

PREFERENSI MEMILIH RUMAH TINGGAL DENGAN ANALISIS KONJOIN

(Studi Kasus : Perumahan Parung, Graha Griya Kabupaten Bogor)

Riama Sibarani

riama_sarah@yahoo.com

Fakultas Teknik Universitas Satya Negara Indonesia

ABSTRAK

Kebutuhan akan rumah tinggal merupakan kebutuhan dasar (home needs) bagi manusia setelah kebutuhan pangan dan sandang terpenuhi. Dengan adanya kebutuhan akan rumah tinggal yang semakin meningkat maka persaingan antar pengembang semakin ketat. Untuk meminimalisir hal buruk atau kerugian maka pengembang harus mengetahui keinginan atau preferensi konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menentukan tingkat Preferensi dan faktor-faktor yang memengaruhi keputusan konsumen memilih rumah tinggal. Metode yang digunakan adalah Analisis Konjoin dengan membentuk disain Orthogonal dan Merancang Stimuli. Teknik sampling yang digunakan adalah Purposive sampling. Banyak stimuli yang terbentuk 96 stimuli dan 16 card yaitu: Aksesibilitas (aksesibilitas dari rumah tinggal ke pusat kota dan aksesibilitas dari rumah tinggal ke jalan raya utama/angkutan umum. Faktor fasilitas dan pelayanan (kualitas & utilitas dari fasilitas, pelayanan yang terdapat di dalam lingkungan rumah tinggal dan ketersediaan air bersih). Faktor karakteristik site rumah (Luas tanah, luas bangunan dan Jumlah kamar). Faktor harga rumah (Rp.300 jt dan antara Rp. 301-350 jt). Faktor Uang Muka rumah (kurang dari Rp. 20jt, antara Rp.21-40jt). Faktor cara pembayaran (Cicilan dengan bunga Flat, Cicilan dengan bunga sesuai suku bunga saat ini).

Kata Kunci : *Preferensi, Konjoint, Stimuli, Orthogonal.*

PENDAHULUAN

Undang-undang Dasar 1945 (amandemen) psl 28 H ayat 1, "Setiap orang berhak hidup sejahtera lahir dan batin, bertempat tinggal dan mendapatkan lingkungan baik dan sehat, serta memperoleh pelayanan kesehatan". Kebutuhan akan rumah tinggal merupakan kebutuhan dasar (home needs) bagi manusia setelah kebutuhan pangan dan sandang terpenuhi. Karena kebutuhan akan rumah tinggal yang layak serta penambahan penduduk maka kebutuhan rumah bagi masyarakat terus meningkat setiap tahun. Dengan adanya kebutuhan akan rumah tinggal yang semakin meningkat maka persaingan antar pengembang semakin ketat

Beberapa faktor-faktor yang menjadi variable penentu bagi calon konsumen dalam memilih rumah tinggal diantaranya adalah faktor lokasi, sarana, prasarana, disain bangunan, harga dan system pembayaran.

Secara umum, menurut Bourne (1975), Drabkin (1980) dalam Malla Paruntung (2004), dan Catanese dan Synder (1989), terdapat beberapa faktor yang berpengaruh terhadap pemilihan tempat tinggal bagi seorang individu atau sebuah keluarga antara lain adalah:

- (1).Aksesibilitas ke pusat kota: jalan raya utama, sekolah, dan tempat rekreasi,
- (2). Karakteristik fisik dan lingkungan permukiman: kondisi jalan, pedestrian, pola jalan dan ketenangan,
- (3). Fasilitas dan pelayanan: kualitas

dari utilitas, sekolah, polisi dan pemadam kebakaran, ketersediaan air bersih, (4). Lingkungan sosial: permukiman bergengsi, komposisi sosial ekonomi, etnis dan demografi, (5). Karakteristik site rumah: luas tanah, luas bangunan, jumlah kamar, dan biaya pemeliharaan, (6). Lingkungan yang nyaman: terhindar dari kebisingan, polusi dan terbebas dari kemacetan lalu lintas, (7). Harga tanah atau rumah yang murah.

Agar preferensi konsumen terpenuhi, pengembang perlu mengetahui tingkat preferensi konsumen terhadap faktor-faktor beserta level yang terkait pada faktor-faktor tersebut.

Preferensi berasal dari bahasa Inggris, “*preference*” yaitu *something preferred, one’s first choice, greater liking, giving of priority advantage to something*’ (Simon & Shiter Inc. 1996), yang berarti sesuatu yang lebih diminati, suatu pilihan utama, merupakan pilihan prioritas, dan memberikan keuntungan yang lebih baik.

