



Prosiding Seminar Nasional Multidisiplin Ilmu Universitas Asahan ke-4 Tahun 2020
Tema : "Sinergi Hasil Penelitian Dalam Menghasilkan Inovasi Di Era Revolusi 4.0"
Kisaran, 19 September 2020

PENGARUH FAKTOR SOSIAL DAN FAKTOR PSIKOLOGIS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN RUMAH PADA PERUMAHAN BUNUT GARDEN KISARAN

¹Hanina, ²Karimaliana

^{1,2}Dosen Universitas Asahan Jl. Jenderal Ahmad Yani Kisaran Sumatera Utara

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor sosial (X_1) dan faktor psikologis (X_2) terhadap keputusan pembelian rumah pada Perumahan Bunut Garden Kisaran (Y). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh penghuni yang menempati Perumahan Bunut Garden Kisaran dan sampel sebanyak 95 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah metode deskriptif dan regresi linier berganda dengan menggunakan uji simultan, uji parsial dan analisis determinasi. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian explanatory dan hipotesis di uji dengan menggunakan analisis regresi linear berganda dengan nilai α yaitu 5%. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Hasil analisis data dengan metode analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa faktor sosial (X_1) dan faktor psikologis (X_2) secara bersama-sama positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian rumah pada Perumahan Bunut Garden Kisaran (Y) dengan koefisien regresi $X_1 = 0.273$ dan $X_2 = 0.416$. Pengujian Fhitung diperoleh sebesar 5.687 lebih besar dari Ftabel sebesar 3.09. Secara parsial dapat dilihat bahwa faktor psikologis yang paling dominan mempengaruhi konsumen melakukan pembelian rumah pada Perumahan Bunut Garden Kisaran. Sedangkan koefisien determinasi diperoleh nilai Adjusted R^2 0.332%. Artinya, variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh adanya variabel faktor sosial dan faktor psikologis terhadap keputusan pembelian rumah. Angka R Square sebesar 0,11 menunjukkan bahwa 11 persen keputusan pembelian konsumen dapat dijelaskan oleh faktor sosial dan faktor psikologis. Sedangkan sisanya 89 persen dijelaskan oleh variabel lain diluar kedua variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Kata Kunci : *Faktor Sosial, Faktor Psikologis dan Keputusan Pembelian*

I. PENDAHULUAN

Tingkat pertumbuhan penduduk seiring berjalannya waktu yang terus menerus mengalami pelonjakan mendorong peningkatan akan kebutuhan primer. Salah satu kebutuhan primer yang sangat penting bagi kelangsungan hidup manusia yaitu kebutuhan papan atau rumah sebagai tempat tinggal. Rumah merupakan kebutuhan dasar setiap manusia yang harus dipenuhi. Selain sebagai tempat tinggal, rumah juga merupakan medium bagi setiap orang untuk berkumpul bersama keluarga, beristirahat, berkreasi dan bereproduksi.

Rumah juga mencerminkan tingkat penghasilan dan gaya hidup keluarga, sekaligus juga sebagai sarana investasi. Fungsi rumah bukan hanya sekedar sebagai tempat berlindung atau berteduh. Kini juga dituntut untuk mengakomodir kebutuhan dan keinginan pemiliknya. Seperti lokasi yang strategis, bangunan yang berkualitas, dan lingkungannya yang nyaman dan asri. Dengan kata lain tak cukup hanya asal untuk berteduh namun juga harus bisa menjadi tempat tinggal yang layak. Bagi mereka yang memiliki pendapatan besar mungkin harga tidak akan menjadi masalah, tapi



mereka lebih mempertimbangkan faktor lokasi dan kualitas produk atau faktor bangunan dan untuk faktor lingkungan merupakan faktor tambahan yang tidak bisa diabaikan karena faktor ini merupakan salah satu faktor yang menentukan apakah perumahan tersebut layak untuk dihuni seperti keamanannya, kebersihannya, kelengkapannya fasilitas umum dan sebagainya. (Primananda, 2010)

Kondisi ini mendorong perusahaan *real estate* yang tersebar di Provinsi Sumatera Utara berlomba-lomba untuk menyediakan berbagai macam tipe rumah dengan harga bersaing guna meraih keuntungan yang lebih besar melalui bisnis properti rumah. Maka tidak heran jika akhir-akhir ini bisnis di bidang perumahan semakin marak, tidak hanya terpusat di kota-kota besar akan tetapi sudah meluas di kota-kota kecil.

