

**ANALISIS PEMASARAN RUMAH SEDERHANA BAGI
MASYARAKAT BERPENDAHASILAN RENDAH (MBR)
(STUDI KASUS DI WILAYAH KABUPATEN BEKASI JAWA BARAT)**

TESIS

oleh :

EDI FIRMANSYAH

2015 2015 2028



**FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2018**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING


Judul Tesis : Analisis Pemasaran Rumah Sederhana Bagi masyarakat Berpenghasilan Rendah (MBR) (Study Kasus di Wilayah Kabupaten Bekasi)
Nama Mahasiswa : Edi Firmansyah.
Nomor Pokok Mahasiswa : 201520152028
Program Studi/Fakultas : Magister Manajemen/ Fakultas Ekonomi
Tanggal Lulus Ujian Tesis : 27 Juli 2018


Jakarta, 4 Agustus 2018

MENYETUJUI,

Pembimbing I


Pembimbing II


Agustian Zen, Ph.D.
NIDN: 201402001


Dr. Hj. Beti Nurbaiti, S.T.P., M.E.,
NIDN. 0314117307

BIKSA MAHMASTU DASI
JAKARTA RAYA
MENGETAHUI,

Ka. Prodi Magister Manajemen


Dr. Hj. Beti Nurbaiti, S.T.P., M.E.,
NIDN. 0314117307

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tesis : Analisis Pemasaran Rumah Sederhana Bagi masyarakat Berpenghasilan Rendah (MBR) (Study Kasus di Wilayah Kabupaten Bekasi)
Nama Mahasiswa : Edi Firmansyah,
Nomor Pokok Mahasiswa : 201520152028
Program Studi/Fakultas : Magister Manajemen/Program Pascasarjana
Ujian Tesis : 27 Juli 2018

Jakarta, 4 Agustus 2018

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Dr. Anton Wachidin Widjaya SE.MM
NIDN : 0311116501
Penguji I : Dwi Susanto PhD
NIDN : 0326026103
Penguji II : Agustian Zen, PhD.
NIDN: 201402001



MENGETAHUI,

Ketua Program Studi Magister
Manajemen

Dr. Hj. Beti Nurbaiti, S.T.P., M.E.
NIDN.0314117307

Dekan Fakultas Ekonomi
Program Pascasarjana

Dr Rorim Panday MT.MM
NIDN: 0425025801

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Tesis yang berjudul **Analisis Pemasaran Rumah Sederhana Bagi masyarakat Berpenghasilan Rendah (MBR) (Study Kasus di Wilayah Kabupaten Bekasi)** ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan tesis ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan tesis ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui Internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 27 Juli 2018
Yang membuat Pernyataan,



Edi Firmansyah
NPM 201520152028

ABSTRAKS

Edi Firmansyah. 201520152028. Analisis Pemasaran Rumah Sederhana Bagi Masyarakat Berpenghasilan Rendah (MBR) (Study Kasus di wilayah Kabupaten Bekasi.

Fokus penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisa :

Apakah persoalan kualitas Rumah, Subsidi/Insentif Pemerintah dan harga Jual berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen dengan Keputusan Membeli sebagai Variabel Interveningnya.. Penelitian ini menggunakan teknik sampling jenuh. Populasi penelitian ini adalah seluruh pegawai Biro Keuangan BNPB yang berjumlah 36 orang. Metode Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan program komputer *Structural Equation Modeling* (SEM). Dan Linear Structural Relesionship (Lisrel).

Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan Kualitas Produk terhadap Keputusan Membeli. dengan nilai *T Statistics* $5.09 \geq 1.96$. Tidak terdapat pengaruh yang signifikan Subsidi/Insentif Pemerintah terhadap Keputusan Membeli dengan nilai *T Statistics* $1.60 \leq 1.96$. Tidak terdapat pengaruh yang signifikan Harga Jual terhadap Keputusan Membeli. Ketika Pemerintah memberlakukan kebijakan satu harga. dengan nilai *T Statistics* $0.00 \leq 1.96$. Terdapat pengaruh yang signifikan Keputusan Membeli terhadap Kepuasan Konsumen dengan nilai *T Statistics* $3.37 \geq 1.96$. Ditolak tetapi terdapat pengaruh yang signifikan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen dengan nilai *T Statistics* $-2.30 \leq 1.96$. Terdapat pengaruh yang signifikan Subsidi/Insentif Pemerintah terhadap Kepuasan Konsumen dengan nilai *T Statistics* $-1.74 \leq 1.96$. Terdapat pengaruh yang signifikan Harga Jual terhadap Kepuasan Konsumen. dengan nilai *T Statistics* $3.15 \geq 1.96$

Kata kunci: Rumah Sederhana, Masyarakat berpenghasilan Rendah, Kualitas Produk, Subsidi/Insentif Pemerintah, Keputusan membeli, Kepuasan Konsumen Structural Equation Modeling, Lisrel 8.8.

ABSTRACT

Edi Firmansyah. 201520152028 Simple House Marketing Analysis for Low-Income Communities (MBR) (Case Study in Bekasi Regency.

The focus of this research is to know and analyze:

Is the issue of House quality, Government Subsidy / Incentives and Selling Price have an effect on to Consumer Satisfaction with Buying Decision as Intervening Variable. This research use saturated sampling technique. The population of this research is Consumers of Purilestari housing residents and Gramapuri Persada housing residents which run 267 families people. This research method uses quantitative research method with computer program Structural Equation Modeling (SEM). And Linear Structural Relationship (Lisrel).

The results showed that there is a significant effect of Product Quality on Buying Decision. with the value of T Statistics $5.09 > 1.96$. There is no significant effect of Government Subsidy / Incentives on Buying Decision with the value of T Statistics $1.60 \leq 1.96$. There is no significant effect of Selling Price on Buying Decision. When the Government imposes a one price policy. with the value of T Statistics $0.00 \leq 1.96$. There is a significant influence Buying Decision on Consumer Satisfaction with the value of T Statistics $3.37 > 1.96$. Rejected but there is no significant effect of Product Quality on Consumer Satisfaction with the value of T Statistics $-2.30 \leq 1.96$. There is no significant effect of Government Subsidy / Incentives on Consumer Satisfaction with the value of T Statistics $-1.74 \leq 1.96$. There is a significant effect of Price Price on Consumer Satisfaction. with the value of T Statistics $3.15 > 1.96$.

Keywords: Simple House, Low-income People, Product Quality, Subsistence / Government Incentives, Buying Decision, Consumer Satisfaction Structural Equation Modeling, Lisrel 8.8.

KATA PENGANTAR

Dengan mengucap puji syukur Alhamdulillah, atas berkah dan rahmat Allah SWT, peneliti dapat menyelesaikan tesis dengan judul “Analisis Pemasaran Rumah Sederhana Bagi masyarakat Berpenghasilan Rendah (MBR) (Study Kasus di Wilayah Kabupaten Bekasi)”. Penulisan ini merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi guna menyelesaikan pascasarjana Magister Manajemen di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya .

Di dalam penulisan ini, peneliti banyak mendapatkan bantuan dan dukungan dari pihak yang telah rela meluangkan waktu, tenaga dan pikiran demi tersusunnya tesis ini. Oleh karena itu pada kesempatan ini, peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, yang terhormat Bapak Drs.H. Bambang Karsono SH. MM.
2. Dekan Fakultas Ekonomi Pasca Sarjana Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Dr Rorim Panday MT.MM
3. Kepala Prodi Magister Manajemen sekaligus pembimbing di dalam penulisan tesis ini Ibu Dr. Hj. Beti Nurbaiti, S.T.P., M.E.D
4. Pembimbing utama yang sangat penulis hormati dan banggakan Bapak Agustian Zen, Ph.D. yang telah begitu besar memberikan motivasi serta dengan sabar telah memberikan nasehat, bimbingan dan pengarahan dalam penyelesaian tesis ini hingga akhirnya dapat penulis selesaikan.,semoga menjadi amal ibadah yang mendapat balasan berlipat ganda dari Allah Subhanaullahtaalah.
5. Seluruh dosen Program Studi Magister Manajemen yang telah memberikan pengetahuan sebagai bahan penyelesaian tesis ini.
6. Staf dan Managemen PT Tata Bumi Lestari dan PT Tata Bumi Persada yang telah memberikan ijin kepada peneliti untuk menyampaikan kuesioner penelitian, serta mendapatkan data dan informasi kepada peneliti.

