

Pengaruh *Family Life Cycle* Dalam Keputusan Memilih Desain Rumah Tinggal dan Lingkungan

Denny Soeharso^a, Astrid Kusumowidagdo^b

^aPraktisi Arsitektur, Surabaya 60115, Indonesia

^bInterior Architecture Department, Universitas Ciputra, Surabaya 60129, Indonesia

Corresponding author : astrid@ciputra.ac.id

Abstract: Facing the strict competition in real estate developers, it is high time to make a serious study on customer behavior related to house and its environment design, seeing customers are complex individuals having different needs and priorities. Segmentation study on the real estate developer's object as a brand is very difficult to do, because each cluster has different product attributes of residential houses or their environment. The house residents may feel different situation for each cluster despite of living in one housing complex. The subject of this study is the respondent, in Pakuwon City Surabaya area, developed by PT. Pakuwon Jati. Determining factors of choosing residential houses and their environment are based on the study joining property valuation and survey on house buyers customers shows 55 indicators, consisting of quantitative and qualitative aspects of residential houses and their environment that then are categorized into four factors: property valuation, distance, environment and finance. This survey is conducted in two stages, explorative survey and survey with discriminant analysis and successfully proving the significant correlation between family life cycle and factors determining the choosing of houses and their environment. The first result, important variables in distinguishing families singles group with a young couple namely: the number of bedrooms, the type of house, the maximum loan, the value of the home, the level of housing density, a public facility in a residential area. Second, important variables that distinguishing families couples young couples and families with children is the smallest consisting of: the distance to the shopping center, spacious home, distance to school, a shady neighborhood, the time they reach the city center. Third, important variables that distinguishing couple families with children and elderly couples are: distance to the hospital, land, and the area open to the garden.

Keywords: Family Life Cycle, House design, Segmentation

Abstrak: Adanya persaingan yang ketat dalam perumahan yang dikelola oleh pengembang, adalah salah satu pendorong studi pada *consumer behavior, housing and environmental design*. Segmentasi pada obyek-obyek dengan *brand* tertentu untuk setiap *cluster* sulit dilakukan karena setiap *cluster* memiliki atribut tersendiri. Obyek studi adalah perumahan Pakuwon City di area Surabaya Timur. Dari studi ini ditemukan 55 indikator yang kemudian dapat dikelompokkan menjadi 4 faktor, valuasi properti, jarak, lingkungan dan keuangan. Survey ini dilaksanakan secara eksploratif dan kemudian di analisis diskriminan dan memberikan hasil bahwa siklus hidup keluarga berhubungan dengan faktor-faktor pemilihan rumah dan lingkungannya

Kata Kunci: Family Life Cycle, Desain rumah tinggal, Segmentasi

PENDAHULUAN

Seiring dengan makin banyaknya perusahaan pengembang, makin terbatas pula lahan di kota Surabaya sehingga membuat perusahaan pengembang makin kompetitif. Berbagai jenis rumah, fasilitas pendukung dan kemudahan pelayanan ditawarkan perusahaan pengembang sebagai sebuah konsep terpadu dalam usaha meraih konsumen.

Dalam proses pengambilan keputusan membeli rumah, konsumen memiliki pertimbangan yang cukup kompleks. Pembelian rumah rata-rata membutuhkan waktu yang relatif lama dalam memutuskan pembelian. Tingginya harga rumah layak juga menyebabkan rumah dapat dikatakan sebagai investasi dengan resiko tinggi. Sehingga pengambilan keputusan membeli rumah lebih banyak dilakukan oleh sekelompok orang terdekat. Keluarga sebagai lingkungan terdekat memegang peranan penting dalam pembelian barang-barang dengan resiko tinggi (Assael, 2000).

Pola belanja dalam keluarga dikemukakan oleh Wells dan Gubar (1966) dalam konsep *Family Life Cycle*. Menurut Wells dan Gubar (1966), perubahan struktur susunan keluarga melalui beberapa tahapan siklus keluarga. Pada setiap tahap siklus terjadi perubahan pendapatan, pembelian barang-barang, simpanan, dan perasaan subyektif akan posisi finansial keluarga yang pada akhirnya mempengaruhi pola belanja keluarga.