Sejalan dengan hal tersebut upaya pembangunan perumahan terus ditingkatkan dengan tetap memperhatikan syarat perumahan yang layak dan memenuhi standar kesehatan. Untuk menunjang keberhasilan usaha perusahaan maka perlu memperhatikan pemasaran. Pemasar harus memahami bagaimana perilaku konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Perilaku konsumen itu sendiri dipengaruhi oleh faktor budaya, sosial, pribadi, psikologis (Kotler 2007:214). Dalam hal ini masih sulit untuk menentukan faktor apakah yang lebih dominan yang mempengaruhi konsumen dalam hal keputusan pembelian. Ada kalanya faktor sosial lebih dominan dibanding faktor lainnya dalam hal pembelian barang mewah. Tetapi ada

kalanya juga faktor psikologis lebih dominan dari faktor lainnya dalam hal pembelian produk yang dibeli tanpa perencanaan sebelumnya.

Menurut Nurhalim, 2004 (dalam tabloid Bintang Home edisi 21 Juni 2004), pembeli rumah tinggal dibedakan menjadi : pembeli sebagai *end user*, pembeli sebagai *investor*, dan pembeli sebagai *speculator*. Pembeli sebagai *end user* adalah konsumen yang membeli perumahan untuk dirinya sendiri, pembeli sebagai *investor* adalah konsumen yang membeli perumahan sebagai tabungan, sedangkan pembeli sebagai *speculator* adalah konsumen yang membeli perumahan untuk dijual kembali. Membeli rumah bukanlah urusan yang mudah dan simpel. Konsumen tidak bisa dengan mudah tiba-tiba memutuskan membeli, tanpa mengindahkan banyak pertimbangan. Saat membeli rumah konsumen akan dihadapkan pada banyak pertimbangan seperti harga rumah yang tentu saja harus disesuaikan dengan daya beli mereka, lokasi yaitu bagaimana kemudahan akses serta arah pengembangan daerah tersebut nantinya, macam dan ketersediaan fasilitas, kualitas bangunan, keadaan lingkungan, desain rumah dan masih banyak lagi pertimbangan lain.

Penelitian ini mengfokuskan kepada pembeli *end user* yaitu konsumen yang membeli rumah untuk ditempati sendiri. Dari penjelasan di atas, kita melihat fenomena dimana konsumen dihadapkan pada berbagai pertimbangan dalam memutuskan pembelian rumah. Untuk itu pemahaman akan perilaku konsumen harus terus-menerus dilakukan, hal ini dimaksudkan agar dapat diketahui



faktor apa yang mempengaruhi keputusan pembelian serta karakteristik konsumen yang mana yang paling mempengaruhi konsumen. Sehingga kedepan, pihak pengembang dapat memperbaiki manajemennya dan berakhir pada peningkatan volume penjualan. Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Faktor Sosial dan Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Pada Perumahan Bunut Garden Kisaran”**.

II. METODE PENELITIAN

Tempat dan waktu penelitian

Penelitian dilakukan di Perumahan Bunut Garden, Jalan Ikan Klotok Kelurahan Bunut Barat. Penelitian dilaksanakan pada bulan Juli 2020 sampai dengan Mei 2020.

Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2008:389). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh penghuni yang menempati Perumahan Bunut Garden. Populasi yang diamati dalam penelitian ini adalah 80 orang.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

1. Data primer

Data primer adalah data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perusahaan, seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti (Setiadi, 2003:35)

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan, baik oleh pihak pengumpul data primer atau oleh pihak lain (Setiadi, 2003:36).

Teknik pengumpulan data

Metode pengumpulan data sangat berpengaruh sekali dengan hasil penelitian karena pemilihan metode pengumpulan data yang tepat akan dapat diperoleh data yang relevan, akurat dan reliabel, metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembahasan

Berdasarkan hasil uji hipotesis serentak (Uji F) diketahui bahwa factor sosial (X_1), faktor psikologis (X_2) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian rumah secara bersama-sama atau serempak. Hal ini dapat dilihat pada Tabel 4.24 nilai sebesar 5.687 dan nilai sig. sebesar 0.005 sehingga $> (5.687 > 3.09)$ pada $\alpha = 5\%$ yang berarti ditolak dan diterima.

Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian terdahulu Agustinus Primananda (2010) dalam penelitiannya “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Membeli Rumah (Studi Kasus di Perumahan Bukit Semarang Baru, Semarang)” menyatakan bahwa



variabel harga, variabel lokasi, variabel bangunan dan variabel lingkungan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap pembelian rumah di Perumahan Bukit Semarang Baru, Semarang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$, dengan demikian H_1 diterima, artinya secara bersama-sama variabel bebas yaitu harga, lokasi, bangunan dan lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat yaitu pembelian rumah. Hasil Uji T, secara individual atau parsial yang mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian rumah pada Perumahan Bunut Garden Kisaran, ternyata faktor sosial dan faktor psikologis.

Pengaruh Variabel Faktor Sosial Terhadap Keputusan Pembelian rumah hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel faktor sosial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian rumah pada Perumahan Bunut Garden Kisaran. Hasil ini memberikan bukti empiris bahwa faktor sosial yang berasal dari konsumen ditunjukkan dengan adanya lingkungan yang aman dan nyaman, dekat dengan fasilitas umum, tersedianya fasilitas lain seperti lapangan *golf*, sarana olah raga, yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian rumah pada Perumahan Bunut Garden Kisaran. Setiap manusia dalam kehidupan sehari-harinya selalu bersosialisasi atau berhubungan dengan orang lain baik secara langsung maupun tidak langsung. Interaksi yang terjadi secara terus-menerus dapat mempengaruhi perilaku pembeliannya. Hal ini dapat dilihat

dari indikator pernyataan saya membeli rumah di Perumahan Bunut Garden Kisaran karena mendapat dukungan dari keluarga dan karena adanya informasi yang bernilai positif yang diperoleh dari teman mengenai Perumahan Bunut Garden Kisaran mempunyai skor tertinggi yaitu 3.91 (dengan interval 3.40 - 4.19) dengan penilaian baik dari responden. Konsumen juga suka menghabiskan waktu luangnya dengan berkumpul bersama keluarga atau teman rekan kerja di lingkungan Bunut Garden Kisaran. Hal ini didukung oleh keindahan lingkungan Perumahan Bunut Garden Kisaran dan tersedianya fasilitas-fasilitas lain yang mendorong konsumen untuk saling berinteraksi dengan yang lainnya.

Pengaruh Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel faktor psikologis memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian rumah pada Perumahan Bunut Garden Kisaran. Hasil ini memberikan bukti empiris bahwa dari pernyataan indikator memilih memiliki rumah di Perumahan Bunut Garden Kisaran sebagai tempat tinggal, rasa aman, dan menaikkan harga diri mempunyai skor tertinggi yaitu 4.24 (dengan interval 4.20 - 5.00) dengan penilaian sangat baik dari responden. Konsumen membeli rumah di Perumahan Bunut Garden Kisaran merupakan sebagai pemenuhan kebutuhan mereka akan tempat tinggal. Konsumen mencari informasi terlebih dahulu mengenai perumahan yang ditawarkan kepada mereka dan menjadikan Penawaran tersebut sebagai bahan pertimbangan dan didorong oleh persepsi konsumen



mengenai harga dan kualitas dari Perumahan Bunut Garden Kisaran kemudian mengambil tindakan dalam pengambilan keputusan. Semakin tinggi motivasi, persepsi, pengetahuan, keyakinan dan sikap seseorang terhadap suatu produk, maka semakin tinggi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian. Hal ini berarti bahwa konsumen Bunut Garden Kisaran

mempertimbangkan faktor psikologis dalam keputusan pembelian rumah.

1. Distribusi Jawaban Responden Terhadap Faktor Sosial

Berikut ini adalah hasil dari jawaban responden atas pertanyaan mengenai factor sosial terhadap keputusan pembelian rumah pada perumahan Bunut Garden Kisaran yang diajukan dalam kuesioner.

Tabel 1. Pendapatan Responden Terhadap Faktor Sosila (X₁)

Pernyataan	Frekuensi Pendapat Responden										Total			
	Skor : 1		Skor : 2		Skor : 3		Skor : 4		Skor : 5		N	Skor	Skor Rata-rata	
	STS		TS		R		S		SS					
	N	Skor	N	Skor	N	Skor	N	Skor	N	Skor				
1	0	0	28	56	47	141	20	80	0	0	95	277	2.91	
2	0	0	4	8	14	42	63	252	14	70	95	372	3.91	
3	1	1	16	32	35	105	35	140	8	40	95	318	3.34	
4	1	1	12	24	10	30	43	172	29	145	95	372	3.91	
5	2	2	5	10	26	78	43	172	19	95	95	357	3.75	
Rata-rata skor X ₁														3.56