Menurut Walgito, proses terjadinya persepsi tergantung dari pengalaman masa lalu dan pendidikan yang diperoleh individu. Proses pembentukan persepsi dijelaskan oleh Feigi sebagai pemaknaan hasil pengamatan yang diawali dengan adanya stimuli.

Setelah mendapat stimuli, pada tahap selanjutnya terjadi seleksi yang berinteraksi dengan *interpretation*, begitu juga berinteraksi dengan *closure*.

Faktor kepuasan Konsumen terhadap Perumahan.

Untuk dapat mengetahui dasar pemilihan konsumen terhadap suatu perumahan, diperlukan pemahaman mengenai konsumen perumahan itu sendiri. Kepuasan konsumen adalah persepsi konsumen terhadap harapannya yang telah terpenuhi atau terlampaui.

Secara umum, menurut Bourne (1975), Drabkin (1980) dalam Malla Paruntung

(2004), dan Catanese dan Synder (1989), terdapat beberapa faktor yang berpengaruh terhadap pemilihan tempat tinggal bagi seorang individu atau sebuah keluarga antara lain adalah:

1. Aksesibilitas ke pusat kota: jalan raya utama, sekolah, dan tempat rekreasi
2. Karakteristik fisik dan lingkungan permukiman: kondisi jalan, pedestrian, pola jalan dan ketenangan
3. Fasilitas dan pelayanan: kualitas dari utilitas, sekolah, polisi dan pemadam kebakaran, ketersediaan air bersih
4. Lingkungan sosial: permukiman bergengsi, komposisi sosial ekonomi, etnis dan demografi
5. Karakteristik site rumah: luas tanah, luas bangunan, jumlah kamar, dan biaya pemeliharaan
6. Lingkungan yang nyaman: terhindar dari kebisingan, polusi dan terbebas dari kemacetan lalu lintas
7. Harga tanah atau rumah yang murah.

Conjoint Analysis

Kata conjoint menurut para praktisi riset diambil dari kata *Considered Jointly*.

Conjoint Analysis mencoba untuk menentukan kepentingan relatif yang dikaitkan pelanggan pada atribut yang penting dan *utilities* yang dikaitkan oleh pelanggan pada tingkatan atau level atribut.

Statistik yang sering muncul dalam analisis conjoint;

Parth-Worth functions, juga disebut *utility function*, ialah kegunaan atau *utility* yang dikaitkan oleh pelanggan pada tingkat/level setiap atribut.

Relative importance weight ialah nilai yang bisa menunjukkan atribut mana yang penting didalam memengaruhi pilihan pelanggan.

- *Weight* (timbangan) diperkirakan; peranannya seperti koefisien regresi parsial dalam regresi linier berganda.

- *Attribute Level* ialah nilai yang menunjukkan tingkatan setiap atribut. Contoh; harga rumah terdapat 3 tingkatan: 250jt, 251-300 jt, > 300 jt.

- *Full Profile* atau complete profile dan merek yang dibentuk dinyatakan dalam semua atribut dengan menggunakan atribut level yang ditentukan oleh desain
- *Pairwise table*, responden mengevaluasi dua atribut pada saat yang sama, sampai semua pasangan atribut sudah dievaluasi.
- *Cyclical design*. ialah desain yang dipergunakan untuk mengurangi banyaknya pasangan yang harus diperbandingkan.
- *Factorial fractional desain*, ialah desain yang dipergunakan untuk mengurangi banyaknya profil stimulus yang dievaluasi didalam pendekatan profil.
- *Orthogonal Array* ialah sebuah kelas desain fractional yang memungkinkan untuk membuat perkiraan yang relevan dari seluruh pengaruh utama (main effects) Interval validity meliputi korelasi anatar evaluasi untuk hold on yang diprediksi atau validasi stimuli dengan hasil yang diperoleh dari para responden.

Full Profile

Analisis konjoin full profile merupakan rancangan kombinasi yang menggambarkan profil produk secara lengkap. Jumlah stimuli dapat dikurangi dengan menggunakan fraksional faktorial design. Untuk membentuk stimuli dirancang dengan menggunakan SPSS IBM 21.0 untuk memperoleh banyaknya stimuli dengan menggunakan orthogonal array. Responden mengevaluasi masing-masing stimuli dengan cara rating (memberi nilai peringkat), mulai dari stimuli yang paling diminati hingga stimuli yang paling tidak diminati. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan Full Profile untuk memperoleh stimuli-stimuli yang akan digunakan sebagai item kuesioner kepada responden dengan cara memberi

ranking pada setiap stimuli berdasarkan preferensi responden.