Lebih lanjut, Henry Assael (2000) memberikan

penjelasan lebih detail pada setiap tahap dengan mengemukakan terjadinya pola belanja. Pola belanja secara umum terjadi pada tahap lajang (*young singles*), tahap pasangan muda (*newly married*), tahap pasangan dengan anak (*full nest*), dan tahap pasangan lanjut usia (*empty nest*). Tahap pasangan dengan anak memiliki 2 sub tahap yaitu *full nest 1* dan *full nest 2* dimana tingkat pendapatan berubah sesuai dengan pertumbuhan anak, namun memiliki kemiripan pada pola belanja. Pada tahap pasangan lanjut usia juga memiliki 2 sub tahap yaitu *empty nest* dan *solitary survivor* dimana pasangan lanjut usia mulai ditinggalkan anak dan salah satu pasangan meninggal dunia. Pola belanja pada kedua tahap ini tetap memiliki pola belanja yang mirip.

Perilaku yang tercermin dalam konsep *family life cycle* dapat digunakan sebagai parameter analisis. Perubahan preferensi atau kebutuhan akibat perubahan struktur susunan keluarga mempengaruhi pemilihan rumah, seperti keluarga dengan jumlah anggota banyak secara alamiah memiliki kebutuhan dan keinginan akan rumah yang lebih besar (Doling, 1976). Sehingga dapat dikatakan bahwa setiap tahapan siklus keluarga memiliki kaitan yang erat pemilihan rumah dan lokasi tempat tinggal.

Selanjutnya konsep *family life cycle* oleh penulis ini dipergunakan sebagai dasar untuk melihat adanya perbedaan faktor untuk menentukan pemilihan rumah tinggal dan lingkungannya berdasarkan teori penilaian properti dan survey

konsumen pembeli rumah (Adair, et.al., 1996) dengan hasil penelitian sejumlah 44 variabel yang kemudian dikategorikan menjadi menjadi empat faktor yakni properti, jarak, lingkungan dan finansial. Untuk meneliti lebih dalam mengenai hal ini, maka dipilih salah satu kawasan yakni Pakuwon City yang dikembangkan oleh PT Pakuwon Jati, di area Surabaya Timur yang memiliki 16 *cluster*.

TINJAUAN PUSTAKA

Segmenting Targeting Positioning

Menurut Kasali (2005) definisi segmentasi adalah “*suatu proses untuk membagi-bagi atau mengelompok-kelompokkan konsumen ke dalam kotak-kotak yang lebih homogen*”. Karena pasar sifatnya sangat heterogen, maka akan sulit bagi produsen untuk melayaninya. Segmen yang dipilih oleh pemasar adalah bagian homogen yang memiliki ciri-ciri yang sama dan cocok dengan kemampuan perusahaan untuk memenuhi tuntutan nya.

Segmentasi yang paling banyak digunakan adalah berdasarkan demografis, dapat meliputi faktor umur, jenis kelamin, ukuran keluarga, siklus hidup keluarga/*Family Life Cycle* (FLC), pendapatan, pekerjaan, pendidikan, agama, ras, kebangsaan dan kelas sosial. (Engel, et.al., 2003).

Dalam segmentasi demografis, siklus hidup keluarga (*Family Life Cycle*) merupakan indikator

sensitif dalam analisis konsumen karena di dalamnya telah termasuk usia, ukuran keluarga dan pendapatan (Wells dan Gubar, 1966).

Konsep Siklus Keluarga (*Family Life Cycle/ FLC*)

Keluarga senantiasa mengalami perubahan tahapan yang berlanjut. Penelitian pemasaran tentang *Family Life Cycle* dipopulerkan oleh Wells dan Gubar (1966) serta Kapinus (2003). Beberapa tahapan tersebut adalah:

1. *Bachelor stage*, tahap lajang
2. *Newly married couples*, pasangan muda belum punya anak
3. *The full nest I*, pasangan muda dengan anak yang masih dependen
4. *The full nest II*, pasangan usia lanjut dengan anak yang masih dependen
5. *The empty nest*, pasangan usia lanjut yang telah ditinggalkan oleh anak
6. *The solitary survivors*, sendiri tanpa pasangan.

Pada penelitian tersebut tahapan-tahapan keluarga berhubungan dengan perilaku pembelian yang juga digunakan bersama dengan kronologi usia dalam analisis data. Konsep FLC Wells dan Gubar disebut sebagai konsep FLC tradisional.