Sumber : Data Primer dengan Pengelolaan

Pada tabel dapat dilihat bahwa :

- Pada indikator pertama terhadap pernyataan saya membeli rumah di PBG karena dapat meningkatkan rasa solidaritas terhadap teman-teman dan lingkungan, sebagian besar dari 95 responden memberikan penilaian cukup karena skor rata-rata responden sebesar 2.91 yang berada pada interval 2,60 – 3,39.
- Pada indikator kedua terhadap pernyataan saya membeli rumah di PBG mendapat dukungan dari keluarga, sebagian besar dari 95 responden memberikan penilaian baik karena skor rata-rata responden sebesar 3.91 yang berada pada interval 3,40 – 4,19

- Pada indikator ketiga terhadap pernyataan dengan membeli rumah di PBG dapat mencerminkan kesejahteraan dan kemakmuran hidup saya dalam bermasyarakat, sebagian besar dari 95 responden memberikan penilaian cukup karena skor rata-rata responden sebesar 3,34 yang berada pada interval 2,60 – 3,39.
- Pada indikator keempat terhadap pernyataan saya membeli rumah di PBG karena adanya informasi yang bernilai positif dari teman saya mengenai PBG mengenai PBG, sebagian besar dari 95 responden memberikan penilaian baik karena skor rata-rata responden sebesar 3,91 yang berada pada interval 3,40 – 4,19.



- e. Pada indikator kelima terhadap pernyataan dengan memiliki rumah di PBG dapat memberikan nilai status yang baik dalam bermasyarakat, sebagian besar dari 95 responden memberikan penilaian baik karena skor rata-rata responden sebesar 3,75 yang berada pada interval 3,40 – 4,19.
- f. Berdasarkan penjelasan tersebut, secara umum dari 95 responden memberikan penilaian yang baik terhadap pernyataan pada variabel faktor sosial. Hal ini ditunjukkan melalui perolehan rata-rata skor X_1 sebesar 3.56 yang berada pada interval 3,40 – 4,19.
- g. Berdasarkan penjelasan tersebut, secara umum dari 95 responden memberikan penilaian yang baik terhadap pernyataan pada variabel faktor psikologis. Hal ini ditunjukkan melalui perolehan rata-rata skor X_2 sebesar 3.56 yang berada pada interval 3,40 – 4,19.

2. Distribusi Jawaban Responden Terhadap Pembelian (Y)

Tabel 2. Pendapat Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembeli (Y)

Pernyataan	Frekuensi Pendapat Responden										Total		
	Skor : 1		Skor : 2		Skor : 3		Skor : 4		Skor : 5		N	Skor	Skor Rata-rata
	STS		TS		C		S		SS				
	N	Skor	N	Skor	N	Skor	N	Skor	N	Skor			
1	0	0	10	20	15	45	38	152	32	160	95	377	3.96
2	0	0	1	2	15	45	59	236	20	100	95	383	4.03
3	6	6	20	40	26	78	31	124	12	60	95	308	3.24
4	0	0	7	14	41	123	40	160	7	35	95	332	3.49
5	1	1	9	18	36	108	37	148	12	60	95	335	3.52
6	2	2	8	16	20	60	45	180	20	100	95	358	3.76
Rata-rata skor Y													3.6

Sumber : Data Primer dengan Pengelolaan

Pada tabel dapat dilihat bahwa :

- a. Pada indikator pertama terhadap pernyataan saya menyadari bahwa rumah adalah kebutuhan dasar yang harus dipenuhi, sebagian besar dari 95 responden memberikan penilaian baik karena skor rata-rata responden sebesar 3.96 yang berada pada interval 3,40 – 4,19 .
- b. Pada indikator kedua terhadap pernyataan saya aktif mencari informasi tentang atribut yang ada di PBG sebelum

membelinya, sebagian besar dari 95 Pernyataan responden memberikan penilaian baik karena skor rata-rata responden sebesar 4.03 yang berada pada interval 3,40 – 4,19 .

3. Uji Validitas dan Realibilitas

a. Uji Validitas

Berdasarkan survei, kuesioner diberikan kepada 30 responden yang diacak secara random untuk menguji valid atau tidaknya seluruh pertanyaan yang digunakan dalam kuesioner mengenai faktor sosial dan



faktor psikologis terhadap keputusan pembelian rumah pada Perumahan Bunut Garden Kisaran.