Pairwise Comparison

Melalui pendekatan Pairwise Comparison ini responden diminta untuk mengevaluasi pasangan-pasangan atribut secara bersamaan. Bila ada m atribut berarti jumlah pasangan yang dievaluasi

$$\text{sebanyak: } \frac{m(m-1)}{2}$$

Kemudian, responden diminta untuk memberi ranking pada atribut mana saja yang lebih diminati dari setiap pasangan atribut.

Model dasar Conjoint Analysi secara matematis sebagai berikut:

$$U(X) = \sum_{i=1}^{m_i} \sum_{j=1}^{k_j} \alpha_{ij} X_{ij} \dots\dots\dots(1)$$

dengan:

- U(X) = Utilitas Total
- α_{ij} = Nilai kegunaan dari atribut ke-i (i = 1,2,3,...,m) dan taraf ke-j (j = 1,2,3,...,k)
- k_i = Jumlah taraf atribut ke-j
- m_i = Jumlah atribut ke-i
- X_{ij} = Atribut variabel dummy ke-i taraf ke-j (1 = taraf muncul ; 0 = tidak muncul)

Rumus untuk nilai kepentingan relatif adalah:

$$W_i = \frac{I_i}{\sum_{i=1}^m I_i} \dots\dots\dots(2)$$

dengan:

- W_i = Bobot kepentingan relatif untuk tiap atribut
- I_i = Range nilai kepentingan untuk tiap atribut

Analisis Penilaian Faktor-Faktor dan Level-level Preferensi Pemilihan Rumah Tinggal

Kuesioner penilaian responden terhadap faktor-faktor dan level-level yang terkait pada setiap faktor diberikan

kepada responden untuk mengetahui tingkat kepentingan atribut atau level yang terkait pada setiap faktor menurut responden dalam memilih rumah tinggal. Skala yang digunakan untuk mengukur tingkat kepentingan setiap atribut atau level yang terkait pada setiap faktor adalah skala linkert. Skala linkert yang digunakan: nilai 1 jika responden memilih bahwa atribut atau level tersebut Tidak Penting (TP) menurut preferensi responden, nilai 2 jika responden memilih bahwa atribut atau level tersebut Kurang Penting (KP) menurut preferensi responden, nilai 3 jika responden memilih bahwa atribut atau level tersebut Cukup Penting (CP) menurut preferensi responden, nilai 4 jika responden memilih bahwa atribut atau level tersebut Penting (P) menurut preferensi responden, dan nilai 5 jika responden memilih bahwa atribut atau level tersebut adalah Sangat Penting (SP) menurut preferensi responden. Berdasarkan kuesioner diperoleh:

Analisa Faktor dan Level Kuesioner.

Hasil kuesioner Penilaian Faktor-Faktor dan atribut/Level-level yang terkait pada setiap faktor Preferensi Pemilihan Rumah Tinggal menunjukkan bahwa faktor-faktor dan atribut/level yang penting dan sangat penting bagi responden dalam memilih rumah tinggal adalah; 1). Aksesibilitas, dengan level; aksesibilitas dari rumah tinggal ke pusat kota, aksesibilitas dari rumah tinggal ke jalan raya utama/angkutan umum. Menurut responden level aksesibilitas dari rumah tinggal ke sekolah dan ke tempat rekreasi tidak begitu penting dalam memilih rumah tinggal, maka kedua level ini tidak masuk dalam pengolahan untuk menentukan banyaknya stimuli. 2). Faktor Fasilitas dan Pelayanan dengan level: kualitas dan utilitas yang terdapat di lingkungan rumah tinggal, kualitas dan utilitas dari fasilitas & pelayanan yang terdapat didalam lingkungan rumah tinggal,

