tempat tinggalnya.

Informan 5

Wawancara kelima yang penulis lakukan yaitu kepada informan bernama HKM. Konsumen PT. Borneo *Real* Properti. HKM sekarang berusia 26 tahun dengan jenis kelamin laki-laki. Informan berasal dari Kabupaten Kubu Raya. Wawancara dilakukan secara langsung atau tatap muka pada hari Sabtu, 20 Juni 2024 di Kompleks Bumi Serdam Indah.

Informan mengatakan bahwa alasannya mengapa memilih membeli rumah subsidi tipe 36 di PT. Borneo *Real* Properti karena yang pertama lokasinya cukup strategis dekat dengan pusat kota dan juga pasar serta bangunannya juga bagus dan berkualitas. Harga yang diteapkan juga sesuai dengan kualitas dan fasilitas yang diberikan perusahaan serta banyak sekali promo yang di sediakan oleh PT. Borneo *Real* Properti Alhamdulillah kemarin informan mendapatkan harga promo dengan membayar DP dan akad sebesar Rp.

1.000.000.00 sudah mendapatkan kanopi. Informan mengatakan untuk kondisi lingkungan di PT. Borneo *Real* Properti sangat rapi dan bersih konsumennya mudah bersosialisasi dan juga ramah-ramah serta keamanannya juga terjamin karena selama dirinya tinggal di kompleks tersebut belum ada barang-barang yang hilang.

Informan juga mengatakan bahwa alasannya lebih memilih rumah subsidi tipe 36 daripada rumah non subsidi ataupun tipe lainnya karena harga rumah subsidi tipe 36 relatif lebih murah dibandingkan dengan rumah non subsidi. Sebelum melakukan pembelian informan telah melakukan perbandingan karena informan mencari rumah yang kualitasnya bagus dan harganya sangat terjangkau. Untuk informasi terkait rumah subsidi tipe 36 di PT. Borneo *Real* Properti informan mendapatkannya melalui Instagram kemudian informan menghubungi kontak person yang ada di Instagram tersebut. Menurut informan faktor yang mempengaruhi keputusannya membeli rumah subsidi tipe 36 karena harga yang relatif lebih murah daripada rumah non subsidi ataupun tipe lainnya. Informan juga merasa sangat puas atas keputusannya membeli rumah subsidi tipe 36 karena sesuai dengan kemampuan dan kebutuhannya.

Informan 6

Wawancara keenam yang penulis lakukan yaitu kepada informan bernama NLS. Konsumen PT. Borneo *Real* Properti. NLS sekarang berusia 26 tahun dengan jenis kelamin perempuan. Informan berasal dari Kabupaten Kubu Raya. Wawancara dilakukan secara langsung atau tatap muka pada hari Sabtu, 29 Juni 2024 di kompleks Perdamaian Alam *Residence*.

Informan mengatakan bahwa alasannya mengapa memilih membeli rumah subsidi tipe 36 di PT. Borneo *Real* Properti karena kualitasnya bagus, bangunannya juga bagus dan pondasinya juga kuat serta lokasinya juga sangat strategis dekat dengan supermarket, pasar dan pusat kota serta proses pembelinya juga mudah. Selama proses pembelian informan mengalami kendala di pemberkasan waktu itu informan belum mempunyai NPWP sehingga prosesnya menjadi lama. Harga yang ditetapkan oleh perusahaan juga sudah sesuai dengan kualitas dan fasilitas yang di berikan serta sudah sesuai dengan aturan pemerintah. Untuk lingkungannya juga lumayan bersih dan rapi konsumennya juga ramah-ramah, mudah berbaur dengan konsumen lainnya dan keamanannya juga terjamin karena ada pos jaga serta satpam yang menjaganya.