4. Hasil Uji Hipotesis

a. Hasil Uji Serempak (Uji F)

Uji F dilakukan untuk menguji apakah variabel faktor sosial (X_1), factor psikologis (X_2), secara bersama-sama atau simultan mempunyai pengaruh terhadap Keputusan pembelian rumah pada Perumahan Bunut Garden Kisaran (Y). Model hipotesis yang digunakan dalam Uji F ini adalah sebagai berikut :

$H_0: b_1, b_2 = 0$, artinya secara bersama-sama atau serentak tidak berpengaruh positif dan signifikan

dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

$H_0: b_1, b_2, \neq 0$, artinya secara bersama-sama atau serentak terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai akan dibandingkan dengan nilai . Kriteria pengambilan keputusan yaitu :

diterima jika $<$ pada $\alpha = 5 \%$

ditolak jika $>$ pada $\alpha = 5 \%$

Tingkat kesalahan (α) = 5% dan derajat kebebasan (df) = (n-k);(k-1)

Derajat bebas pembilang = k-1 = 3-1 = 2

Derajat bebas penyebut = n-k = 95-3 = 92

Maka $0.05 (2 ; 92) = 1.6$

Tabel 3. Hasil Uji F ANOVA^B

Model	Sum of Square	Df	Mean Square	F	Sig
1 Regression	97,141	2	48.570	5.687	.005
Residual	785.764	92	8.541		
Total	882.905	94			

a. Predictors: (Constant), FaktorPsikologis, FaktorSosial

b. Dependent Variabel: KeputusanPembelian

Sumber : Hasil pengolahan SPSS, 2013

Berdasarkan Tabel 3 dapat dilihat nilai sebesar 5.687 dengan tingkat signifikan sebesar 0.005 sedangkan F_{tabel} pada tingkat kepercayaan ($\alpha = 0,05$) adalah 1.6. oleh karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan tingkat signifikasinya $0.005 < 0.05$ sehingga $> (5.687 > 1.6)$ pada $\alpha = 5\%$ yang

berarti ditolak dan diterima. Dapat disimpulkan bahwa variabel faktor sosial, faktor psikologis secara bersama-sama atau serempak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian rumah pada Perumahan Bunut Garden Kisaran.



b. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Tabel 4. Hasil Uji T Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9.731	3.758		2.590	.011
FaktorSosial	.273	.128	.213	2.128	.036
FaktorPsikologi	882.905	.192	.217	2.168	.033

c. Hasil Uji Koefisien Determinan (R²)

Koefisien Determinan digunakan untuk melihat seberapa besar kemampuan menjelaskan variabel bebas terhadap variabel terikat. Koefisien determinan (R²) berkisaran antara nol sampai dengan satu ($0 \leq R^2 \leq 1$). Hal ini berarti bila = 0, menunjukkan tidak cukup mampu untuk menjelaskan variabel bebas terhadap variabel terikat, dan bila mendekati 1, menunjukkan semakin mampu menjelaskan variabel bebas terhadap variabel terikat. Dalam output SPSS, koefisien determinasi terletak pada tabel *Model Summary*. Ada dua pilihan disini, apakah memakai *R square* atau *Adjusted R Square* (yang disesuaikan). Jika variabel lebih dari dua sebagaimana

dalam penelitian ini, maka yang dipakai adalah *Adjusted r square*.

Berdasarkan gambar dapat terlihat bahwa tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka berdasarkan metode grafik tidak terjadi heteroskedasitas pada model regresi.

d. Uji Glejser

Glejser mengusulkan untuk meregresi nilai absolut residual terhadap variabel independen. Jika variabel independen signifikan secara statistic mempengaruhi variabel independen, maka ada indikasi terjadi heteroskedasitas. Hasil dari output SPSS untuk uji heteroskedasitas dengan metode glejser tampak pada tabel berikut :

Tabel 5. Hasil Glejser

Uji Glejser

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.055	2.238		1.903	.060
FaktorSosial	-.008	.078	-.008	-.341	.731
FaktorPsikologis	.003	.114	.017	.725	.470

a. Dependent Variable: absout

Sumber : Hasil pengolahan SPSS 2014



Berdasarkan Tabel diketahui bahwa tidak satupun variabel independen yang signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen absolute residual (abs_res). Hal ini terlihat dari probabilitas signifikansinya (Sig) di atas tingkat kepercayaan 5% jadi hasil uji glejser sesuai dengan metode grafik bahwa pada model regresi tidak terjadi heteroskedasitas.