ketersediaan air bersih di lingkungan rumah tinggal. Hasil kuesioner menunjukkan rata-rata responden memberikan jawaban bahwa level fasilitas dan utilitas yang terdapat di lingkungan rumah tinggal tidak begitu penting dalam pemilihan rumah tinggal. Jika dibandingkan dengan atribut/level kualitas dan utilitas dari fasilitas & pelayanan yang terdapat di dalam lingkungan rumah tinggal dan ketersediaan air bersih. Karena level fasilitas dan utilitas yang terdapat di lingkungan rumah tinggal tidak begitu penting maka atribut tersebut tidak masuk dalam pembentukan stimuli. 3). Faktor karakteristik site rumah dengan atribut/level; Luas tanah, luas bangunan, Jumlah kamar dan biaya pemeliharaan. Dari 70 responden terdapat 47 responden yang menjawab bahwa atribut luas tanah sangat penting menurut preferensi responden dalam memilih rumah tinggal. Atribut luas bangunan juga menjadi atribut yang sangat penting bagi responden sebanyak 48 responden. Level Biaya pemeliharaan tidak masuk dalam pembentukan stimuli. 4). Faktor harga dengan level: kurang dari 300jt, antara 301 – 350jt, antara 351 - 400jt. Menurut responden rata-rata responden menginginkan harga rumah kurang dari 300 jt dan antara 301-350 jt. Dari jumlah kuesioner hanya sekitar 5% yang memilih harga rumah antara antara 351 - 400jt, sehingga level tersebut tidak masuk dalam pembentukan stimuli. 5). Faktor Uang Muka dengan level: kurang dari 20jt, antara 21-40jt dan 41-60jt. Level uang muka rumah antara 41-60jt tidak masuk dalam pembentukan stimuli. Karena dari kuesioner diperoleh hanya 4% dari responden yang menjawab penting dan sangat penting bahwa harga rumah antara 41-60jt. 6). Faktor Cara pembayaran dengan level; Tunai, Cicilan dengan bunga tetap, Cicilan bunga sesuai suku bunga yang berlaku saat ini. Berdasarkan kuesioner bahwa sebanyak 3% responden memilih

pembayaran dengan cara tunai. Dengan demikian level cara pembayaran dengan tunai tidak masuk dalam pembentukan stimuli.

Faktor-faktor yang tidak begitu penting menurut responden dalam memilih rumah tinggal adalah: 1). Faktor karakteristik fisik dan lingkungan perumahan, dengan level: kondisi jalan, adanya pedestrian, pola jalan, ketenangan di lingkungan rumah tinggal. 2). Faktor Lingkungan Sosial dengan level, pemukiman bergengsi, komposisi sosial ekonomi, etnis dan demografi penghuni lingkungan rumah tinggal. 3). Faktor Lingkungan yang nyaman dengan level; rumah tinggal terhindar dari kebisingan, bebas dari polusi, bebas dari kemacetan lalu-lintas. Berdasarkan analisis data kuesioner diatas, faktor-faktor dan level preferensi konsumen dalam memilih rumah tinggal yang akan diikuti dalam perancangan stimuli untuk analisis conjoint berikutnya adalah: Aksesibilitas (akses ke pusat kota, akses ke jalan raya utama atau angkutan umum), Fasilitas dan Pelayanan (Kualitas dan utilitas fasilitas dan pelayanan dalam rumah tinggal, ketersediaan air bersih), Karakteristik Site Rumah (Luas tanah, luas bangunan, jumlah kamar), Harga Rumah (Kurang dari 300jt, antara 301-350jt), Uang Muka Rumah (kurang dari 20jt, antara 21-40jt), Cara pembayaran Rumah (Cicilan dengan bunga Flat, Cicilan dengan bunga sesuai suku bunga saat ini).

Pembentukan stimuli ini didasarkan pada faktor-faktor dan atribut/level pada setiap faktor yang terkait yang penting dan sangat penting menurut preferensi responden. Pembatasan tersebut dilakukan penulis agar kombinasi stimuli tidak terlalu banyak. Jika kombinasi stimuli yang terbentuk terlalu banyak akan menyebabkan responden kesulitan dalam menentukan ranking pada setiap kombinasi stimuli. Faktor dan atribut/level yang telah diolah

dengan menggunakan orthogonal plan menjadi stimuli diuraikan sebagai berikut:

1. Aksesibilitas: 2 level (aksesibilitas rumah tinggal ke pusat kota dan aksesibilitas dari rumah tinggal ke jalan raya utama/angkutan umum).
2. Fasilitas dan Pelayanan; 2 level (kualitas & utilitas dari fasilitas & pelayanan yang terdapat di dalam lingkungan rumah tinggal dan ketersediaan air bersih).
3. Karakteristik site rumah: 3 level (Luas tanah, luas bangunan dan Jumlah kamar).
4. Harga rumah: 2 level (Rp.300 jt dan antara Rp. 301-350 jt).
5. Uang Muka rumah: 2 level (kurang dari Rp. 20jt, antara Rp.21-40jt).
6. Cara pembayaran: 2 level (Cicilan dengan bunga Flat, Cicilan dengan bunga sesuai suku bunga saat ini).

