

SKRIPSI

**ANALISIS STRATEGI DESAIN RUMAH SUBSIDI TERHADAP MINAT
BELI KONSUMEN PADA PERUMAHAN MELANESIA**

(Studi Kasus Pada PT. Meka Asia Property)



Disusun Oleh :

MUHAMMAD SEPTIAN BAHARI
2019B1C058

**KONSENTRASI ENTERPRENEUR
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM**

2023

LEMBAR PERSETUJUAN

**ANALISIS STRATEGI DESAIN RUMAH SUBSIDI
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA
PERUMAHAN MELANESIA**

(Studi Kasus Pada PT. Meka Asia Property)

Oleh :

MUHAMMAD SEPTIAN BAHARI
2019B1C058

Untuk Memenuhi Ujian Akhir

Menyetujui
Pembimbing

Pembimbing I

Pembimbing II


(Baiq Reinelda Tri Yunarni, SE., M.Ak.)

NIDN : 0807058301


(Erwin Asidah, SE., M.M.)

NIDN : 0812047201

Mengetahui,

Ketua Program Studi Administrasi Bisnis


(Lala Hendra Maniza, S.Sos., M.M.)

NIDN : 0828108404

LEMBAR PENGESAHAN

**ANALISIS STRATEGI DESAIN RUMAH SUBSIDI
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA
PERUMAHAN MELANESIA
(Studi Kasus Pada PT. Meka Asia Property)**


Oleh :

MUHAMMAD SEPTIAN BAHARI
2019B1C058

Untuk Memenuhi Ujian Akhir
Pada tanggal 10 Januari 2023

Tim penguji

Baiq Reinelda Tri Yunarni, SE., M.Ak
NIDN : 0807058301

(

Ketua

Erwin Asidah, SE., M.M
NIDN : 0812047201

(

Anggota I

Lalu Hendra Maniza, S.Sos., M.M
NIDN : 0828108404

(

Anggota II

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik


Dr. H. Muhammad Ali, M.Si
NIDN. 0806066801

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, didalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik baik di unversitas muhammadiyah maupun perguruan tinggi lainnya, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutipdalam naskah ini dan disebut dalam sumber kutipan dan daftar pustaka. Apabila ternyata di dalam naskah skripsi inin dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh (SARJANA) dibatalkan, serta dapat diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU. No.2 Tahun 2003, pasal25 ayat 2 dan pasal 70)

Mataram, 9 januari 2023
Mahasiswa,



Muhammad Septian Bahari
NIM. 2019B1C058



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN DAN
PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
UPT. PERPUSTAKAAN H. LALU MUDJITAHID UMMAT

Jl. K.H.A. Dahlan No.1 Telp.(0370)633723 Fax. (0370) 641906 Kotak Pos No. 108 Mataram
Website : <http://www.lib.ummat.ac.id> E-mail : perpustakaan@ummat.ac.id

SURAT PERNYATAAN BEBAS
PLAGIARISME

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Mataram, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : *Muhammad Septian Bahari*
NIM : *2019B1C058*
Tempat/Tgl Lahir : *Labuhan Lalar, 06 September 2000*
Program Studi : *Administrasi Bisnis*
Fakultas : *Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*
No. Hp : *082 237 726 951*
Email : *Septianbahary14@gmail.com*

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi/KTI/Tesis* saya yang berjudul :

*ANALISIS STRATEGI DESAIN RUMAH SUBSIDI TERHADAP
MINAT BELI KONSUMEN PADA PERUMAHAN MELANESIA
(Studi Kasus pada PT. Meka Aria Property)*

Bebas dari Plagiarisme dan bukan hasil karya orang lain. *43%*

Apabila dikemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian dari Skripsi/KTI/Tesis* tersebut terdapat indikasi plagiarisme atau bagian dari karya ilmiah milik orang lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dan disebutkan sumber secara lengkap dalam daftar pustaka, saya **bersedia menerima sanksi akademik dan/atau sanksi hukum** sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Mataram.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun dan untuk dipergunakan sebagai mana mestinya.

Mataram, *07* Juli 2023
Penulis



Muhammad Septian Bahari
NIM. *2019B1C058*

Mengetahui,
Kepala UPT/Perpustakaan UMMAT



Iskandar, S.Sos.,M.A.
NIDN. 0802048904

*pilih salah satu yang sesuai



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN DAN
PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
UPT. PERPUSTAKAAN H. LALU MUDJITAHID UMMAT

Jl. K.H.A. Dahlan No.1 Telp.(0370)633723 Fax. (0370) 641906 Kotak Pos No. 108 Mataram
Website : <http://www.lib.ummat.ac.id> E-mail : perpustakaan@ummat.ac.id

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Mataram, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : *Muhammad Septian Bahari*
NIM : *2019B1C058*
Tempat/Tgl Lahir : *Labuhan (qar, 06 September 2000*
Program Studi : *Administrasi Bisnis*
Fakultas : *Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*
No. Hp/Email : *082 237 726 981*
Jenis Penelitian : Skripsi KTI Tesis

Menyatakan bahwa demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Mataram hak menyimpan, mengalih-media/format, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Repository atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama *tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta* atas karya ilmiah saya berjudul:

*ANALISIS STRATEGI DESAIN RUMAH SUBSIDI TERHADAP
MINAT BELI KONSUMEN PADA PERUMAHAN MELANESIA
(studi kasus pada pt. Mera Asia Property).*

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabila dikemudian hari terbukti ada pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah ini menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada unsur paksaan dari pihak manapun.

Mataram, *07 Juli*.....2023
Penulis



Muhammad Septian Bahari
NIM. *2019B1C058*

Mengetahui,
Kepala UPT. Perpustakaan UMMAT



Iskandar, S.Sos., M.A.
NIDN. 0802048904

PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Allah SWT Rabb sekalian alam, karena hanya ridho, hidayah serta nikmatmu skripsi ini bisa saya selesaikan dengan waktu yang telah kami tentukan.