Informan juga mengatakan bahwa alasannya lebih memilih membeli rumah subsidi tipe 36 karena faktor ekonomi dan juga harga rumah subsidi tipe 36 ini jauh lebih murah jika dibandingkan dengan rumah yang non subsidi. Informan juga berpendapat bahwa untuk kualitas rumah subsidi tipe 36 ini sama saja dengan rumah non subsidi ataupun tipe-tipe lainnya. Sebelum melakukan pembelian informan juga telah melakukan perbandingan antara rumah subsidi tipe 36 dan rumah non subsidi. Dan untuk informasi mengenai rumah subsidi tipe 36 yang disediakan oleh PT. Borneo *Real* Properti informan

mendapatkannya melalui media sosial *Facebook*. Menurut pendapat informan faktor yang mempengaruhi keputusan pembeliannya terhadap rumah subsidi tipe 36 karena harga rumah subsidi tipe 36 lebih murah bila dibandingkan dengan rumah non subsidi. Dan informan sangat merasa puas atas keputusannya dalam memilih rumah subsidi tipe 36 sebagai rumah pertama karena sesuai dengan pendapatannya.

Informan 7

Wawancara ketujuh yang penulis lakukan yaitu kepada informan bernama BEI yang merupakan konsumen PT. Borneo *Real Properti*. BEI saat ini berusia 30 tahun dengan jenis kelamin laki-laki. Informan berasal dari Kabupaten Kubu Raya. Wawancara dilakukan secara langsung atau tatap muka pada hari Minggu, 30 Juni 2024 di kompleks Swadaya Indah Lestari.

Informan mengatakan bahwa alasannya mengapa memilih membeli rumah subsidi tipe 36 di PT. Borneo *Real Properti* karena kualitasnya cukup bagus, fasilitasnya juga keren, kemudian lokasinya juga strategis dekat dengan perkotaan dan supermarket serta jika dilihat bangunannya sangat kokoh. Harga yang ditetapkan oleh PT. Borneo *Real Properti* sangat sesuai dengan kualitas dan fasilitas yang diberikan. Selain harga yang ditetapkan sesuai dengan fasilitas dan kualitas yang diberikan proses pembeliannya juga sangat mudah dan pelayanannya juga baik. Selama proses pembelian informan mengalami sedikit kendala yaitu ada beberapa dokumen yang belum ada jadi ketika ingin membeli rumah subsidi tipe 36 informan belum memiliki surat NPWP tetapi pihak supervisornya membantu informan dalam melengkapi dokumen tersebut. Informan juga mengatakan bahwa kondisi lingkungan di PT. Borneo *Real Properti* sangat bersih dan rapi konsumennya juga sangat bersosialisasi saling menegur dengan konsumen lainnya dan soal keamanannya juga pasti terjamin karena dekat dengan perkampungan warga, selain itu ada juga satpam yang menjaga.

Informan juga berpendapat setelah melakukan perbandingan antara rumah subsidi dan non subsidi serta tipe lainnya faktor yang kuat mendorongnya untuk lebih memilih membeli rumah subsidi tipe 36 karena merasa cocok saja selain itu harganya yang relatif lebih murah dibandingkan dengan rumah non subsidi sehingga sangat cocok sekali dengan masyarakat yang memiliki ekonomi menengah kebawah. Untuk informasi terkait rumah subsidi Tipe 36 di PT. Borneo *Real Properti* informan dapatkan dari teman-teman atau kerabat sekitar, selain itu informan juga menemukan komentar-komentar yang baik dari pelanggan-pelanggan yang sudah menjadi *customer* baik itu melalui internet seperti *Facebook*, *Instagram*, Kemudian *Youtube* ataupun media sosial lainnya. Informan juga merasa puas atas keputusannya karena telah memilih rumah subsidi tipe 36.

Informan 8

Wawancara kedelapan yang penulis lakukan yaitu kepada informan bernama KHL

salah satu konsumen PT. Borneo *Real* Properti. KHL sekarang berusia 30 tahun dengan jenis kelamin laki-laki. Informan berasal dari Kabupaten Kubu Raya. Wawancara dilakukan secara langsung atau tatap muka pada hari senin, 30 Juni 2024 di kompleks Swadaya Indah Lestri.