Dalam perkembangannya, konsep FLC mengalami perubahan pada proporsi keluarga. Konsep FLC non-tradisional memberikan kategori pada pasangan tanpa nikah, pasangan cerai dan pasangan tanpa anak (Assael, 1995). Namun

hingga saat ini, konsep FLC tradisional masih tetap relevan dan merupakan tahapan mayoritas. Dalam kaitannya dengan pemilihan rumah tinggal dan lingkungan, tahapan segmentasi FLC dapat dikategorisasikan sebagai berikut:

1. Lajang (*young singles*)
2. Pasangan muda (*newly married*)
3. Pasangan dengan anak (*full nest*)
4. Pasangan lanjut usia (*empty nest*)

Proses Pengambilan Keputusan oleh Keluarga (*Family Decision Process*)

FLC berpengaruh dalam pengambilan keputusan dalam keluarga. Menurut Assael, 2000 dalam *Consumer Behavior and Marketing Action* terdapat 3 komponen penting, yaitu: (1) Pengambilan keputusan bersama (*joint decision making*), (2) peran anggota keluarga *role specification*, dan (3) Pemecahan konflik (*conflict resolution*).

Pengambilan keputusan (*decision making*) bersama dilakukan pada situasi tingkat resiko dalam pembelian tinggi, apabila keputusan belanja sangat penting bagi keluarga, apabila sedikit waktu sempit dan faktor demografi.

Sedangkan peranan anggota keluarga (*role specification*) dapat diperankan dalam lima posisi berikut ini, adalah sebagai pemrakarsa (*Initiator/gatekeeper*), pembawa informasi, pemberi pengaruh (*influencer*), pengambil keputusan (*decider*), pembeli (*buyer*), pemakai (*user*), pemecahan konflik (*conflict resolution*).

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Rumah Tinggal & Lingkungannya

Adair, Berry, dan McGreal (1996) telah melakukan penelitian yang menggabungkan teori penilaian properti dan fakta-fakta konsumen. Proses penelitian melalui dua tahap. Tahap pertama, analisis dengan *American and British Valuation* dan literatur ekonometrik.

Tahap kedua, analisis langsung pada perumahan dan survei kepada pembeli dan penilai. Hasilnya adalah 55 variabel, terdiri dari aspek kuantitatif dan kualitatif dari rumah tinggal dan lingkungannya yang kemudian dikategorikan menjadi empat faktor yaitu *property, distance, environmental* dan *financial*.

1. Variabel-variabel properti (*property variables*)
Variabel-variabel properti terbagi menjadi dua sub-kategori. Tujuh variabel pertama bersifat kuantitatif, yaitu ukuran rumah, jumlah ruang bersama, jumlah kamar tidur, jumlah kamar mandi/wc, garasi untuk satu, dua mobil, atau lebih, dan ukuran kavling. Variabel tersebut sebagai data utama yang secara rutin diukur dan dinilai baik secara manual maupun komputerisasi. Variabel lainnya bersifat kualitatif seringkali diabaikan dan secara subyektif dapat digantikan.
2. Variabel-variabel jarak (*Distance variables*)
Variabel-variabel jarak tempuh dari rumah tinggal bersifat kuantitatif. Pengukuran berdasarkan *simple linear distance* dan waktu.

3. Variabel-variabel lingkungan (*Environmental variables*). Analisis karakteristik lingkungan berdasarkan pertimbangan fisik dan sosial. Empat variabel awal, yaitu kondisi lingkungan sekitar, daya tarik lingkungan, kualitas perumahan dan tipe rumah-rumah tetangga berhubungan dengan pengukuran kualitatif.

Karakteristik sosial dengan tingkat pekerjaan, tingkat pendidikan dan tingkat pendapatan masyarakat sekitar, sedangkan keamanan, kualitas sekolah dan komposisi agama memiliki efek lingkungan yang lebih luas.

4. Variabel-variabel finansial (*financial variables*)
Variabel-variabel finansial mencerminkan ekonomi makro dan keadaan pasar. Variabel-variabel ini memiliki dampak yang besar terhadap kebutuhan rumah.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini terbagi dalam dua tahap: tahap pertama, penelitian eksplorasi; tahap kedua, penelitian menggunakan analisis diskriminan. Tahap pertama, Penelitian eksplorasi (*exploratory research design*) ini dilakukan untuk mengetahui atribut yang berhubungan dengan preferensi konsumen.

Penggalian atau identifikasi terhadap atribut yang muncul dilakukan melalui wawancara. Atribut yang dihasilkan selanjutnya akan digunakan untuk penelitian tahap kedua dengan menggunakan analisis diskriminan.

Identifikasi variable

Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa variabel tergantung dan variabel bebas.