Skripsi ini saya persembahkan kepada kedua orang tua saya tercinta yang telah berjuang mengorbankan jiwa dan raganya untuk membiayai kuliah saya sampai hingga saat ini bisa menyelesaikan studi strata satu (S1) yang berkerja tidak mengenal lelah dan bercucuran air keringat, ungkapan kasih sayang tidak terhingga

Dan untuk orang-orang spseial kakak dan adik ku tercinta dan semua keluarga besar saya yang tidak bisa saya sebut satu persatu, terima kasih atas semua dukungan atau motivasinya kepada saya dalam menyelesaikan perkuliahan hingga selesai. Saya ucapakan terima kasih yang tak terhingga atas motivasi dan dukungan begitu ikhlas kepada saya baik secara moril maupun materil.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, perlindungan dan bimbingannya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "Analisis Strategi Desain Rumah Subsidi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perumahan Melanesia (studi kasus pada PT. Meka Asia Property)". Penulis membuat skripsi ini untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis (S.AB).

Sangat disadari bahwa kekurangan dan keterbatasan yang dimiliki penulis, walaupun telah dikerahkan segala kemampuan untuk lebih teliti, tetapi masih dirasa banyak kekurangan tepatnya, oleh karena itu penulis mengharapkan saran yang membangun agar tulisan ini bermanfaat bagi yang membutuhkan.

Mataram, 9 Januari 2023

Muhammad Septian Bahari

ANALISIS STRATEGI DESAIN RUMAH SUBSIDI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PERUMAHAN MELANESIA (STUDI KASUS PADA PT. MEKA ASIA PROPERTY)

Muhammad Septian Bahari¹, Baiq Reinelda Tri Yunarni², Erwin Asidah³
Mahasiswa¹, Pembimbing Utama², Pendamping³
Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Mataram

ABSTRAK

Setiap hari jumlah penduduk di Indonesia semakin bertambah, sehingga kebutuhan pun semakin bertambah pula seperti sandang, pangan, dan papan. Salah satu kebutuhan manusia yang mendasar adalah masalah tempat tinggal. Dengan melihat kondisi seperti ini mendorong produsen untuk membuka usaha di bidang property dan salah satunya adalah PT Meka Asia Property yang menawarkan rumah dengan desain yang menarik bisa menarik minat beli konsumen. Terlebih lagi perusahaan ini membuat desain dengan memperhatikan perkembangan saat ini pada era milenial, sehingga dengan desain ini menjadi nilai tambah bagi perumahan subsidi yang disediakan. Oleh karena itu, dalam penelitian ini akan menganalisis apakah strategi desain rumah subsidi berpengaruh secara simultan dan apakah strategi desain rumah subsidi berpengaruh secara parsial terhadap minat beli konsumen.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian pendekatan kuantitatif yang berbentuk penelitian asosiatif. Populasi yang digunakan adalah konsumen yang telah membeli rumah di perumahan Melanesia, Sedangkan sampel yang digunakan sebanyak 61 orang pada konsumen yang telah membeli rumah pada perumahan Melanesia. Pengumpulan data dengan cara observasi yaitu dengan cara mengamati dan pencatatan mengenai indikator desain rumah subsidi pada Konsumen, dan kuesioner (angket) yaitu dengan cara membagikan kuesioner dalam bentuk google formulir kepada konsumen yang telah membeli rumah di perumahan Melanesia.

Berdasarkan analisis yang telah digunakan, dapat ditarik kesimpulan bahwa indikator desain rumah subsidi berpengaruh secara simultan terhadap minat beli konsumen dan indikator desain rumah subsidi berpengaruh secara parsial terhadap minat beli konsumen pada perumahan Melanesia PT Meka Asia Property.

Kata kunci : Desain, Rumah Subsidi, Minat Beli, Perumahan Melanesia.

ANALYSIS OF SUBSIDIZED HOME DESIGN ON CONSUMER BUYING INTEREST IN MELANESIA HOUSING (CASE STUDY AT PT. MEKA ASIA PROPERTY)

Muhammad Septian Bahari¹, Baiq Reinelda Tri Yunarni², Erwin Asidah³
Student¹, Main Advisor², Second Advisor³
Business Administration Study Program, Faculty of Social and Political
Sciences, Muhammadiyah University of Mataram

ABSTRACT

Indonesia's population is growing every day, which means that more people are in need of things like food, clothing, and shelter. A fundamental human necessity is housing. Given these circumstances, producers are encouraged to start enterprises in the real estate industry. One such company is PT Meka Asia Property, which provides homes with appealing designs that might pique customers' interest in making a purchase. Additionally, this business creates a design that incorporates modern millennial trends in order to add value to the subsidized housing it offers. In order to determine if the subsidized home design strategy has a simultaneous effect or a partial influence on customer buying interest, this study will examine both possibilities. This study applied the quantitative approach in the form of associative research method. The population is made up of consumers who have purchased homes in Melanesian housing, and the sample is made up of 61 consumers who have purchased homes in Melanesian housing. Data was collected by observation, namely by monitoring and recording indicators of subsidized housing designs for consumers, and through questionnaires, which are distributed in the form of Google forms to customers who have purchased homes in Melanesian housing. Based on the analysis, it can be inferred that subsidized housing design indicators simultaneously influence customer buying interest in Melanesian housing PT Meka Asia Property and subsidized housing design indicators partially influence consumer buying interest.