7. Bapak dan ibu konsumen dan penghuni perumahan Puri Lestari dan Gramapuri Persada yang telah bersedia membantu didalam penelitian ini.
8. Seluruh Keluargaku tercinta, Almarhum Ayahanda B. Zainal Abidin dan Almarhumah Ibunda Saiba juga Isteri dan anak-anakku tersayang Rose Pandanwangi Muhamad Destha dan Keyshen Adam Firmansyah karena kalianlah yang menjadi motivasi dan penyemangat sehingga penelitian dan tesis ini dapat terselesaikan. .
9. Terimakasih yang mendalam khusus kepada sahabat penulis yang telah banyak membantu dalam penulisan tesis ini kang Yudi, mas Aulia mba Devi, mba Saini dan mba Okta, serta teman-teman angkatan 41 Magister Manajemen mas Adi mas Adit, mas Indra, mas Agung, Kang Asep dan bung Viktor. yang tidak akan pernah penulis lupakan.

Peneliti menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari sempurna segala kritik dan saran sangat penulis harapkan demi kesempurnaan tesis ini. Akhir kata penulis berharap, semoga tesis ini dapat bermanfaat.

Jakarta, 27 Juli 2018

Peneliti

ttd

Edi Firmansyah

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	12
1.3 Pembatasan Masalah.....	13
1.4 Rumusan Masalah Penelitian	15
1.5 Tujuan Penelitian.....	16
1.6 Manfaat Penelitian.....	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	18
2.1 Landasan Teori.....	18
2.1.1 . Pengertian Pemasaran.....	18
2.1.2. Pengertian Rumah.....	20
2.1.3. Pengertian Perumahan	21
2.1.4. Pengertian Permukiman	22
2.1.5. Undang-Undang No. 4 Tahun 1992 Tentang Perumahan dan Permukiman....	23
2.1.6. Fungsi Rumah	24
2.1.7. Rumah sebagai Produk.....	25
2.1.8. Kualitas Produk	27

2.1.9.	Rumah Sederhana.....	29
2.1.10.	Subsidi/Isentif Pemerintah.	31
2.1.11.	Harga Jual.....	33
2.1.12.	Keputusan Membeli.....	38
2.1.13.	Kepuasan Konsumen	46
2.2.	Hasil Peneltian Terdahulu	51
2.3.	Kerangka Berpikir.....	49
2.4.	Hipotesis Penelitian.....	53
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		54
3.1.	Tempat dan Waktu Penelitian.....	54
3.2	Metode dan Desain Penelitian	54
3.2.1	Metode Penelitian	54
3.2.2	Desain Penelitian.....	56
3.3.	Populasi dan Sampel.....	57
3.3.1.	Populasi Penelitian.....	57
3.3.2.	Sampel Penelitian	57
3.4.	Tehnik Pengumpulan Data.	58
3.5.	Instrument Penelitian.....	60
3.5.1.	Instrumen Penelitian Kepuasan Konsumen. (Variabel KK)	61
	a. Pengertian Kepuasan Konsumen	61
	b. Faktor factor yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen	62
	c. Instrumen Kepuasan Konsumen.....	63
	d. Uji Validitas Keputusan Membeli.	63
	e. Uji Reliabilitas Keputusan Membeli	64
3.5.2.	Instrumen Penelitian Kualitas Produk/Rumah. (Variabel KP)	64
	a. Pengertian Kualitas Produk/Rumah	64
	b. Faktor factor yang mempengaruhi Kualitas Produk/Rumah	65
	c. Instrumen Kualitas Produk/Rumah	66