1. Variabel tergantung

Dalam penelitian ini, tahapan FLC yang telah dipaparkan Wells dan Gubar akan dipakai dan dimodifikasi dalam kelompok sebagai berikut:

1. Lajang (*bachelor stage*)
2. Pasangan muda (*newly married couples*)
3. Pasangan dengan anak (*the full nest*)
4. Pasangan lanjut usia (*the empty nest*)

2. Variabel bebas

Variabel pemilihan rumah tinggal dalam penelitian ini dinyatakan sebagai variabel bebas. Variabel pemilihan rumah tinggal berdasarkan penilaian properti rumah tinggal (*valuation of residential property*), yaitu: *property*, *distance*, *environmental* dan *financial*.

$X_1 = \textit{property}$

$X_2 = \textit{distance}$

$X_3 = \textit{environmental}$

$X_4 = \textit{financial}$

Melalui penelitian eksploratori ternyata tidak seluruh penilaian residensial properti digunakan. Preferensi konsumen terhadap atribut produk rumah tinggal dan lingkungan terdiri dari 4 atribut utama, yaitu: *property*, *distance*, *environmental* dan *financial* dengan 23 atribut level, seperti ditunjukkan pada tabel berikut :

Tabel 1. Atribut dan Atribut Level Faktor-Faktor Pemilihan Rumah Tinggal dan Lingkungannya

ATRIBUT	ATRIBUT LEVELS
<i>Property</i>	X1.1 Luas bangunan
	X1.2 Luas lahan / kavling
	X1.3 Tipe rumah
	X1.4 Jumlah kamar tidur
	X1.5 Garasi
	X1.6 Halaman
	X1.7 Perbaikan yang dibutuhkan
<i>Distance</i>	X2.1 Jarak ke tempat bekerja
	X2.2 Jarak ke sekolah
	X2.3 Jarak ke rumah sakit
	X2.4 Jarak ke toko terdekat
	X2.5 Jarak ke pusat perbelanjaan
	X2.6 Dekat dengan rute angkutan umum
	X2.7 Waktu untuk mencapai pusat kota
<i>Environmental</i>	X3.1 Tingkat kepadatan perumahan
	X3.2 Tataan lingkungan yang asri
	X3.3 Adanya area terbuka untuk taman
	X3.4 Tingkat kebisingan suara
	X3.5 Fasilitas umum di perumahan
	X3.6 Jaminan keamanan
<i>Financial</i>	X4.1 Maksimum pinjaman
	X4.2 Angsuran maksimum per-bulan
	X4.3 Nilai rumah

Sumber: Olahan pribadi/ teori dan proses *focus group*

Definisi Operasional

Respon terhadap item-item variable di bawa ini tersebut menggunakan skala 5 poin (1-2-3-4-5), dimana point 1 menunjukkan repon “sangat tidak setuju” dan poin 5 menunjukkan respon “sangat setuju”.

Variabel-variabel itu antara lain:

1. Variabel properti

Variabel properti didefinisikan sebagai penilaian fisik bangunan rumah tinggal yang me-

liputi luas bangunan, luas lahan / kavling, tipe rumah, jumlah kamar tidur, garasi, halaman dan perbaikan yang dibutuhkan.

2. Variabel Jarak

Variabel jarak didefinisikan sebagai kedekatan dari rumah tinggal antara lain jarak ke tempat bekerja jarak ke sekolah, jarak ke rumah sakit, jarak ke toko terdekat, jarak ke pusat perbelanjaan, dekat dengan rute angkutan umum, waktu untuk mencapai pusat kota

3. Variabel Lingkungan

Variabel lingkungan didefinisikan sebagai kondisi sekitar perumahan antara lain faktor tingkat kepadatan perumahan, lingkungan yang asri, adanya area terbuka untuk taman tingkat kebisingan suara, fasilitas umum di perumahan, jaminan keamanan

4. Variabel finansial

Variabel finansial didefinisikan terhadap pentingnya fakta finansial dalam pemilihan rumah, antara lain maksimum pinjaman, angsuran maksimum per bulan, nilai rumah.

Sampel dan Data

Sampel penelitian ini adalah pembeli yang telah menghuni rumah tinggal di kawasan perumahan Laguna Indah. Pemilihan responden berdasarkan pertimbangan bahwa mereka telah melakukan pengambilan keputusan dalam memilih rumah tinggal. Pengambilan keputusan dianggap mewakili keputusan seluruh anggota keluarga sesuai dengan keinginan dan kebutuhan. Penelitian ini akan menggunakan metode *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling (judgment sampling)* (Cooper dan Schindler, 2001). Pada penelitian ini segmentasi telah ditentukan di awal, sehingga masing-masing kelompok telah terbagi berdasarkan tahapan FLC. Kuesioner dibagikan kepada pembeli rumah tinggal, sementara karakteristik masing-masing kelompok seperti pada lajang, pasangan muda, pasangan dengan anak, dan pasangan usia lanjut dibedakan melalui pertanyaan tentang status di awal kuesioner. Ukuran sampel ditentukan

untuk setiap kelompok adalah 50, sehingga total responden yang diperoleh sebanyak 200.