Keywords: *Design, Subsidized Housing, Purchase Interest, Melanesian Housing.*

MENGESAHKAN
SALINAN FOTO COPY SESUAI ASLINYA
MATARAM



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
LEMBAR BEBAS PLAGIASI.....	v
LEMBAR PUBLIKASI	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	6
2.1 Penelitian Terdahulu	6
2.2 Landasan Teori.....	8
2.2.1 Perilaku Konsumen.....	8
2.2.2 Desain Produk	10
2.2.3 Minat Beli	12
2.3 Kerangka Berfikir	14
2.4 Hipotesis Penelitian.....	16
BAB III METODE PENELITIAN	18
3.1 Jenis Penelitian.....	18
3.2 Lokasi Penelitian.....	18
3.3 Jenis Data Dan Sumber Data.....	18
3.4 Instrumen Pengumpulan Data	19

3.5	Populasi Dan Sampel	20
3.6	Variabel Penelitian	22
3.7	Operasional Variabel	22
3.8	Metode Analisis Data	23
3.9	Uji Instrumen Data	24
3.10	Uji Asumsi Klasik	24
3.11	Uji Hipotesis	25
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		27
4.1	Deskripsi Umum.....	27
4.1.1	Sejarah Perusahaan	27
4.1.2	Aspek Legalitas Perusahaan.....	28
4.1.3	Struktur Organisasi PT. MEKA ASIA PROPERTY	28
4.1.3	Proyek Perumahan PT. MEKA ASIA PROPERTY	29
4.2	Gambaran Umum Responden	30
4.2.1	Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	30
4.2.2	Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia	31
4.3	Distribusi Jawaban Responden.....	32
4.3.1	Variabel Independen	32
4.3.2	Variabel Dependent.....	36
4.4	Analisis Data	38
4.4.1	Uji Validitas	38
4.4.2	Uji Reabilitas.....	39
4.5	Analisis Regresi Linear Berganda.....	40
4.6	Uji Asumsi Klasik	41
4.6.1	Uji Normalitas.....	41
4.6.2	Uji Multikolinearitas	42
4.7	Uji Hipotesis.....	43
4.7.1	Uji Simultas (Uji F).....	43
4.7.2	Uji Parsial (Uji T).....	44
4.7.3	Uji Koefisien Determinasi (R)	46
4.8	Pembahasan	47
4.8.1	Hasil Uji Linear Berganda	47
4.8.2	Hasil Uji Simultan (Uji F).....	47
4.8.3	Hasil Uji Parsial (Uji T)	48
BAB V PENUTUP.....		49
5.1	Kesimpulan	49
5.2	Saran	49
DAFTAR PUSTAKA		51
LAMPIRAN – LAMPIRAN.....		53

DAFTAR TABEL

No	Judul	Halaman
1	Tabel 4.1. Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 28	28
2	Tabel 4.2. Data Responden Berdasarkan Usia 28	28
3	Tabel 4.3. Distribusi Jawaban Responden Atas Model Desain (X1)	29
4	Tabel 4.4. Distribusi Jawaban Responden Atas Gaya Desain (X2)	30
5	Tabel 4.5. Distribusi Jawaban Responden Atas Variasi Desain (X3)	31
6	Tabel 4.6. Distribusi Jawaban Responden Atas Trend Desain (X4)	32
7	Tabel 4.7. Distribusi Jawaban Responden Atas Minat Beli (Y)	33
8	Tabel 4.8. Hasil Uji Validitas	35
9	Tabel 4.9. Hasil Uji Reabilitas	36
10	Tabel 4.10. Hasil Analisis Regresi Berganda	37
11	Tabel 4.11. Hasil Uji Multikolinearitas	40
12	Tabel 4.12. Hasil Uji Simultan (Uji F)	41
13	Tabel 4.13. Hasil Uji Parsial (Uji T)	42

DAFTAR GAMBAR

No	Judul	Halaman
1	Gambar 4.1. Struktur Organisasi PT. Meka Asia Property	26
2	Gambar 4.2. Hasil Uji Normalitas	39



DAFTAR LAMPIRAN

No	Judul
1	Kuesioner Penelitian
2	Tabulasi Data Kuesioner
3	Hasil Uji Validitas
4	Hasil Uji Reabilitas
5	Hasil Uji Analisis Data (Regresi Linear Berganda, Uji Multikoloniaritas, Dan Uji T
6	Hasil Uji F
7	Hasil Uji R ²
8	Hasil Distribusi Data
9	Peta Lokasi Perumahan Melanesia
10	Denah dan Desain Rumah
11	Persentase Distribusi T
12	Persentase Distribusi F

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Negara Indonesia adalah salah satu Negara terpadat di Dunia setelah Cina, India, dan Amerika Serikat. Direktorat Jenderal Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Dukcapil) Kementerian Dalam Negeri mencatat bahwa jumlah penduduk Indonesia sudah mencapai 273,87 juta jiwa pada 31 Desember 2022 (Kemendagri, 2022). Demikian pula pertumbuhan ekonomi di Indonesia mengalami peningkatan sehingga berpengaruh pada pendapatan per kapita Negara.

Namun permasalahan tempat tinggal masih menjadi masalah bagi masyarakat Indonesia. Permasalahan tempat tinggal yang dialami oleh penduduk di perkotaan adalah kurangnya lahan perumahan di kota, yang mengakibatkan harga rumah dan tanah di perkotaan sangat mahal. Sedangkan yang dialami oleh penduduk desa adalah kurangnya kemampuan ekonomi masyarakat untuk membeli atau membangun rumah yang layak dan sehat.

Sebelum melakukan pembelian, konsumen biasanya terlibat dalam proses pengambilan keputusan. Proses pengambilan keputusan memerlukan evaluasi konsumen dan pemilihan produk yang dianggap paling menguntungkan, sehingga menimbulkan niat untuk melakukan pembelian. (Gusti Putu Eka Kusuma, dkk) dalam buku Perilaku Konsumen (Tinjauan Konseptual dan Praktis) (2021).

Saat ini dalam membeli rumah, masyarakat tidak hanya melihat dari satu faktor saja namun mereka mempertimbangkan dari faktor-faktor lain juga salah satunya dari faktor desain rumah yang akan dibeli. Dalam membeli rumah seringkali banyak orang memperhatikan desain rumah yang kekinian dan berbeda dari perumahan lainnya. Desain produk sebagai totalitas fitur yang mempengaruhi tampilan, rasa, dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan konsumen (Kotler dan Amstrong, 2011:332)

Desain rumah menjadi salah satu daya tarik bagi konsumen untuk memilih rumah, terlebih lagi pada rumah subsidi. Di Nusa Tenggara Barat Banyak masyarakat yang menginginkan rumah yang layak dan lingkungan yang asri dengan harga yang terjangkau. Rumah subsidi bukan hanya diperuntukkan kepada PNS saja, umumnya kepada seluruh masyarakat dengan kategori Masyarakat Berpenghasilan Rendah (MBR). Oleh sebab itu, pengembang di Nusa Tenggara Barat melirik porsi pembiayaan program rumah subsidi yang disiapkan oleh pemerintah (Syahri, 2017).