Berdasarkan banyaknya atribut level yang terkait pada masing-masing faktor maka banyaknya stimuli yang terbentuk adalah $2 \times 2 \times 3 \times 2 \times 2 = 96$ kombinasi stimuli. Dengan banyaknya stimuli yaitu 96 kombinasi stimuli, akan menyulitkan responden dalam memberikan ranking.

Analisa Faktor dan Level Preferensi.

Hasil kuesioner Penilaian Faktor-Faktor dan atribut/Level-level yang terkait pada setiap faktor Preferensi Pemilihan Rumah Tinggal menunjukkan bahwa faktor-faktor dan atribut/level yang penting dan sangat penting bagi responden dalam memilih rumah tinggal adalah;

1. Aksesibilitas. Level; aksesibilitas dari rumah tinggal ke pusat kota, aksesibilitas dari rumah tinggal ke jalan raya utama/angkutan umum. Menurut responden level aksesibilitas dari rumah tinggal ke sekolah dan ke tempat rekreasi tidak begitu penting dalam memilih rumah tinggal, maka kedua level ini tidak masuk dalam pegolahan untuk menentukan banyaknya stimuli.

2. Faktor Fasilitas dan Pelayanan dengan level: kualitas dan utilitas yang terdapat di lingkungan rumah tinggal, kualitas dan utilitas dari fasilitas & pelayanan yang terdapat didalam lingkungan rumah tinggal, ketersediaan air bersih di lingkungan rumah tinggal. Hasil kuesioner menunjukkan rata-rata responden memberikan jawaban bahwa level fasilitas dan utilitas yang terdapat di lingkungan rumah tinggal tidak begitu penting dalam pemilihan rumah tinggal. Jika dibandingkan dengan atribut/level kualitas dan utilitas dari fasilitas & pelayanan yang terdapat di dalam lingkungan rumah tinggal dan ketersediaan air bersih. Karena level fasilitas dan utilitas yang terdapat di lingkungan rumah tinggal tidak begitu penting maka atribut tersebut tidak masuk dalam pembentukan stimuli.
3. Faktor karakteristik site rumah dengan atribut/level; Luas tanah, luas bangunan, Jumlah kamar dan biaya pemeliharaan. Dari 70 responden terdapat 47 responden yang menjawab bahwa atribut luas tanah sangat penting menurut preferensi responden dalam memilih rumah tinggal. Atribut luas bangunan juga menjadi atribut yang sangat penting bagi responden sebanyak 48 responden. Level Biaya pemeliharaan tidak masuk dalam pembentukan stimuli.
4. Faktor harga dengan level: kurang dari 300jt, antara 301 – 350jt, dan 351 - 400jt. Menurut responden rata-rata responden menginginkan harga rumah kurang dari 300 jt dan antara 301-350 jt. Dari jumlah kuesioner hanya sekitar 5% yang memilih harga rumah antara 351 - 400jt, sehingga level tersebut tidak masuk dalam pembentukan stimuli.
5. Faktor Uang Muka dengan level: kurang dari 20jt, antara 21-40jt dan 41-60jt. Level uang muka rumah antara 41-60jt tidak masuk dalam pembentukan stimuli.

Karena dari kuesioner diperoleh hanya 4% dari responden yang menjawab penting dan sangat penting bahwa harga rumah antara 41-60jt. 6). Faktor Cara pembayaran dengan level; Tunai, Cicilan dengan bunga tetap, Cicilan bunga sesuai suku bunga yang berlaku saat ini. Berdasarkan kuesioner bahwa sebanyak 3% responden memilih pembayaran dengan cara tunai. Dengan demikian level cara pembayaran dengan tunai tidak masuk dalam pembentukan stimuli.

Faktor- faktor yang tidak begitu penting menurut responden dalam memilih rumah tinggal adalah:

1. Faktor karakteristik fisik dan lingkungan perumahan, dengan level: kondisi jalan, adanya pedestrian, pola jalan, ketenangan di lingkungan rumah tinggal.
2. Faktor Lingkungan Sosial dengan level, pemukiman bergensi, komposisi sosial ekonomi, etnis dan demografi penghuni lingkungan rumah tinggal.
3. Faktor Lingkungan yang nyaman dengan level; rumah tinggal terhindar dari kebisingan, bebas dari polusi, bebas dari kemacetan lalu-lintas.