d.	Uji Validitas Kualitas Produk/Rumah.	67
e.	Uji Reliabilitas Kualitas Produk/Rumah	67
3.5.3.	Instrumen Penelitian Subsidi/Isentif Pemerintah. (Variabel SUB)	67
a.	Pengertian Subsidi/Isentif Pemerintah.	68
b.	Faktor factor yang mempengaruhi Subsidi/Isentif Pemerintah.	68
c.	Instrumen Subsidi/Isentif Pemerintah.	69
d.	Uji Validitas Subsidi/Isentif Pemerintah.....	69
e.	Uji Reliabilitas Subsidi/Isentif Pemerintah	70
3.5.4.	Instrumen Penelitian Harga Jual. (Variabel HJ)	70
a.	Pengertian Harga Jual	70
b.	Faktor factor yang mempengaruhi Harga Jual	71
c.	Instrumen Harga Jual	72
d.	Uji Validitas Harga Jual	72
e.	Uji Reliabilitas Harga Jual.....	73
3.5.5.	Instrumen Penelitian Keputusan Membeli, (Variabel KM)	73
a.	Pengertian Keputusan Membeli	73
b.	Faktor factor yang mempengaruhi Kepuasa Konsumen	74
c.	Instrumen Keputusan Membeli	74
d.	Uji Validitas Kepuasa Konsumen	74
e.	Uji Reliabilitas Kepuasa Konsumen	75
3.6.	Teknik Analisis Data	75
3.6.1.	Pengertian Structural Equation Modeling (SEM).....	77
3.6.2.	Keunggulan <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM).....	78
3.6.3.	Linear Structural Relations (LISREL).....	79
3.6.4.	Confirmatory Factor Analysis dan Latent Variable Scores.....	83
3.6.5	Uji Kecocokan.....	84
3.6.6	Kecocokan Keseluruhan Model (overall model fit) – GOFI.....	84
3.6.7.	Kecocokan Model Pengukuran: validitas dan reliabilitas.....	86

3.6.8.	Kecocokan model structural.....	86
3.7.	Uji Hipotesis	87
3.8.	Hipotesis	87
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		90
4.1.	Sistem Pemasaran Rumah Sederhana.....	90
4.2.	Gambaran Umum Perumahan di Kabupaten Bekasi.....	92
4.3.	Hasil Pengumpulan Data Responden	92
4.4.	Hasil Uji Model Pengukuran	92
4.4.1	Hasil Uji Model Pengukuran Variabel Laten Kualitas Produk	93
4.4.2	Hasil Uji Model Pengukuran Variabel Laten Subsidi/Insentif Pemerintah.....	94
4.4.3	Hasil Uji Model Pengukuran Variabel Laten Harga Jual.....	97
4.4.4	Hasil Uji Model Pengukuran Variabel Laten Keputusan Membeli	99
4.4.5	Hasil Uji Model Pengukuran Variabel Laten Kepuasan Konsumen	101
4.5.	Penyederhanaan Variabel Laten dan Uji Confirmatory Factor Analisis (CFA).103	
4.6.	Hasil Uji Model Struktural Penelitian dan Resume Uji Signifikansi Hipotesa...107	
4.7.	Kajian Teori	111
BAB V PENUTUP.....		123
5.1.	Kesimpulan	123
5.2.	Saran	127
DAFTAR PUSTAKA.....		129