Prosedur Pengumpulan Data

Alat pengumpulan data dibuat dalam bentuk kuesioner. Kuesioner berisikan pertanyaan-pertanyaan yang berkenaan dengan *property*, *distance*, *environmental*, dan *financial* pada kelompok FLC. Pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner disajikan terstruktur (alternatif jawaban tersedia). Data yang dihasilkan kuesioner adalah data ordinal. Kuesioner akan diberikan langsung kepada responden dan diminta untuk menjawab pertanyaan sesuai kondisi yang ada. Untuk membedakan setiap kelompok maka pada awal kuesioner diberikan pertanyaan tentang status dalam keluarga, yaitu lajang, pasangan muda, pasangan dengan anak, dan pasangan lanjut usia.

Teknik Analisis

Untuk mengetahui variabel yang menjadi pembeda pada pemilihan rumah tinggal berdasarkan FLC digunakan analisis multiple diskriminan. Analisis diskriminan merupakan teknik untuk menganalisis data dimana variabel tergantung berupa data kategorikal, sedangkan variabel bebas merupakan data interval atau rasio (Malhotra, 1999 : 561). Model analisis ini dirumuskan sebagai berikut :

$$D = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \dots + b_kX_k$$

Dimana :

D = Skor diskriminan (kelompok FLC yang akan diteliti terdiri dari lajang, pasangan muda, pasangan dengan anak dan pasangan lanjut usia)

b = Koefisien diskriminan
X = Variabel pemilihan rumah tinggal yang akan menjadi pembeda (properti, jarak, lingkungan, dan finansial)

SUBYEK DAN OBYEK PENELITIAN

Obyek penelitian adalah faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan rumah tinggal dan lingkungannya, dalam hal ini adalah properti, jarak, lingkungan, dan finansial. Subyek penelitian adalah obyek penelitian melekat dalam hal ini, adalah kelompok-kelompok penghuni di kawasan Surabaya Timur.

Faktor-faktor yang menentukan pemilihan desain rumah tinggal dan lingkungannya berdasarkan penelitian yang menggabungkan teori penilaian properti dan survey konsumen pembeli rumah (Adair, et. Al., 1996). Hasil penelitian sejumlah 55 variabel terdiri dari aspek kualitatif dan kuantitatif dari desain rumah tinggal dan lingkungannya, yang kemudian dikategorikan menjadi properti, jarak, lingkungan dan finansial.

Kelompok berdasarkan *family life cycle*, merupakan penghuni perumahan Laguna Indah. Terletak di kawasan Surabaya Timur yang memiliki banyak cluster dengan produk yang berbeda-beda dengan fasilitas yang berbeda pula, sehingga harga yang ditawarkan memiliki variasi yang cukup berbeda. Jumlah kuesioner yang terkumpul pada

akhir periode pengumpulan data ditentukan berimbang untuk masing-masing kelompok; 50 untuk kelompok lajang, 50 kelompok pasangan muda, 50 untuk pasangan dengan anak dan 50 untuk kelompok pasangan lanjut usia. Seluruh kuesioner yang dianalisa adalah memiliki kelengkapan jawaban evaluasi.

Pada saat pembagian kuesioner diadakan wawancara singkat dengan beberapa penghuni mengenai pengalaman mereka selama menghuni, serta kebutuhan dan keinginan akan rumah tinggal dan lingkungan yang sesuai.

Analisa Data

Data primer dikumpulkan melalui kuesioner yang disebar untuk memperoleh pendapat responden yang berkaitan dengan pertanyaan-pertanyaan yang ada dalam kuesioner. Setelah data terkumpul, selanjutnya dilakukan proses penyaringan data untuk kebutuhan analisis, dimana data yang diperoleh diseleksi, apakah ada yang menunjukkan kesalahan pengisian dan ketidak konsistenan dalam menjawab.

Berdasarkan kuesioner yang telah diisi oleh para responden sebanyak 200 penghuni rumah tinggal di kawasan perumahan Laguna Indah yang terdiri dari masing-masing kelompok yaitu lajang, pasangan muda, pasangan dengan anak, dan pasangan usia lanjut yang dibedakan melalui pertanyaan tentang status di awal kuesioner untuk setiap kelompok adalah 50.