Berdasarkan analisis data kuesioner diatas, faktor-faktor dan level preferensi konsumen dalam memilih rumah tinggal yang akan diikutkan dalam perancangan stimuli untuk analisis konjoin berikutnya adalah: Aksesibilitas (akses ke pusat kota, akses ke jalan raya utama atau angkutan umum), Fasilitas dan Pelayanan (Kualitas dan utilitas fasilitas dan pelayanan dalam rumah tinggal, ketersediaan air bersih), Karakteristik Site Rumah (Luas tanah, luas bangunan), Harga Rumah (Kurang dari 300jt, antara 301-350jt), Uang Muka Rumah (kurang dari 20jt, antara 21-40jt), Cara pembayaran Rumah (Cicilan dengan bunga Flat, Cicilan dengan bunga sesuai suku bunga saat ini).

3.4 Full Profil dan Orthogonal Plan Preferensi

Pembentukan stimuli ini didasarkan pada faktor-faktor dan atribut/level pada setiap faktor yang terkait yang penting dan sangat penting menurut preferensi responden. Pembatasan tersebut dilakukan penulis agar kombinasi stimuli tidak terlalu banyak. Jika kombinasi stimuli yang terbentuk terlalu banyak akan menyebabkan responden kesulitan dalam menentukan ranking pada setiap kombinasi stimuli. Faktor dan atribut/level yang telah diolah dengan menggunakan orthogonal plan menjadi stimuli diuraikan sebagai berikut:

Aksesibilitas dengan 2 level (aksesibilitas dari rumah tinggal ke pusat kota, aksesibilitas dari rumah tinggal ke jalan raya utama/angkutan umum.)

Faktor fasilitas dan pelayanan dengan 2 level (kualitas & utilitas dari fasilitas & pelayanan yang terdapat di dalam lingkungan rumah tinggal, ketersediaan air bersih).

Faktor karakteristik site rumah dengan 3 level (Luas tanah, luas bangunan dan Jumlah kamar).

Faktor harga rumah dengan 2 level (Rp.300 jt dan antara Rp. 301-350 jt).

Faktor Uang Muka rumah dengan 2 level (kurang dari Rp. 20jt, antara Rp.21-40jt).

Faktor cara pembayaran dengan 2 level (Cicilan dengan bunga Flat, Cicilan dengan bunga sesuai suku bunga saat ini).

Berdasarkan banyaknya atribut level yang terkait pada masing-masing faktor maka banyaknya stimuli yang terbentuk adalah $2 \times 2 \times 3 \times 2 \times 2 \times 2 = 96$ kombinasi stimuli. Dengan menggunakan SPSS IBM 21., orthogonal plas menghasilkan 16 stimuli.

```
*Generate Orthogonal Design.
SET SEED 200000.
ORTHOPLAN
/FACTORS=AKSES 'Pusat KOTA ' (1
'Pusat Kota ' 2 'Jl Raya Utama')
```

```
FASIPELA 'Dalam Ling RT' (1 'kualitas
dan utilitas dlm RT' 2 'Air bersih')
KARAKSITERT 'Luas Tanah' (1 'Luas
Tanah' 2 'Luas Bangunan' 3 'Jumlah
kamar') HARGA '< 300JT' (1 '< 300 JT'
2 '301-350JT') DP '< 20 JT' (1 '<20
JT' 2 '21-40JT') CARABAYAR 'Tunai' (1
'Cicil sesuai suku bunga' 2 'Cicil
Flat')
/OUTFILE='D:\LPPM RIAMA\LAPORAN
PENELITIAN GENAP 2014-2015 CONJOINT
ANALYSIS\preferensi conjoint.sav'.
```

Hasil Utilitas

Tabel dibawah menyajikan hasil utilitas preferensi dan tingkat kepentingan masing-masing faktor beserta level yang terkait pada masing-masing faktor dari masing-masing responden. Tebel dibawah juga menyajikan rata-rata tingkat kepentingan faktor beserta level berdasarkan isian kuesioner dari seluruh responden.

Pada penelitian ini terdapat 7 (tujuh) faktor dengan 14 (empat belas) level. Dan stimuli (card) yang terbentuk dengan orthogonal faktor adalah 8 stimuli kombinasi.

Responden nomor 1 (dengan kode 01) menganggap faktor yang lebih penting adalah Aksesibilitas Rumah Tinggal (36.18 %), Fasilitas dan Pelayanan (25.09 %), Karakteristik Site Rumah Tinggal (18.78%), Harga Rumah Tinggal (17.08%), Karakteristik Fisik RT (16.12%). Cara Bayar (8.04%), Uang Muka (6.19 %)

Tabel 4.1. OutPut Hasil Pengolahan SPSS IBM.21

CONJOINT			
Factor	Model	Level	Label
AKSES	d	2	Aksesibilitas
KARFIS	d	2	Rumah Tinggal
FASLAY	d	2	Karakteristik
KARSITRT	d	2	Fisik RT
HARGA	d	2	Fasilitas dan
UANGMUK	d	2	Pelayanan
CARBAY	d	2	Karakteristik
			Site Rumah
			Tinggal
			Harga Rumah
			Tinggal
			Uang Muka
			Cara Bayar

(Models: d= discrete, l= linier, i= ideal, ai = antideal
 <= less, >= more)
 All the factor are orthogonal.