Dengan melihat kondisi seperti ini mendorong produsen untuk membuka usaha di bidang property. Maka tidak heran di Nusa Tenggara Barat sudah banyak perusahaan yang muncul untuk menawarkan produk mereka dengan bentuk desain dan fasilitas yang berbeda. Bahkan banyak perusahaan properti yang tidak menargetkan pangsa pasarnya didalam NTB saja, seringkali mereka menawarkan produk mereka hingga keluar daerah dengan memanfaatkan sosial media.

PT. Meka Asia Property merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang property yang telah berdiri sejak tahun 2018 dengan menyediakan perumahan subsidi dengan konsep-konsep dan desain yang kekinian dan berbeda dari yang lain. Ada beberapa perumahan yang telah di produksi dengan desain yang kekinian yaitu Perumahan Green Asia, Perumahan Melanesia, dan yang terbaru Perumahan Polinesia. Oleh karena itu peneliti tertarik meneliti pada salah satu perumahan yang diproduksi PT. Meka Asia Property, yaitu pada Perumahan Melanesia yang dirancang memiliki desain dan konsep yang berbeda dari perumahan subsidi yang disediakan oleh perusahaan properti lainnya.

Saat ini perkembangan Provinsi Nusa Tenggara Barat sangat pesat khususnya pada Kota Mataram yang menjadi Ibu Kota Provinsi menjadi salah satu landasan untuk seorang menginginkan rumah sebagai tempat tinggal. Kepadatan penduduk juga memicu terjadinya peningkatan pendapatan suatu daerah (Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu , 2022)

PT Meka Asia Property hadir dengan menyediakan perumahan subsidi dengan konsep dan desain yang kekinian. Hal tersebut menjadi daya tarik konsumen terhadap perumahan yang disediakan oleh PT Meka Asia Property. Terlebih lagi perusahaan ini membuat desain dengan memperhatikan perkembangan saat ini pada era milenial, sehingga dengan desain ini menjadi nilai tambah bagi perumahan subsidi yang disediakan.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka penulis perlu meneliti lebih lanjut tentang **“Analisis Strategi Desain Rumah Subsidi Terhadap Minat**

Beli Konsumen pada Perumahan Melanesia (studi kasus pada PT. Meka Asia Property).“

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah yang peneliti ambil adalah :

1. Apakah Strategi Desain Rumah Subsidi Berpengaruh Secara Simultan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perumahan Melanesia by PT. Meka Asia Property.
2. Apakah Strategi Desain Rumah Subsidi Berpengaruh Secara Parsial Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perumahan Melanesia by PT. Meka Asia Property.

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk menganalisis:

1. Apakah Strategi Desain Rumah Subsidi Berpengaruh Secara Simultan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perumahan Melanesia by PT Meka Asia Property.
2. Apakah Strategi Desain Rumah Subsidi Berpengaruh Secara Parsial Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perumahan Melanesia by PT Meka Asia Property.

1.4 Manfaat Penelitian

a. Secara Teoritis

Peneliti berharap dengan hasil penelitian ini bisa menjadi bahan tambahan pengetahuan, khususnya untuk menambah dan mengembangkan

ilmu pengetahuan di bidang properti. Peneliti juga berharap, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi bagi semua pihak untuk meneliti lebih lanjut.

b. Secara Praktis

Peneliti berharap dengan adanya penelitian ini dapat membantu perusahaan untuk menjadikannya sebagai bahan evaluasi bagi kemajuan dan perkembangan perusahaannya.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 penelitian terdahulu

No	Penulis	Judul	Persamaan	Perbedaan	Kesimpulan
1.	Sutratdi (Tahun 2019)	Analisis pengaruh harga, lokasi, dan lingkungan terhadap keputusan pembelian tanah kavling (studi kasus di PT Ahmada lombok Property, Jempong Kota Mataram)	Sama-sama untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi minat konsumen dalam pembelian rumah	Objek yang digunakan Sutradi di tanah kavling Jempong Kota Mataram, sedangkan objek yang digunakan peneliti di perumahan Melanesi PT Meka Asia Property	Keputusan pembelian tanah kavling dipengaruhi oleh faktor harga, lokasi dan lingkungan tempat tinggal.
2.	Istisara (tahun 2022)	Analisis pengaruh harga dan strategi desain produk terhadap minat beli konsumen pada produk masker kain	Sama sama mengetahui pengaruh desain produk terhadap minat beli konsumen	Produk yang digunakan istisara adalah desain pada masker, sedangkan peneliti menggunakan produk rumah pada perumahan	Pengaruh harga dan strategi desain merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi i minat beli konsumen pada produk masker

		katun bermotif pada saat pandemic covid-19 dalam perspektif bisnis syariah		Melanesia	bermotif
3.	Ocdy Amelia (Tahun 2021)	Analisis kualitas, desain, dan karakteristik terhadap minat beli rumah pada PT Sumut Citra Tiara Medan	Sama – sama untuk mengetahui dampak desain terhadap minat beli konsumen pada rumah	Objek yang digunakan Ocdy Amelia di PT Sumut Citra Tiara medan, sedangkan objek yang digunakan peneliti pada PT Meka Asia Property	Kualitas, desain, dan karakteristik rumah dapat mempengaruhi minat beli rumah pada PT Sumut Citra Tiara Medan
4.	Savira Shalsabillah & Sugiyanto (Tahun 2022)	Pengaruh Promosi, Lokasi, Kualitas Bangunan Terhadap Minat Beli Konsumen pada Perumahan Annieland Cisoka Tangerang	Sama – sama mengetahui minat beli konsumen dalam pembelian rumah	Objek yang digunakan Savira dan Sugiyanto pada perumahan Annieland Cisoka Tangerang, sedangkan objek yang digunakan peneliti pada perumahan Melanesia PT Meka Asia Property	Promosi, Lokasi, Kualitas Bangunan dapat menjadi faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen pada perumahan Annieland Cisoka Tangerang