Informan mengatakan bahwa alasannya mengapa memilih membeli rumah subsidi tipe 36 di PT. Borneo *Real* Properti karena mendapatkan request dari teman saya yang sudah pernah membeli perumahan di PT. Borneo *Real* Properti. Temannya tersebut mengatakan bahwa kualitas perumahan yang ada di PT. Borneo *Real* Properti sangat bagus dan banyak sekali promonya. Setelah informan melakukan survei ternyata benar sekali memang kualitas bangunan di PT. Borneo *Real* Properti sangat bagus sekali dan lokasinya juga sangat strategis tidak jauh pula dari pasar, minimarket dan lain-lain. Untuk harga yang di tetapkan juga sangat sesuai dengan kualitas dan fasilitas yang diberikan oleh PT. Borneo *Real* Properti disini juga sudah disediakan listrik dan sumur bor, selain itu proses pembeliannya juga mudah serta bunganya juga rendah. Selama proses pembelian rumah subsidi tipe 36 informan tidak mengalami kendala sedikitpun hanya saja untuk mempersiapkan dokumen dan persyaratannya memerlukan waktu.

Informan juga mengatakan bahwa alasan utamanya membeli rumah subsidi tipe 36 karena harga rumah subsidi tipe 36 ini lebih murah jika dibandingkan dengan rumah non subsidi maupun tipe lainnya. Dan sebelum melakukan pembelian rumah subsidi tipe 36 informan juga melakukan perbandingan seperti para informan sebelumnya karena informan mencari rumah sesuai dengan kemampuannya serta kualitas yang terjamin. Untuk informasi tentang rumah subsidi tipe 36 di PT Borneo *Real* Properti informan dapatkan dari internet seperti Facebook dan Instagram kemudian informan menghubungi marketingnya serta menanyakan langsung kepada teman yang sudah pernah membeli Perumahan di PT. Borneo *Real* Properti. Informan juga berpendapat bahwa faktor yang mendorongnya untuk memilih rumah subsidi tipe 36 karena adanya dorongan dari temannya dan juga infaorman mencari rumah dengan harga yang relatif lebih murah tapi kualitasnya bagus. Informan juga mengatakan bahwa dirinya sangat puas dengan keputusan pembelian memilih rumah subsidi tipe 36 di PT. Borneo *Real* Properti karena semuanya sudah sesuai baik dari kualitas dan fasilitas, lokasinya juga sangat startegis, pelayanannya sangat baik, lingkungannya juga bersih, dan harganya juga sesuai dengan kualitas dan fasilitas yang diberikan.

Informan 9

Wawancara sembilan yang penulis lakukan yaitu kepada informan bernama HSN yang merupakan salah satu konsumen PT. Borneo *Real* Properti. HSN sekarang berusia 25 tahun dengan jenis kelamin perempuan. Informan berasal dari Kabupaten Kubu Raya. Wawancara dilakukan secara langsung atau tatap muka pada hari Minggu, 30 Juni 2024 di kompleks Swadaya Indah Lestari.

Informan mengatakan bahwa alasannya mengapa memilih membeli rumah subsidi tipe 36 di PT. Borneo *Real* Properti karena mendapatkan saran dari keluarganya dan informan juga berpendapat bahwasanya rumah subsidi tipe 36 di PT. Borneo *Real* Properti kualitasnya bagus, bangunannya juga bagus dan kokoh, lokasinya juga strategis kemudian jalannya juga sudah di cor. Harga yang ditetapkan oleh PT. Borneo *Real* Properti juga sudah sesuai dengan kualitas dan fasilitas yang diberikan. Selain itu kondisi lingkungan di PT. Borneo *Real* Properti sangat bersih dan rapi konsumennya juga ramah-ramah. Informan juga mengatakan bahwa keamanan di PT. Borneo *Real* Properti sangat terjamin karena selama dirinya tinggal di kompleks tersebut belum pernah mendengar masalah kehilangan dan informan juga belum pernah ada kehilangan barang apapun. Selama proses pembelian informan tidak ada mengalami kendala apapun tetapi untuk menyiapkan berkas-berkasnya memerlukan waktu yang agak lama.