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari hasil analisis data dan pembahasan dapat disimpulkan sebagai berikut ini :

1. Faktor sosial dan faktor psikologis secara bersama-sama atau serempak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian rumah pada Perumahan Bunut Garden Kisaran dapat dilihat bahwa $> (5.687 > 3,09)$ artinya kedua variabel ini yaitu variabel faktor sosial mempunyai pengaruh yang negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian perumahan bunut garden kisaran.
2. Secara Parsial atau Individual, faktor psikologis mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian rumah pada Perumahan Bunut Garden Kisaran dapat dilihat nilai sebesar 2.168 sehingga $< (2.168 < 1.98)$ dan Variabel faktor sosial mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian rumah pada Perumahan Bunut Garden Kisaran dapat dilihat nilai sebesar 2.128 sehingga $< (2.128 < 1.98)$. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel faktor psikologis

merupakan variabel yang lebih dominan mempengaruhi keputusan pembelian rumah di Perumahan Bunut Garden Kisaran. Hal ini dapat dilihat dari total skor memilih memiliki rumah di Perumahan Bunut Garden Kisaran sebagai tempat tinggal, rasa aman, dan menaikkan harga diri mempunyai skor tertinggi yaitu 4.24 (dengan interval 4.20 – 5.00) dengan nilai sangat baik.

3. Nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,332 menunjukkan adanya hubungan yang lemah antara variabel bebas (X_1, X_2) dengan variabel terikat (Y). Nilai koefisien determinasi R^2 adalah sebesar 0.11 memberi pengertian bahwa hanya 11% keputusan pembelian rumah pada PRS dipengaruhi oleh variable faktor sosial dan faktor psikologis . Sedangkan 89 % dipengaruhi oleh variabelvariabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Seperti faktor pribadi, bauran pemasaran, faktor kualitas dan faktor lingkungan.

DAFTAR PUSTAKA

- Basu Swastha, DH dan Irawan. Manajemen Pemasaran Modern, Liberty:Yogyakarta. 2003.
- Boyd, Harper W, *et.al.* Manajemen Pemasaran. Edisi kedua. Erlangga : Jakarta. 2000.
- Engel, James, *et.al.* Perilaku Konsumen, Ahli Bahasa oleh Drs. FX. Budiyanto, Jilid Satu, Bina Aksara : Jakarta. 2003.



- Ghozali, Imam. Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS, Edisi Ketiga, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang. 2005.
- Huriyanti, Ratih. Bauran Pemasaran dan loyalitas konsumen, Cetakan Pertama, Alfabeta : Bandung. 2005.
- Kristianto. Psikologi Pemasaran, Buku Seru : Yogjakarta. . 2011.
- Kotler dan Amstrong. Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1. Edisi ke-12, Alih Bahasa Bob Sabran. Jakarta: Erlangga. 2008.
- Kotler, Philip. Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium. Frenhalindo : Jakarta. 2002.
- Lamb, Hair dan MC. Daniel. Pemasaran, Buku Satu, Edisi Pertama. Salemba Empat : Jakarta. 2001.
- Mowen, C. John dan Michel Minor. Perilaku Konsumen. Erlangga : Jakarta. 2001.
- Setiadi, Nugroho. Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran. Prenada Media : Jakarta. 2003.
- Schiffman, et. Al. Consumer Behaviour, USA : Prentice Hall. 2000.
- Sigit, Soehardi. Pemasaran Praktis, Edisi Ketiga, BPF E : Yogyakarta. 2002.
- Sugiyono. Metode Penelitian Bisnis, Cetakan Keenam, Bandung :Alfabeta. 2006.
- Metode Penelitian Administrasi, Bandung : Alfabeta. 2005.
- Sumarman, Ujang. Perilaku Konsumen, Cetakan Kedua, Ghalia Indonesia :Jakarta. 2004.
- Isnansetyo A., dan Et Kurniastuty. 1995. Teknik Kultur Phytoplankton Pakan Alami Untuk Pembenihan Organisme Laut. Penerbit Kanisius Yogyakarta.
- Iskandariah. 2013. Keragaman genetic populasi sepat siam dari pulau Sumatera, jawa, dan Kalimantan untuk program kemuliaan ikan budidaya [tesis]. Sekolah pascasarjana IPB.