5.	Djoko Hananto (Tahun 2021)	Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jersey Sepeda Di Tangerang Selatan	Sama – sama untuk mengetahui pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian	Djoko Menggunakan objeknya pada produk jersey sepeda, sedangkan peneliti menggunakan objek pada perumahan di PT Meka Asia Property	Desain Produk, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga terhadap pembelian jersey sepeda di Tangerang Selatan sangat berpengaruh
----	----------------------------	--	--	--	---

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Perilaku Konsumen

a. Pengertian Perilaku konsumen

Menurut (Musnaini, 2021) (dalam buku Manajemen Pemasaran), Perilaku konsumen mengacu pada proses sistematis di mana individu terlibat dalam kegiatan seperti pencarian informasi, pemilihan produk, pengambilan keputusan pembelian, pemanfaatan produk, dan evaluasi pasca konsumsi, semua dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan mereka. Sedangkan menurut (Rolyana Ferinia d. , 2021) (dalam buku Perilaku Konsumen Kepariwisataaan), Perilaku konsumen adalah disiplin akademis yang menyelidiki tindakan dan proses pengambilan keputusan individu, kelompok, dan organisasi dalam kaitannya dengan akuisisi, pemanfaatan, dan pertukaran produk, layanan, pengalaman, atau ide.

Tujuan utamanya adalah untuk memahami bagaimana konsumen memenuhi kebutuhan mereka dan mencapai kepuasan melalui kegiatan ini.

Berdasarkan definisi dari definisi diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa perilaku konsumen adalah proses pencarian, pemilihan, pembelian, dan penggunaan oleh individu, kelompok maupun organisasi terhadap barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasannya.

b. Sifat Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen dapat dikategorikan menjadi dua jenis yang berbeda: perilaku konsumen rasional dan perilaku konsumen irasional. (Istisara, 2022)

1) Perilaku Konsumen Bersifat Rasional

Perilaku konsumen mengacu pada tindakan yang dilakukan individu pada saat membeli barang dan jasa, dengan penekanan khusus pada mengutamakan aspek yang berpusat pada konsumen. Tindakan tersebut mencakup berbagai faktor, termasuk kebutuhan mendesak, kebutuhan primer, dan manfaat yang dirasakan terkait dengan produk itu sendiri, yang memengaruhi proses pengambilan keputusan konsumen selama pembelian.

Poin-poin berikutnya menguraikan beberapa atribut yang terkait dengan perilaku konsumen yang rasional: Konsumen membuat pilihan produk berdasarkan kebutuhan dan preferensi

masing-masing, memprioritaskan produk yang menawarkan manfaat paling menguntungkan. Selain itu, konsumen cenderung memilih produk yang menunjukkan kualitas dan desain yang unggul. Selain itu, konsumen mempertimbangkan keterjangkauan produk, memastikan bahwa harga mereka sesuai dengan kemampuan keuangan dan pendapatan pribadi mereka.

2) Perilaku Konsumen Bersifat Irasional

Perilaku konsumen mengacu pada fenomena di mana individu mudah dipengaruhi oleh taktik pemasaran persuasif yang digunakan oleh suatu produk, seringkali tanpa mempertimbangkan kebutuhan atau minat mereka sendiri.

Beberapa karakteristik perilaku konsumen yang tidak rasional dapat diidentifikasi. Konsumen menunjukkan kecenderungan yang cepat terhadap iklan dan promosi di berbagai platform media cetak dan elektronik. Pemilihan produk mereka seringkali dipengaruhi oleh keakraban merek, serta daya pikat prestise yang terkait dengan produk tertentu. Selain itu, pilihan konsumen didorong oleh keinginan mereka akan kebaruan dan kesempatan untuk merasakan produk baru.

2.2.2 Desain Produk

1. Pengertian

Menurut Kotler dan Amstrong (2012:332), Desain produk mencakup semua karakteristik yang memengaruhi estetika visual,

pengalaman taktil, dan kinerja operasional suatu produk, dengan fokus pada pemenuhan permintaan dan preferensi konsumen. Sesuai dengan Tjiptono (2010: 78), konsep desain produk berkaitan dengan cara suatu produk memiliki karakteristik yang berbeda yang meningkatkan nilai yang dirasakan di mata konsumen. Nilai produk dapat terwujud melalui penggabungan fungsi tambahan dan peningkatan kegunaan. Desain terutama meliputi bentuk eksternal atau struktur produk. Presentasi visual dari produk yang estetis berfungsi sebagai representasi dari desain berkualitas tinggi. Perancang yang mahir mempertimbangkan bentuk luar produk sekaligus memastikan produksi keluaran berkualitas tinggi.

2. Strategi Desain Produk

Penerapan strategi produk dimulai dengan evaluasi menyeluruh terhadap lingkungan internal dan eksternal, dengan mempertimbangkan persyaratan dan keinginan yang terkait dengan produk tertentu. Selanjutnya, tujuan produk ditetapkan untuk memastikan keselarasannya dengan tujuan organisasi secara keseluruhan. Selain itu, sangat penting untuk memastikan segmen pasar sasaran spesifik yang akan terlibat dengan produk, apakah itu penawaran standar, solusi yang disesuaikan, atau versi modifikasi. Penentuan ini kemudian mempengaruhi alokasi sumber daya dan pertimbangan anggaran yang diperlukan untuk produksi produk yang telah ditentukan. Selanjutnya, dilakukan analisis komprehensif

tentang kelebihan dan kekurangan strategi produk, memungkinkan pemilihan pendekatan yang optimal. (Hananto, 2022).