DAFTAR TABEL

Tabel	1.1. Pertumbuhan Penduduk.....	4
Tabel	2.1. Kebutuhan Luas Minimum Bangunan dan Lahan untuk Rumah Sederhana Sehat (Rs Sehat).....	30
Tabel	2.2. Penelitian Terdahulu	53
Tabel	3.1. Skala Likert.....	59
Tabel	3.2 Instrumen Kepuasan Konsumen.....	63
Tabel	3.3 Instrumen Kualitas Produk.....	66
Tabel	3.4 Instrumen Subsidi/Insentif Pemerintah.....	69
Tabel	3.5 Instrumen Harga Jual	72
Tabel	3.6 Instrumen Keputusan Membeli.	74
Tabel	3.7 Keriteria Perbandingan Sederhana Antara Penggunaan VBSEM (PLS-SEM) dengan (CBSEM (AMOS dan LISREL).....	85
Tabel	3.6.1 Indikator Goodness of Fit Index (GOFI)	90
Tabel	4.1 Validitas dan Reliabilitas Variabel Laten KP.....	94
Tabel	4.2 GOFI Variabel Laten SUB.....	96
Tabel	4.3 Validitas dan Reliabilitas Variabel Laten SUB	96
Tabel	4.4. GOFI Variabel Laten HJ	98
Tabel	4.5. Validitas dan Reliabilitas Variabel Laten HJ	98
Tabel	4.6. GOFI Variabel Laten KM	100
Tabel	4.7. Validitas dan Reliabilitas Variabel Laten KM	100
Tabel	4.8. GOFI Variabel Laten KK	102
Tabel	4.9 Validitas dan Reliabilitas Variabel Laten KK.....	102
Tabel	4.10. GOFI Variabel Laten Uji Confirmatory Factor Analysis (CFA).....	106

Tabel 4.11. Validitas dan Reliabilitas Variabel Laten pada Uji CFA.....	107
Tabel 4.12.. GOFI Variabel Laten Uji Model Struktural Penelitian / Uji Hipotesa.....	109
Tabel 4.13. Hasil Uji Signifikansi Hipotesa Penelitian Berdasarkan Uji Model Struktural Penelitian.....	110



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Berfikir.....	52
Gambar 3.1. Design Penelitian.	56
Gambar.4.1. Hasil Uji Model Pengukuran Untuk Variabel Laten KP.....	91
Gambar.4.2. Hasil Uji Model Pengukuran Untuk Variabel Laten SUB	95
Gambar.4.3. Hasil Uji Model Pengukuran Untuk Variabel Laten HJ	97
Gambar.4.4. Hasil Uji Model Pengukuran Untuk Variabel Laten KM	99
Gambar.4.5. Hasil Uji Model Pengukuran Untuk Variabel Laten KK.....	101
Gambar 4.6 Uji Model Pengukuran Variabel Laten HJ (Sebelum Disederhanakan).....	103
Gambar 4.7. Uji Confirmatory Factor Analysis /CFA (Standardized Solution)....	104
Gambar 4.8. Hasil Uji Model Struktural Penelitian MODEL (T-Value).....	105
Gambar 4.9. Hasil Uji Model Struktural Penelitian MODEL (T-Value.....	108

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat kepada responden.....	131
Lampiran 2. Instrumen penelitian.....	133
Lampiran 3. Data hasil kuesioner.....	138
Lampiran 4 In put Data Hasil Kuesioner Butir Kualitas Produk.....	138
Lampiran 5 In put Data Hasil Kuesioner Butir Subsidi/Insentif Pemerintah.....	145
Lampiran 6 In put Data Hasil Kuesioner Butir Harga Jual.....	152
Lampiran 7 In put Data Hasil Kuesioner Butir Keputusan membeli.....	159
Lampiran 8 In put Data Hasil Kuesioner Butir Kepuasan Konsumen.....	166
Lampiran 9. Hasil Pengolahan Data Menggunakan Program SEM-Lisrel. Variabel Kualitas Produk	173
Lampiran 10. Hasil Pengolahan Data Menggunakan Program SEM-Lisrel. Variabel Subsidi/Insentif Pemerintah.....	175
Lampiran 11. Hasil Pengolahan Data Menggunakan Program SEM-Lisrel. Variabel Harga Jual.....	179
Lampiran 12 Hasil Pengolahan Data Menggunakan Program SEM-Lisrel. Variabel Keputusan Membeli.....	182
Lampiran 13 Hasil Pengolahan Data Menggunakan Program SEM-Lisrel. Variabel Kepuasan Konsumen	186
Lampiran 14. Biodata Peneliti.....	189