Informan mengatakan bahwa alasan utamanya kenapa lebih memilih rumah subsidi tipe 36 karena harganya jauh lebih murah dibandingkan dengan rumah yang non subsidi ataupun tipe lainnya. Informan juga sudah melakukan perbandingan antara rumah subsidi tipe 36 dengan rumah non subsidi dan tipe lainnya sebelum melakukan keputusan pembelian. Untuk informasi tentang rumah subsidi tipe 36 yang ada di PT. Borneo *Real* Properti informan mendapatkan informasi melalui *Facebook* ketika hendak membeli rumah dan informan juga menanyakan kepada keluarganya yang pernah membeli rumah subsidi tipe 36 di PT. Borneo *Real* Properti. Menurut pendapat informan faktor yang mempengaruhi keputusan pemebelannya untuk membeli rumah subsidi tipe 36 karena harga rumah subsidi tipe 36 jauh lebih murah daripada rumah yang non subsidi atau tipe lainnya serta adanya dorongan dari keluarganya. Dan informan juga merasa sangat puas telah memilih membeli rumah subsidi tipe 36 karena sesuai dengan kebutuhan dan pendapatannya.

Informan 10

Wawancara kedelapan yang penulis lakukan yaitu kepada informan bernama LTF. Salah satu konsumen PT. Borneo *Real* Properti. LTF sekarang berusia 27 tahun dengan jenis kelamin laki-laki. Informan berasal dari Kabupaten Kubu Raya. Wawancara dilakukan secara langsung atau tatap muka pada hari Minggu, 30 Juni 2024 di kompleks Permata Alam Lestari.

Informan mengatakan bahwa alasannya mengapa memilih membeli rumah subsidi tipe 36 di PT. Borneo *Real* Properti karena Informan mengatakan bahwa alasannya mengapa memilih membeli rumah subsidi tipe 36 di PT. Borneo *Real* Properti karena kualitasnya bagus, bangunannya juga bagus dan kokoh, lokasinya juga strategis kemudian jalannya juga sudah di cor. Harga yang ditetapkan oleh PT. Borneo *Real* Properti juga sudah sesuai dengan kualitas dan fasilitas yang diberikan. Selain itu kondisi lingkungan di PT. Borneo *Real* Properti sangat bersih dan rapi konsumennya juga ramah-

ramah. Informan juga mengatakan bahwa keamanan di PT. Borneo *Real* Properti sangat terjamin karena ada pos jaga serta ada pula satpam yang menjaganya. Selama proses pembelian informan tidak ada mengalami kendala apapun tetapi untuk menyiapkan berkas-berkasnya memerlukan waktu yang agak lama.

Informan mengatakan bahwa alasan utamanya kenapa lebih memilih rumah subsidi tipe 36 karena harganya jauh lebih murah dibandingkan dengan rumah yang non subsidi ataupun tipe lainnya. Informan juga sudah melakukan perbandingan antara rumah subsidi tipe 36 dengan rumah non subsidi dan tipe lainnya sebelum melakukan keputusan pembelian. Untuk informasi tentang rumah subsidi tipe 36 yang ada di PT. Borneo *Real* Properti informan mendapatkan informasi melalui Facebook ketika hendak membeli rumah. Menurut pendapat informan faktor yang mempengaruhi keputusan pemebelannya untuk membeli rumah subsidi tipe 36 karena harga rumah subsidi tipe 36 jauh lebih murah daripada rumah yang non subsidi atau tipe lainnya. Informan merasa puas dengan keputusannya memilih membeli rumah subsidi tipe 36 karena sesuai dengan kondisi ekonominya.