Karakteristik Responden

Dari hasil penyebaran kuesioner kepada responden maka diperoleh serangkaian data umum tentang identitas responden, yang meliputi status keluarga, tingkat pendidikan, status pekerjaan, dan keputusan dalam membeli rumah.

Table 1 merupakan tabulasi dari data-data karakteristik secara detail pada paparan karakteristik umum responden.

Tabel 1 menjelaskan distribusi responden menurut pendidikan terakhir dimana untuk

sekolah dasar sebanyak 12 orang (6%), sekolah lanjutan tingkat pertama sebanyak 16 orang (8%), sekolah lanjutan tingkat atas sebanyak 51 orang (35,50%), Diploma sebanyak 53 orang (26,50) dan sarjana Sarjana S1 / S2 / S3 sebanyak 68 orang (34%).

Berdasarkan Tabel 2, menjelaskan bahwa untuk distribusi responden menurut pekerjaan dimana untuk pelajar/mahasiswa sebanyak 10 orang (5%), Pegawai Negeri sebanyak 51 orang (25,50%), Pegawai swasta sebanyak 61 orang (30,50%), wiraswasta sebanyak 55 orang (27,50) dan lainnya sebanyak 23 orang (11,50%).

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Pendidikan terakhir	Frekuensi	Persentase
1	Sekolah Dasar / sederajat	12	6,00
2	SLTP / sederajat	16	8,00
3	SLTA / sederajat	51	25,50
4	Diploma / sederajat	53	26,50
5	Sarjana S1 / S2 / S3	68	34,00
	Total	200	100,00

Sumber: data pengolahan penelitian

Tabel 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
1	Pelajar / mahasiswa	10	5,00
2	Pegawai Negeri	51	25,50
3	Pegawai swasta	61	30,50
4	Wiraswasta	55	27,50
5	Lainnya	23	11,50
	Jumlah	200	100,00

Sumber: data pengolahan penelitian

Tabel 3 menjelaskan bahwa kelompok lajang dengan penentu keputusan oleh diri sendiri sebanyak 36 responden dan penentu keputusan oleh orang tua sebanyak 14 responden.

Kelompok pasangan muda dengan penentu keputusan oleh orang tua sebanyak 13 responden, penentu keputusan oleh suami dominan sebanyak 8 responden, penentu keputusan oleh istri dominan sebanyak 5 responden, dan penentu keputusan oleh suami istri sebanyak 24 responden.

Untuk kelompok pasangan anak dengan penentu keputusan oleh orang tua sebanyak 4 responden, penentu keputusan oleh suami dominan sebanyak 17 responden, penentu keputusan oleh istri dominan sebanyak 14 responden, penentu keputusan oleh suami istri sebanyak 12 responden, dan penentu keputusan oleh anak sebanyak 3 responden.

Pada kelompok pasangan lanjut usia dengan penentu keputusan oleh suami dominan sebanyak 12 responden, penentu keputusan oleh istri dominan sebanyak 13 responden, penentu keputusan oleh suami & istri sebanyak 10 responden, dan penentu keputusan oleh anak sebanyak 15 responden.

Deskripsi Responden

Data yang diperoleh dengan menyebarkan kuesioner menggunakan skala jawaban antara 1 sampai 5. Dimana untuk angka 1 menunjukkan bahwa tanggapan sangat tidak setuju dari responden, sedangkan angka 5 menunjukkan tanggapan sangat setuju dari responden.

Berdasarkan kuesioner yang telah diisi oleh para responden sebanyak 200, penghuni rumah tinggal di kawasan perumahan Laguna Indah Surabaya maka hasil pengukuran tentang properti, jarak, lingkungan, dan finansial dapat dilihat pada tabel 4 dan 5.

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Penentu Keputusan Dalam Membeli Rumah

Penentu Keputusan	Lajang muda	Pasangan anak	Pasangan lanjut usia	Pasangan	Total
Diri Sendiri	35	0	0	0	35
Orang Tua	15	11	5	1	32
Suami dominan	0	17	11	4	32
Istri dominan	0	16	14	3	33
Suami & Istri	0	6	17	33	56
Anak	0	0	3	9	12
Total	50	50	50	50	200

Sumber: data pengolahan penelitian

Dari Tabel 4 dapat diketahui bahwa pernyataan umum tentang seluruh kategori properti adalah penting. Tanggapan responden pada pernyataan luas lahan/kavling mempunyai nilai rata-rata paling tinggi sebesar 3,870.