3. Indikator Desain Produk

Menurut Durvasula et.al (dalam Hanato 2021:4) mengemukakan indikator untuk mengukur desain produk dengan :

- a) Model Desain, model menggambarkan seberapa indah produk yang dihasilkan agar kelihatan dan berkenan bagi konsumen.
- b) Gaya Desain Yang Menarik, cara lain untuk menambahkan nilai tarik untuk pelanggan adalah melalui gaya dan desain produk yang berbeda dan menarik dari sebelumnya.
- c) Variasi Desain, mendesain produk memerlukan variasi yang menarik dan berkualitas agar dapat menjadi daya tarik bagi konsumen.
- d) Trend, dengan cara pembaharuan pada suatu produk yang dibuat yang diperbaharui dari kondisi sebelumnya.

2.2.3 Minat Beli

1. Pengertian

Menurut Kotler dan Keller dalam (Savira Shalsabillah1, 2022) Minat beli mengacu pada kemungkinan konsumen untuk terlibat dalam tindakan pembelian produk atau layanan tertentu, atau untuk beralih dari satu merek ke merek lain. Ketika keuntungan yang dirasakan lebih besar daripada biaya yang dirasakan terkait dengan akuisisi, kecenderungan untuk terlibat dalam perilaku pembelian

meningkat. Dalam ranah perilaku konsumen, Sari (2020) berpendapat bahwa minat beli merupakan elemen penting dalam kerangka sikap mengkonsumsi. Ini berkaitan dengan kecenderungan individu untuk terlibat dalam tindakan sebelum pelaksanaan keputusan pembelian yang sebenarnya.

Berdasarkan definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa minat beli berkaitan dengan perilaku konsumen dimana individu memiliki kecenderungan untuk memilih dan mengkonsumsi produk dari merek alternatif, kemudian terlibat dalam tindakan yang berbeda, dan akhirnya membuat pilihan yang lebih disukai melalui uang. transaksi atau pengorbanan pribadi. Mengukur minat beli konsumen sangat penting dalam membedakan preferensi dan kecenderungan pelanggan yang menunjukkan loyalitas atau gesekan terhadap produk atau layanan tertentu. Konsumen yang mengalami emosi positif dan rasa puas terhadap barang dan jasa yang telah mereka peroleh lebih mungkin terlibat dalam pembelian ulang atas barang dan jasa tersebut.

2. Indikator Dalam Minat Beli

Ada beberapa indikator dalam minat beli (Istisara, 2022) yaitu :

a) Minat Transaksional

Hal ini merujuk pada kecenderungan individu untuk melakukan pembelian terhadap suatu produk yang selanjutnya akan dikonsumsi. Ini menyiratkan bahwa konsumen memiliki

kecenderungan yang sudah ada sebelumnya untuk memperoleh produk tertentu yang mereka sukai.

b) Minat Referensial

Secara khusus, kecenderungan seseorang untuk menyebutkan produk yang telah mereka peroleh. Ini menyiratkan bahwa konsumen yang memiliki kecenderungan yang sudah ada sebelumnya untuk melakukan pembelian akan merekomendasikan individu yang dekat dengan mereka untuk juga membeli produk yang sama.

c) Minat Preferensi

Secara khusus, istilah "loyalitas merek" mengacu pada kecenderungan individu untuk secara konsisten menyukai produk tertentu yang sebelumnya mereka konsumsi. Modifikasi preferensi ini hanya dapat terjadi jika terjadi perubahan pada produk yang disukai.

d) Minat Eksploratif

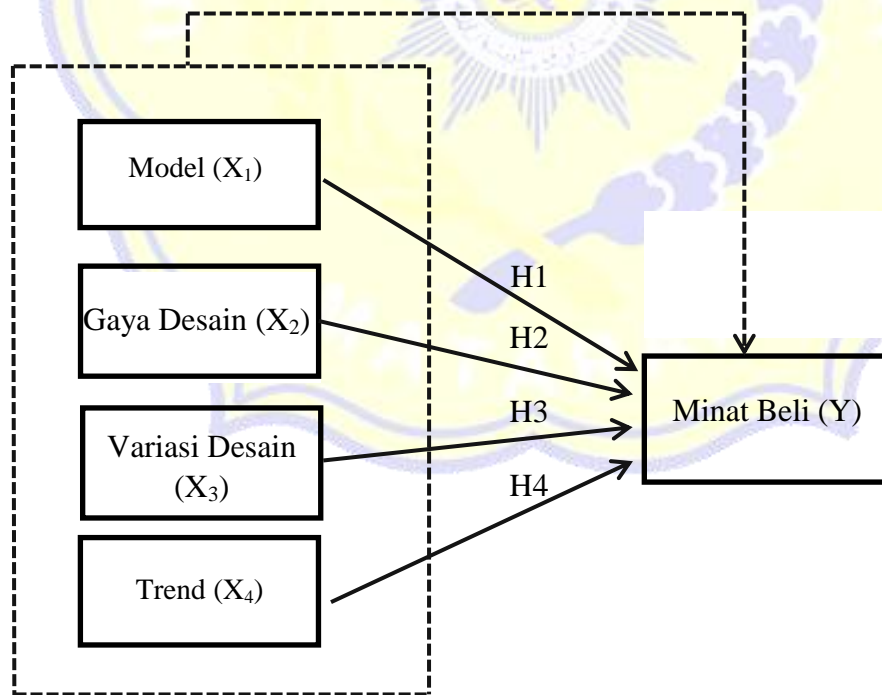
Secara spesifik, perilaku individu yang secara konsisten mencari informasi terkait produk yang diminati dan secara aktif mencari bukti pendukung terkait atribut positif dari produk tersebut.