Secara keseluruhan responden total responden menganggap Aksesibilitas rumah tinggal lebih penting (31.82%) ke jalan raya utama dengan nilai utilitas 0.1667, jika dibandingkan dengan aksesibilitas rumah tinggal ke pusat kota dengan nilai utilitas (0.1667). Urutan kedua adalah Fasilitas dan Pelayanan (25.09%). Atribut atau level Fasilitas dan Pelayanan yang lebih disukai oleh responden adalah kualitas dan utilitas di dalam rumah tinggal dengan nilai utiliti 0.7500. Urutan terpenting ketiga adalah Karakteristik Site Rumah Tinggal (18.78%). Reponden lebih menyukai karakteristik site rumah dengan atribut luas bangunan (0.6000) lebih diutamakan daripada luas tanah dengan nilai utiliti 0.2500. Urutan terpenting ke empat adalah Harga Rumah Tinggal dengan tingkat kepentingan 17.08% dan harga < 300JT dengan nilai utiliti 1.000. Harga rumah antara 301-350JT tidak disukai oleh responden, dimana nilai utilitinya adalah - 1.5000. Urutan terpenting ke lima adalah Cara Bayar (8.04%) dengan cicilan flat dimana nilai utilitinya 1.3000 lebih besar jika dibandingkan dengan nilai utiliti cicilan sesuai suku bunga sebesar -2.000. Urutan berikutnya adalah Uang Muka dengan tingkat kepentingan sebesar 6.19 % dengan utilitis atribut/ level antara 21-40Jt dengan nilai utilitie 0.500. Berdasarkan tabel dibawah dapat dilihat bahwa utiliti Uang Muka kurang dari 20Jt adalah -1.000. Dengan demikian uang muka rumah sebesar kurang dari 20 jt tidak disukai oleh responden secara keseluruhan. Karakteristik Fisik RT dengan tingkat kepentingan 5.61% dengan level/atribut Ketenangan Lingkungan dengan utiliti .3114 merupakan pilihan kesukaan yang terakhir bagi responden Pengukuran korelasi, baik secara Pearson (0.943) ataupun Kendall (0.845), menghasilkan angka yang relatif besar yaitu diatas 0.5 hal ini menunjukkan adanya hubungan yang

relatif kuat antara esimasi dan aktul atau predictive accuracy yang tinggi pada proses konjoin.

Untuk menguji signifikansi 7 (tujuh) faktor diatas dapat dilihat dari nilai signifikansi yang dihasilkan. Jika tingkat signifikansi dibawah 0.05 maka ke 7 faktor tersebut mempunyai signifikansi yang cukup kuat. Sedangkan jika hasil signifikansi diatas 0.05 maka signifikansinya tidak kuat.

Berdasarkan tabel diatas (Average Importance) pendapat responden mempunyai ketepatan akurasi dan pada uji signifikansi diketahui signifikan, maka dari analisa diatas dapat disimpulkan bahwa hubungan terpenting dari 7 faktor pada penelitian ini adalah Aksesibilitas rumah tinggal lebih penting dari pada Fasilitas dan Pelayanan, Karakteristik site rumah tinggal, Harga rumah tinggal Cara Bayar, Uang Muka, Karakteristik Fisik rumah tinggal

SIMPULAN

Berdasarkan hasil pengolahan preferensi responden dalam memilih rumah tinggal penulis memberikan simpulan sebagai berikut:

1. Hasil Konjoin orthogonal plan sitimuli yang terbentuk 16 kombinasi stimuli dan 8 kombinasi stimuli hold out.
2. Masing-masing faktor beserta atribut menjelaskan hubungan yang signifikan yaitu 0.0184 dan 0.0182
3. Korelasi antar faktor dan level sangat kuat yaitu sebesar 0.943 (Pearson) dan 0.845 (Kendall's Tau)
4. Berdasarkan analisis Konjoin priferensi responden diklasifikasikan sebagai berikut: Tingkat kepentingan Faktor Aksesibilitas Rumah Tinggal adalah sebesar 31.82% dan Nilai Utilitas level/atribut ke Jl. Raya Utama adalah 0.1667, lebih besar nilai utilitas atribut akses ke Pusat Kota. Tingkat Kepentingan Faktor