Tabel 1. Profil Informan

No	Nama	Umur	Jabatan/ Pekerjaan
1.	Slamet Priatna	35 Tahun	Manajer HRD
2.	Andi Elfarizi	29 Tahun	Staff Marketing
3.	AND	25 Tahun	Konsumen
4.	ADR	25Tahun	Konsumen
5.	HKM	25Tahun	Konsumen
6.	NLS	26 Tahun	Konsumen
7.	BEI	30 Tahun	Konsumen
8.	KHL	30 Tahun	Konsumen
9.	HSN	25 Tahun	Konsumen
10.	LTF	27 Tahun	Konsumen

Sumber: Hasil wawancara bersana HRD, Staff Marketing, dan Konsumen PT. Borneo Real Properti

Pembahasan Dan Analisis

Berdasarkan hasil wawancara, observasi penelitian dan dokumentasi dilapangan, peneliti dapat mengetahui gambaran dari subjek penelitian. Dalam penelitian ini peneliti akan memaparkan hasil dari penelitian tersebut yang sesuai dengan fokus penelitian sebagai berikut:

Analisis Perilaku Konsumen Dalam Menentukan Keputusan Pembelian Rumah subsidi Tipe 36.

Perilaku konsumen merupakan perilaku yang ditampilkan oleh konsumen ketika mereka mencari, memilih, membeli, atau menggunakan suatu barang atau produk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Konsumen dalam hal ini adalah individu atau kelompok yang akan membeli barang atau jasa untuk keperluan dirinya sendiri maupun orang lain. Artinya, konsumen adalah orang yang akan mendapatkan nilai manfaat dari barang atau jasa yang dibelinya. Berdasarkan hasil wawancara secara mendalam bersama informan-informan di lapangan dalam menentukan keputusan pembelian rumah subsidi tipe 36 biasanya konsumen akan melewati beberapa tahap diantaranya:

a) Proses pencarian informasi

Pencarian informasi merupakan tahap penting dalam proses keputusan pembelian konsumen. Pada tahap ini, konsumen akan mencari dan mengumpulkan informasi tentang produk atau layanan yang ingin dibeli. Informasi ini akan membantu mereka dalam mengevaluasi alternatif pilihan dan membuat keputusan pembelian yang tepat.

b) Proses Evaluasi

Proses evaluasi konsumen adalah tahap dalam pengambilan keputusan pembelian di mana konsumen menilai dan membandingkan berbagai alternatif produk atau layanan yang tersedia sebelum membuat keputusan akhir. Proses ini melibatkan analisis berbagai atribut dan manfaat yang ditawarkan oleh setiap alternatif, sehingga konsumen dapat memilih yang paling sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka.

c) Proses pasca pembelian konsumen

Proses pasca pembelian sangat penting dalam siklus keputusan konsumen. Kepuasan atau ketidakpuasan yang dirasakan konsumen setelah pembelian dapat mempengaruhi perilaku mereka di masa depan, termasuk loyalitas terhadap merek, niat untuk membeli ulang, dan kecenderungan untuk merekomendasikan produk kepada orang lain.

Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian rumah subsidi tipe 36.

Pembelian rumah merupakan keputusan penting dalam kehidupan seseorang, karena melibatkan komitmen finansial jangka panjang dan berdampak signifikan pada kualitas hidup terutama saat memilih rumah subsidi tipe 36. Perumahan subsidi merupakan pilihan yang signifikan bagi banyak keluarga dengan pendapatan terbatas, yang mencari tempat tinggal yang layak dengan harga terjangkau. Dalam penentuan keputusan pembelian ada beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen sebelum akhirnya membuat keputusan pembelian. Berdasarkan hasil wawancara secara

mendalam bersama informan-informan yang menjadi faktor utama yang memengaruhi konsumen dalam pembelian rumah subsidi tipe 36 adalah:

a) Kondisi Ekonomi Personal

Kondisi ekonomi personal merupakan faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian rumah subsidi tipe 36. Rumah subsidi sering kali ditawarkan dengan harga yang lebih stabil atau bahkan subsidi langsung dari pemerintah, membuatnya lebih terjangkau bila dibandingkan dengan rumah non-subsidi di pasar bebas. Keluarga dengan pendapatan rendah atau menengah mungkin tidak mampu membeli rumah di pasar bebas yang harganya lebih tinggi. Oleh karena itu, harga rumah subsidi tipe 36 yang terjangkau menjadi daya tarik utama bagi para konsumen, terutama mereka yang berpenghasilan menengah kebawah yang mencari hunian layak dengan harga terjangkau.