Dari Tabel 5 dapat diketahui bahwa pernyataan umum tentang seluruh kategori jarak adalah penting. Tanggapan responden pada pernyataan jarak ke sekolah mempunyai nilai rata-rata paling tinggi yaitu sebesar 3,935.

Tabel 4. Deskripsi Responden Tentang Properti

Pernyataan	Skor					Total	Mean
	1	2	3	4	5		
Luas Rumah	4	16	61	95	24	719	3,595
Luas lahan / Kavling	4	18	23	110	45	774	3,870
Tipe Rumah	1	18	37	105	39	763	3,815
Jumlah Kamar Tidur	3	15	40	106	36	757	3,785
Garasi	0	16	37	120	27	758	3,790
Halaman	0	17	54	112	17	729	3,645
Perbaikan yang dibutuhkan	2	24	64	85	25	707	3,535
Total	14	124	316	733	213	5207	3,719

Sumber: data pengolahan penelitian

Tabel 5. Deskripsi Responden Tentang Jarak

Pernyataan	Skor					Total	Mean
	1	2	3	4	5		
Jarak ke tempat bekerja	2	31	37	67	63	758	3,790
Jarak ke sekolah	1	21	30	86	62	787	3,935
Jarak ke rumah sakit	1	22	58	75	44	739	3,695
Jarak ke toko terdekat	0	22	41	92	45	760	3,800
Jarak ke pusat perbelanjaan	3	31	60	79	27	696	3,480
Dekat dengan rute angkutan umum	4	19	34	104	39	755	3,775
Waktu mencapai pusat kota	1	20	39	95	45	763	3,815
Total	12	166	299	598	325	5258	3,756

Sumber: data pengolahan penelitian

Pada Tabel 6 dapat diketahui bahwa pernyataan umum tentang seluruh kategori lingkungan adalah penting. Tanggapan responden pada pernyataan fasilitas umum di area perumahan mempunyai nilai rata-rata paling tinggi sebesar 3,990.

Dari Tabel 7 dapat diketahui bahwa pernyataan umum tentang seluruh kategori finansial adalah penting. Tanggapan responden pada pernyataan angsuran maksimum per bulan memiliki

nilai rata-rata tertinggi yaitu sebesar 3,655.

Hubungan Karakteristik Responden dengan Faktor-faktor Pemilihan Rumah Tinggal dan Lingkungannya

Pada data responden melalui proses *cross tabulation* dapat diketahui hubungan karakteristik responden dengan faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan rumah tinggal dan lingkungannya.

Tabel 6. Deskripsi Responden Tentang lingkungan

Pernyataan	Skor					Total	Mean
	1	2	3	4	5		
Tingkat kepadatan perumahan	1	13	32	101	53	792	3,960
Lingkungan yang teduh	4	26	49	90	31	718	3,590
Adanya area terbuka untuk taman	3	17	32	95	53	778	3,890
Tingkat ketenangan lingkungan	0	26	39	108	27	736	3,680
Fasilitas umum di area perumahan	1	18	25	94	62	798	3,990
Jaminan keamanan	0	20	22	99	59	797	3,985
Total	9	120	199	587	285	4619	3,849

Sumber: data pengolahan penelitian

Tabel 7. Deskripsi Responden Tentang Finansial

Pernyataan	Skor					Total	Mean
	1	2	3	4	5		
Maksimum pinjaman	6	33	57	67	37	696	3,480
Angsuran maksimum per bulan	5	33	38	74	50	731	3,655
Nilai rumah	5	29	59	75	32	700	3,500
Total	16	95	154	216	119	2127	3,545

Sumber: data pengolahan penelitian

Berdasarkan Tabel 8, tanggapan responden tentang properti berdasarkan pendidikan adalah penting. Responden dengan pendidikan SD menjawab nilai tertinggi yaitu skor 4 sebanyak 5 responden. Responden dengan pendidikan SMP menjawab nilai tertinggi yaitu skor 4 sebanyak 7 responden. Responden dengan pendidikan SMA menjawab nilai tertinggi yaitu skor 4 sebanyak 29. Responden dengan pendidikan diploma menjawab nilai tertinggi yaitu skor 4 sebanyak 35. Responden dengan pendidikan S1 sampai S3 menjawab nilai tertinggi yaitu skor 4 sebanyak 51 responden.