Fasilitas dan Pelayanan adalah sebesar 25.09 dan nilai utilitas level/atribut Kualitas dan Utilitas di dalam Rumah Tinggal adalah 0.7500, sementara nilai utilitas atribut air bersih adalah -1.000. Artinya bahwa atribut Air bersih tidak menjadi pilihan responden. Tingkat Kepentingan Faktor Karakteristik Site Fisik Rumah Tinggal adalah sebesar 18.78 dan nilai Utilitas atribut Luas Bangunan adalah 0.600, sementara nilai utilitas atribut luas Tanah adalah -0.2500. Artinya atribut luas bangunan merupakan preferensi responden terhadap faktor karakteristik Site Fisik Rumah Tinggal. Nilai Utilitas Harga rumah adalah sebesar 17.08. Nilai utilitas atributnya adalah 1.00 untuk harga 300jt dan -1.500 untuk harga rumah antara 301-350jt. Tingkat kepentingan faktor Cara Bayar rumah adalah sebesar 8.04 dan nilai utilitas atribut cicil dengan flat adalah sebesar 1.300. Nilai utilitas cicil sesuai suku bunga adalah -2.000, artinya bukan merupakan pilihan responden. Tingkat kepentingan faktor Uang Muka adalah sebesar 6.19 dengan nilai utilitas atribut antara 21- 40jt adalah 0.500. Atribut uang muka kurang dari 20 jt bukan pilihan responden. Tingkat Kepentingan faktor Karakteristik Fisik rumah tinggal adalah sebesar 5.61. Nilai utilitas atribut ketenangan lingkungan adalah 0.3114. Nilai utilitas Kondisi jalan dalam rumah Tinggal adalah 0.1617 lebih kecil dari nilai utilitas atribut ketenangan dalam lingkungan rumah.

SARAN

Berdasarkan simpulan penulis menyarankan pengembang perumahan PERUM III dan Graha Griya agar memperhatikan dan membuka aksesibilitas perumahan tersebut ke jalan

raya utama. Meningkatkan Kualitas dan utilitas dari fasilitas dan pelayanan yang ada di dalam rumah tinggal dan luas bangunan rumah tinggal.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Arikunto Suharsimi, 2010., "Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Terapan". Edisi Revisi, Rineke Cipta.
- [2] Fraenkel Jack & E.Wallen, Norman. 1993., "How to Design and Evaluate Research in Education, 2nd edition. New York. Mc.Graw-Hill
- [3] Hair, JF. Et al .2010, "Multivariate Data Analysis: A Global Perspective. 7th Edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- [4] Husen Umar, 2009., "Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen". JBRC
- [5] J. Paul Piter, Jerry C. 2009., "Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran" Edisi 9. Buku 2. Penerbit Airlangga.
- [6] Johnson, R.A & D.W. Wichern. 2002: "Applied Multivariate Statistical Analysis. New Jersey: Prentice Hall.
- [7] L.R. Gay, P.L. Diehl., 1992. "Research Methodes for Business Management". Macmillan Publishing Company.
- [8] Naresh. K Malhotra., 2005. " Riset Pemasaran. Pendekatan Terapan", edisi keempat jilid 1. Indeks, Jakarta.
- [9] Robert. D. Manson 2010, "Statistik untuk Bisnis & Ekonomi". Jilid 1. PT. Penerbit Airlangga.
- [10] Sarwono. 2012. " Mengenal IBM Statistics 21: Aplilikasi untuk Riset Eksperimental" Jakarta: Penerbit Elekmedia Komputindo.
- [11] Sugiyono, 2005., "Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D"

- [12] William. G. Cochran 2010.,
"Teknik Penarikan Sampel". UI
Press
- [13] Garcia, Rosanna, Paul Rummel,
and John R. Hauser (2006),
"Validating Agent-Based
Marketing Models Using
Conjoint-Analysis," forthcoming,
Journal of Business Research.
- [14] Hauser, John R., Ely Dahan,
Michael Yee, and James Orlin
(2006), "Must Have" Aspects vs.
Tradeoff Aspects in Models of
Customer Decisions,"
*Proceedings of the Sawtooth
Software Conference* in Del Ray
Beach, FL, March 29-31, 2006
- [15] Vithala Rao (2004), "Conjoint
Analysis, Related Modeling, and
Applications," *Advances in
Market Research and Modeling:
Progress and Prospects*,,
- [16] Jerry Wind and Paul Green, Eds.,
(Boston, MA: Kluwer Academic
Publishers), 141-168