2.3 Kerangka Berfikir

Kerangka kognitif yang kuat diharapkan dapat memberikan penjelasan teoretis tentang interkoneksi antar variabel yang diselidiki. Uma Sekaran

(sebagaimana dikutip dalam Sugiyono, 2017) mengemukakan bahwa kerangka model konseptual menawarkan sarana untuk merenungkan interaksi antara teori dan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang signifikan. Dalam wacana ini, Suriasumantri (sebagaimana dikutip dalam Sugiyono, 2017) berpendapat bahwa kerangka kognitif tersebut berfungsi sebagai penjelasan sementara dari gejala-gejala yang merupakan titik fokus dari masalah yang dihadapi. Berdasarkan wacana tersebut di atas, seseorang dapat menyimpulkan bahwa kerangka pemikiran berfungsi sebagai konstruksi konseptual sementara yang menjelaskan keterkaitan entitas masalah individu, yang didasarkan pada landasan teoretis. Kerangka berfikir dijelaskan pada gambar 1.1. dibawah ini :

Gambar 1.1
Kerangka Berfikir



Keterangan :

- : Pengaruh Parsial
- : Pengaruh Simultan
- X₁ : Model
- X₂ : Gaya Desain
- X₃ : Variasi Desain
- X₄ : Desain Yang Mengikuti Trend
- Y : Minat Beli

2.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis berfungsi sebagai proposisi sementara yang membutuhkan pengujian empiris atau berfungsi sebagai sintesis temuan teoritis yang berasal dari tinjauan komprehensif literatur yang ada. Hipotesis berfungsi sebagai pernyataan deklaratif mengenai hubungan antara dua konstruk yang dapat diuji secara empiris melalui penelitian.

- H1 : Diduga Sub Variabel Dari Desain Rumah Yaitu Model Desain Rumah Berpengaruh Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perumahan Melanesia By PT Meka Asia Property
- H2 : Diduga Sub Variabel Dari Desain Rumah Yaitu Gaya Desain Rumah Berpengaruh Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perumahan Melanesia By PT Meka Asia Property
- H3 : Diduga Sub Variabel Dari Desain Rumah Yaitu Variasi Desain Rumah Berpengaruh Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perumahan Melanesia By PT Meka Asia Property
- H4 : Diduga Sub Variabel Dari Desain Rumah Yaitu Desain Rumah Yang

Mengikuti Trend Berpengaruh Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perumahan Melanesia By PT Meka Asia Property.



BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, khususnya penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif mengacu pada jenis penelitian yang menyelidiki hubungan antara tiga variabel atau lebih. Penelitian ini untuk mengetahui apakah indikator desain produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada perumahan Melanesia by PT. Meka Asia Property.

3.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. Meka Asia Property dan dilokasi proyek perumahan Melanesia yang terletak di Jalan Raden Abdul Rahman, Bagik Polak, Labuapi, Lombok Barat.

3.3 Jenis Data Dan Sumber Data

1. Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini bersifat kuantitatif, yaitu data yang secara langsung dapat diukur atau dihitung dan dinyatakan dalam bentuk angka, memberikan informasi atau penjelasan. Dalam hal ini data kuantitatif yang diperlukan adalah jumlah responden dan hasil kuesioner terkait dengan indikator desain pada konsumen perumahan Melanesia by PT. Meka Asia Property.

2. Sumber data

a. Data Primer

Sumber data primer adalah sumber data yang diperoleh langsung oleh pengumpul data. Dalam penelitian ini data primer diperoleh melalui survey lapangan dengan metode kuesioner yang ditujukan langsung kepada konsumen Perumahan Melanesia by PT. Meka Asia Property.

b. Data Sekunder

Data sekunder mengacu pada informasi yang awalnya dikumpulkan oleh individu atau organisasi di luar peneliti, terlepas dari kenyataan bahwa data itu sendiri dianggap asli. Data sekunder dapat diperoleh dari berbagai sumber seperti instansi, perpustakaan, atau entitas lainnya.

3.4 Instrumen Pengumpulan Data

a. Observasi

Metode observasi sebagai salah satu teknik pengumpulan data memiliki karakteristik yang berbeda dengan teknik lainnya, seperti angket. Sementara kuesioner terutama melibatkan komunikasi dengan individu, pengamatan melampaui subjek manusia untuk mencakup objek alam juga. Observasi dilakukan dengan cara mengamati dan pencatatan mengenai indikator desain pada Konsumen pada perumahan Melanesia by PT. Meka Asia Property.

b. Kuesioner (Angket)

Penggunaan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data

digunakan untuk mengumpulkan informasi yang berkaitan dengan indikator keberhasilan desain dan dampaknya terhadap perilaku pembelian konsumen. Selain itu, penggunaan rumus dalam proses pengambilan sampel secara tidak langsung mengarah pada penggabungan statistik parametrik dalam upaya penelitian. Dalam penelitian ini kuesioner melalui *google form* di bagikan kepada konsumen pada perumahan Melanesia by PT. Meka Asia Property.

Adapun alternative jawaban adalah :

- a. Sangat setuju (SS)
- b. Setuju (S)
- c. Kurang setuju (KS)
- d. Tidak setuju (TS)
- e. Sangat tidak setuju (STS)

Skala ini sangat cocok diterapkan dalam penelitian yang berpusat pada pemeriksaan responden dan objek. Untuk memfasilitasi pemeriksaan reaksi yang berbeda dari masing-masing peserta, peneliti dapat menganalisis berbagai tanggapan.

3.5 Populasi Dan Sampel

a. Populasi

Populasi mengacu pada keseluruhan data yang menarik bagi peneliti dalam ruang lingkup dan kerangka waktu yang ditentukan. Populasi terdiri dari entitas atau individu yang memiliki atribut dan karakteristik tertentu, yang digunakan peneliti untuk tujuan studi dan kesimpulan selanjutnya. Dalam penelitian ini yang disebut populasi ialah konsumen yang telah melakukan pembelian pada perumahan Melanesia by PT.

Meka Asia Property yang berjumlah kurang lebih 154 orang.

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah populasi. Sampel juga dapat diartikan sebagai wakil atau bagian dari populasi yang akan diteliti. Untuk meminimalisirkan waktu, dana, dan tenaga maka peneliti dapat mengambil sampel yang harus betul-betul representatif (mewakili) dari populasi yang digunakan.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik purposive sampling untuk memilih responden, mengingat identitas populasi tidak diketahui. Pendekatan ini melibatkan pemilihan sampel secara sengaja berdasarkan pertimbangan khusus yang selaras dengan tujuan penelitian. Menurut Syofian Siregan (2013:34), salah satu rumus yang dapat digunakan dalam menentukan besaran sampel adalah dengan rumus slovin :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n : Jumlah Sampel

N : Jumlah Populasi

e : Error (10% atau 0,1)

Saat menggunakan rumus ini, tingkat kepercayaan 95% dan margin kesalahan 10% (0,1) digunakan. Prosedur penerapannya adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{154}{1+154.(0,1)^2}$$

$$n = \frac{154}{1+1,54}$$

$n = 60,6$ dibulatkan menjadi 61

Dari perhitungan dengan menggunakan rumus diatas, maka sampel dalam penelitian ini sebanyak 61 orang konsumen pada perumahan Melanesia by PT. Meka Asia Property.