b) Faktor Sosial

Faktor sosial juga dapat mempengaruhi konsumen dalam menentukan keputusan pembelian mereka. Terkadang adanya dorongan yang kuat dari keluarga ataupun teman menjadi pengaruh bagi konsumen dalam menentukan keputusan pembelian mereka.

c) Lingkungan Dan Keamanan

Faktor lingkungan dan keamanan merupakan pertimbangan penting bagi konsumen dalam memilih tempat tinggal. Rumah subsidi sering kali terletak di perumahan yang direncanakan dengan baik dan memiliki lingkungan dan keamanan yang terjamin, memberikan rasa aman bagi penghuninya.

d) Lokasi

Lokasi perumahan juga berperan penting dalam keputusan pembelian. Meskipun rumah subsidi umumnya lebih terjangkau, lokasinya mungkin jauh dari pusat kota atau tempat berbenjana serta tempat kerja. Hal ini juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen karena selain harga yang relatif lebih murah jika lokasinya kurang strategis atau kurang cocok dihati para konsumen dapat mempengaruhi keputusan pembelian mereka.

e) Kualitas Bangunan Dan Fasilitas

Meskipun harga lebih terjangkau, konsumen tetap memperhatikan kualitas bangunan dan fasilitas yang diberikan. Kualitas yang baik serta fasilitas yang lengkap dapat menjadi daya tarik utama bagi konsumen dalam menentukan keputusan pembeliannya.

Berdasarkan pemaparan di atas, dapat diketahui bahwa sebelum mengambil keputusan pembelian, konsumen perumahan PT. Borneo *Real* Properti akan melawati tiga

proses utama yaitu, proses pencarian informasi, proses evaluasi, dan proses pasca pembelian. Dalam proses pencarian informasi, konsumen akan mencari informasi secara mendalam terkait perumahan yang akan dibelinya, baik melalui media sosial maupun bertanya kepada keluarga dan teman yang telah membeli rumah subsidi tipe 36. Setelah mendapatkan informasi mengenai perumahan tersebut, konsumen akan mulai membandingkan antara rumah yang akan dibelinya berdasarkan lokasi, kualitas, harga, serta pelayanan yang diberikan. Pada tahap ini, konsumen akan menilai berbagai alternatif untuk menentukan pilihan terbaik. Setelah melalui proses pencarian informasi dan evaluasi, konsumen akan mencapai keputusan akhir mereka. Pada tahap pasca pembelian, konsumen akan merasakan kepuasan atau ketidakpuasan terhadap rumah subsidi yang dibelinya, yang akan mempengaruhi perilaku mereka di masa depan.

Adapun beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen antara lain faktor ekonomi, harga, lokasi, kualitas, serta faktor sosial dan lingkungan. Berdasarkan hasil analisis, faktor utama yang mempengaruhi konsumen di PT. Borneo *Real* Properti adalah kualitas yang terjamin, lokasi yang strategis, dan harga yang sesuai dengan kualitas serta fasilitas yang diberikan. Faktor-faktor ini sangat mempengaruhi keputusan konsumen dalam menentukan pembelian. Hal ini juga sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya, yang dilakukan oleh Elwin Farandika Sembiring (2022), Muhammad Yusuf slamet (2020), Muhammad Arief Annahdy (2019), Rachman *et.al* (2022), dan Zikriatul Ulya Daud (2019) menunjukkan bahwa kualitas, lokasi, dan harga sangat berpengaruh dalam menentukan keputusan pembelian konsumen. Selain kualitas, lokasi, dan harga faktor ekonomi personal dan sosial seperti dorongan dari keluarga atau saran dari teman juga berpengaruh dalam menentukan keputusan pembelian konsumen. Namun penelitian tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dewi Uswatun Hasanah (2021) hasil penenlitiannya menunjukan bahwa dalam mengambil keputusan, konsumen perumahan D'Mulya *Residence* terpengaruhi oleh faktor internal dan faktor individu diantaranya adalah faktor pengetahuan, gaya hidup dan motivasi.

SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pembahasan dan analisis yang dilakukan oleh penulis pada sebelumnya, maka penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa faktor utama yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam menentukan keputusan pembelian di PT Borneo *Real* Properti adalah kualitas yang terjamin, lokasi yang strategis, dan harga yang sesuai dengan kualitas serta fasilitas yang diberikan. Faktor-faktor ini sangat mempengaruhi keputusan konsumen dalam menentukan pembelian. Selain itu, faktor ekonomi personal dan sosial seperti dorongan dari keluarga atau saran dari teman juga memiliki peran penting dalam keputusan pembelian konsumen. Sebelum mengambil keputusan pembelian, konsumen perumahan PT. Borneo *Real* Properti akan melawati tiga

proses utama yaitu, proses pencarian informasi, proses evaluasi, dan proses pasca pembelian.

Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan analisis maupun kesimpulan pada penelitian ini, ada beberapa saran yang dapat peneliti berikan adalah sebagai berikut: 1) Bagi pengembang PT. Borneo *Real* Properti; Diharapkan kepada pengembang PT. Borneo *Real* Properti agar terus meningkatkan kualitas pelayanan dan fasilitas layanan agar memberikan rasa puas dan kenyamanan bagi konsumen. Memilih lokasi yang strategis dekat dengan fasilitas umum, menetapkan harga yang sesuai dengan kualitas dan fasilitas yang diberikan, serta menyediakan fasilitas tambahan dan infrastruktur yang baik akan meningkatkan daya tarik perumahan, 2) Bagi Konsumen; Sebelum membuat keputusan pembelian rumah subsidi tipe 36 yang bijaksana, pastikan untuk memeriksa kualitas konstruksi dan riwayat proyek pengembang. Pilih lokasi yang strategis dekat dengan fasilitas umum dan memiliki akses transportasi yang baik. Bandingkan harga dengan fasilitas yang ditawarkan dan periksa biaya tambahan untuk memastikan transparansi. Tinjau fasilitas tambahan dan infrastruktur perumahan yang tersedia. Manfaatkan layanan pelanggan yang responsif dan layanan purna jual yang baik. Pertimbangkan program keuangan yang sesuai dan manfaatkan konsultasi keuangan. Gunakan informasi dari digital marketing, event pemasaran, testimoni, dan ulasan untuk mendapatkan gambaran yang jelas tentang rumah yang akan dibeli. Diskusikan rencana pembelian dengan keluarga dan teman supaya mendapatkan saran yang bermanfaat, 3) Bagi Penelitian Selanjutnya; Untuk peneliti selanjutnya diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan rujukan atau referensi dalam menyempurnakan dan mengembangkan penelitian yang sudah ada maupun penelitian yang akan dilakukan selanjutnya. Peneliti juga berharap supaya penelitian selanjutnya dapat melengkapi kajian-kajian lainnya secara lebih mendalam terutama mengenai perilaku konsumen dalam menentukan keputusan rumah subsidi tipe 36.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z., (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Group Penerbitan CV. Syakir Media Press.
- Abubakar, R., (2022). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Group Penerbitan CV. Alfabeta.
- Agustini, A., S, Syahmardi, Y. (2023). Model Keputusan Pembelian Rumah Subsidi Melalui Fasilitas Dimoderesasi Oleh Citra Perusahaan. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*, 4 (12), 2252-8636.
- Alimin, E., Afriani, D., Agusfianto, N. P., Octavia, Y. F., Mulyaningsih, T., Yusuf, S. Y. M., & Tabun, M. A. (2022). *Manajemen Pemasaran (Kajian Pengantar di Era Bisnis*

Modern).