3.6 Variabel Penelitian

Penelitian ini mencakup dua variabel penelitian yang berbeda, yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Kedua variabel tersebut dijelaskan dengan cara berikut:

1. Variabel Independen (variabel bebas)

Variabel bebas adalah variabel yang menjadi sebab terjadinya perubahan yang dapat mempengaruhi variabel lain yaitu variabel dependen (variabel terikat) (Sugiyono, 2014:59). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah model, gaya, variasi, dan trend.

2. Variabel Dependen (variabel terikat)

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel lain atau variabel bebas (Sugiyono, 2014:59). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah minat beli.

3.7 Operasional Variabel

Operasional variable merupakan suatu penjelasan yang diberikan kepada variabel dengan memberikan arti yang membenarkan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur suatu variabel (Sugiyono 2011:172).

1. Model Desain, model menggambarkan seberapa indah produk yang dihasilkan agar kelihatan dan berkenan bagi konsumen.
2. Gaya yang menarik, cara lain untuk menambahkan nilai tarik untuk pelanggan adalah melalui gaya dan desain produk yang berbeda dan menarik dari sebelumnya
3. Variasi Desain, mendesain produk memerlukan variasi yang menarik dan berkualitas agar dapat menjadidaya tarik bagi konsumen.
4. Trend, dengan cara pembaharuan pada suatu produk yang dibuat yang diperbaharui mengikuti trend saat ini dari kondisi sebelumnya.

3.8 Metode Analisis Data

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda adalah teknik statistik yang digunakan untuk meramalkan dampak dari dua atau lebih variabel prediktor, juga dikenal sebagai variabel independen, pada variabel kriteria tunggal, disebut sebagai variabel dependen. Selain itu, dapat digunakan untuk memastikan ada atau tidaknya hubungan fungsional antara dua atau lebih variabel independen, dilambangkan dengan X, dan variabel dependen, dilambangkan dengan Y. Selanjutnya, penerapan analisis regresi digunakan untuk menilai kesehatan dari hipotesis yang diajukan dalam usaha penelitian ini. Model yang dirumuskan disajikan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan :

Y : Keputusan Pembelian

b_1 : Koefisien Model

X_1 : Model

b_2 : Koefisien Gaya

X_2 : Gaya

b_3 : Koefisien Variasi

X_3 : Variasi

b_4 : Koefisien Trend

X_4 : Trend

a : Konstanta

3.9 Uji Instrumen Data

1. Uji Validitas

Validitas adalah metrik yang mengukur sejauh mana suatu instrumen memiliki validitas dan keahlian. Interpretasi koefisien korelasi digunakan untuk menilai validitas item pertanyaan, khususnya bila koefisiennya minimal 0,3. Ada korelasi positif antara nilai koefisien korelasi dan validitas item pertanyaan.

2. Uji Realibilitas

Keandalan mengacu pada sejauh mana instrumen dapat dianggap dapat dipercaya untuk tujuan pengumpulan data, berdasarkan kualitas yang melekat. Penilaian reliabilitas menggunakan uji statistik *Cronbach's Alpha*, dimana suatu instrumen dikatakan reliabel jika koefisien *Cronbach's Alpha* (α) melebihi 0,6.

3.10 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menilai distribusi normal dari data yang akan digunakan dalam model regresi. Dalam konteks grafik plot normal, ketika data menunjukkan dispersi sepanjang garis diagonal dan sejajar dengan arah garis histogram, hal itu menunjukkan pola distribusi normal. Akibatnya, model regresi memenuhi asumsi normalitas.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menilai adanya korelasi antar variabel independen dalam model regresi. Hal ini karena model regresi yang ideal adalah model yang tidak ada korelasi antar variabel independen. Multikolinearitas diamati ketika *Variance Inflation Factor* (VIF) melebihi ambang batas 10, atau ketika Nilai Toleransi turun di bawah 0,10. Sebaliknya, tidak adanya multikolinieritas diindikasikan ketika nilai VIF di bawah 10, atau toleransi melebihi 0,10.

3.11 Uji Hipotesis

1. Uji Simultan (Uji F)

Uji F adalah metode statistik yang digunakan untuk menilai dampak kolektif dari beberapa variabel independen terhadap variabel dependen. Sebagai dasar pengambilan keputusan dapat digunakan kriteria pengujian :

- a. Apabila $t \text{ hitung} > t \text{ table}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, berarti variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen.
- b. Apabila $t \text{ hitung} < t \text{ table}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, berarti variabel independen secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

2. Uji Parsial (Uji t)

Uji t merupakan metode pengujian dalam statistic yang akan digunakan untuk menguji besarnya pengaruh semua variabel bebas secara parsial terhadap variable terikat. Sebagai dasar pengambilan keputusan

dapat digunakan kriteria pengujian sebagai berikut :

- a. Apabila $t_{hitung} > t_{table}$ dan tingkat signifikansi $< 0,05$, maka variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen.
- b. Apabila $t_{hitung} < t_{table}$ dan tingkat signifikansi $> 0,05$, maka variabel independen secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

3. Koefisien Determinasi (Uji R)

Besarnya persentase variabel terikat yang dapat diprediksi menggunakan variabel bebas dengan cara menerapkan koefisien determinasi. Koefisien determinasi digunakan untuk menghitung besarnya peranan atau pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Cara menghitung koefisien determinasi adalah dengan mengkuadratkan hasil korelasi yang dikalikan 100%. (Rudi Aryanto 2015:41)