- Andrian,. Christophorus, I, W, P., Jumawan,. M. Fadil, Nursal,. (2022). Perilaku Konsumen. *Jakarta: Group Penerbitan CV. Rena Cipta Mandiri.*
- Annahdy, M. A. (2019). Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di D&D Chicken and Burger Sumobito Jombang. *BIMA: Journal of Business and Innovation Management*, 2(1), 1-18.
- Daud, Z. U. (2018). Pengaruh produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian rumah pada Green Avina Birem Puntong Langsa Baro. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 7(2), 174-174.
- Dwi, E, R. (2023) Manajemen Pemasaran. *Yogyakarta: Groub Penerbitan CV. Pustaka Baru Press*
- Farida, Y., & Lamsah, P. (2019). Manajemen Pemasaran. *Yogyakarta: Groub Penerbitan CV. Budi Utama.*
- Indrasari, M (2019). Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan. *Surabaya, Jawa Timur: Groub Penerbitan CV. Unitomo Press.*
- Khasanah, D. U. (2021). *Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Rumah Perspektif Ekonomi Islam (Studi Perumahan D'mulya Residence Yosomulyo Kota Metro)* (Doctoral dissertation, IAIN Metro).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019) Manajemen Pemasaran. *Jakarta: Groub Penerbitan CV. Erlangga.*
- Leonilda Wona, M. N., Timuneno, T., & Fanggidae, A. H. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Buku Suci Kupang. *Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 2(1), 63–77.
- Murdiyanto, E Penelitian Kualitatif. *Yogyakarta: Groub Penerbitan CV. Lembaga Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat.*
- Nurfauzi, Y., Taime, H., Hanafiah, H., Yusuf, M., & Asir, M. (2023). Literature Review: Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk dan Harga Kompetitif. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(1), 183-188.
- Permata Sari, D. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Harga Kompetitif, Lokasi (*Literature Review* Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 524–533.
- Putra, A. R., Arifin, S., Jahroni, J., Munir, M., Darmawan, D., Mardikaningsih, R., & Sinambela, E. A. (2022). Studi Tentang Perilaku Pembelian Rumah Tipe 36 di Kabupaten Sidoarjo yang Ditinjau dari Faktor Harga, Lokasi dan Promosi. *Jurnal Penelitian Rumpun Ilmu Teknik*, 1(3), 68-83.

- Saputri, A. A., Yacob, S., Feb, M., & Jambi, U. (2023). Model Keputusan Pembelian Rumah Subsidi Melalui Fasilitas Dimoderasi Oleh Citra Perusahaan (Studi Pada Konsumen Rumah Subsidi Kota Jambi). *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan (Mankeu)*, 12(04), 1027–1040.
- Satriadi, Wanawir., Eka, H., Leonita., Nursaidah., Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: Groub Penerbitan CV. Samudra Biru.
- Sembiring, E. F. (2022). *Pengaruh Harga, Promosi, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah KPR Subsidi Di PT Sinar Jaya Putra Kampar Batam* (Doctoral dissertation, Prodi Manajemen).
- Sudiantini, D., Hafsari, P., Fhauzan, R. F., Kusuma, S. V., & Deisler, S. (2023). Peran Manajemen Pemasaran Global Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen. Mufakat: *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 1(2), 67-77.
- Sugiyono (2022). *Metode Penelitian*. Bandung: Group Penerbitan CV Alvabeta.
- Surya, A. (2021). Kebijakan dan Praktik Pemilikan Rumah: Kajian Kasus di Kota Metropolitan Medan. Wahana Inovasi: *Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat UISU*, 10(1), 200-206.
- Valentina, F., & Arini, E. (2023). Influence Of Service Quality, Location dnd Facilities For The Decision To Visit Back At The Promise Soul Cafe, Bengkulu City. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi dan Keuangan*, 4(3), 657-672.
- Yusuf, M. S. B., & Mahargiono, P. B. (2020). Pengaruh Harga, Promosi dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Burger King di Plaza Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 9(7).
- Zusrony, E. (2021) *Perilaku Konsumen Di Era Moderen*. Semarang : Group Penerbitan CV Yayasan Prima Agus Teknik.