Dari Tabel 9 dapat dilihat bahwa tanggapan responden tentang properti berdasarkan

pekerjaan adalah penting. Responden dengan pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa yang menjawab dengan nilai tertinggi yaitu skor 4 sebanyak 5 responden.

Responden dengan pekerjaan sebagai pegawai negeri menjawab nilai tertinggi yaitu skor 4 sebanyak 27 responden. Responden dengan pekerjaan sebagai pegawai swasta menjawab nilai tertinggi yaitu skor 4 sebanyak 43 responden. Responden dengan pekerjaan sebagai wiraswasta menjawab nilai tertinggi yaitu skor 4 sebanyak 40 responden, sedangkan responden untuk lain-lain menjawab dengan nilai tertinggi yaitu skor 4 sebanyak 51 responden.

Tabel 8 Deskripsi Properti Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan	Properti					Total
	1	2	3	4	5	
SD	0	0	3	5	4	12
SMP	0	0	4	7	5	16
SMA	0	0	8	29	14	51
Diploma	0	0	9	35	9	53
S1-S3	0	1	13	51	3	68
Jumlah	0	1	37	127	35	200

Sumber: data pengolahan penelitian

Tabel 9 Deskripsi Properti Berdasarkan Pekerjaan

Pendidikan	Properti					Total
	1	2	3	4	5	
Pelajar / mahasiswa	0	0	3	5	2	10
Pegawai Negeri	0	0	9	27	15	51
Pegawai swasta	0	0	8	43	10	61
Wiraswasta	0	0	9	40	6	55
Lainnya	0	1	8	12	2	23
Jumlah	0	1	37	127	35	200

Sumber: data pengolahan penelitian

Berdasarkan tabel 10 tanggapan responden tentang properti berdasarkan status keluarga adalah penting. Untuk lajang yang menjawab dengan nilai tertinggi yaitu skor 4 sebanyak 30 responden. Untuk pasangan muda dengan nilai tertinggi yaitu skor 4 sebanyak 27 responden. Untuk pasangan dengan anak dengan nilai tertinggi yaitu skor 4 sebanyak 35 responden. Untuk pasangan lanjut usia dengan nilai tertinggi yaitu skor 4 sebanyak 36 responden.

Berdasarkan Tabel 11, tanggapan responden tentang properti berdasarkan penentu keputusan dalam membeli rumah adalah penting. Penentu

keputusan diri sendiri yang menjawab dengan nilai tertinggi yaitu skor 4 sebanyak 5 responden. Penentu keputusan orang tua dengan nilai tertinggi yaitu skor 3 sebanyak 9 responden.

Penentu keputusan suami dominan dengan nilai tertinggi yaitu skor 4 sebanyak 20 responden. Penentu keputusan istri dominan dengan nilai tertinggi yaitu skor 4 sebanyak 23 responden. Penentu keputusan suami istri dengan nilai tertinggi yaitu skor 4 sebanyak 23 responden, sedangkan penentu keputusan anak dengan nilai tertinggi yaitu skor 4 sebanyak 23 responden.

Tabel 10. Deskripsi Properti Berdasarkan Status Keluarga

Pendidikan	Properti					Total
	1	2	3	4	5	
Lajang	0	0	8	30	12	50
Pasangan muda	0	1	9	26	14	50
Pasangan dengan anak	0	0	9	35	6	50
Pasangan lanjut usia	0	0	11	36	3	50
Jumlah	0	1	37	127	35	200

Sumber: data pengolahan penelitian

Tabel 11. Deskripsi Properti Berdasarkan Penentu Keputusan Dalam Pembelian Rumah

Pendidikan	Properti					Total
	1	2	3	4	5	
Diri sendiri	0	0	8	11	6	25
Orang tua	0	1	9	7	7	24
Suami	0	0	9	20	4	33
Istri	0	0	11	23	7	41
Suami & istri	0	0	0	57	8	65
Anak	0	0	0	9	3	12
Jumlah	0	1	37	127	35	200

Sumber: data pengolahan penelitian

Berdasarkan Tabel 12, tanggapan responden tentang jarak berdasarkan pendidikan adalah penting. Responden dengan pendidikan SD yang menjawab dengan nilai tertinggi yaitu skor 4 sebanyak 5 responden. Responden dengan pendidikan SMP dengan nilai tertinggi yaitu skor 4 sebanyak 7 responden. Responden dengan pendidikan SMA yang menjawab dengan nilai tertinggi yaitu skor 4 sebanyak 20 responden. Responden dengan pendidikan diploma yang menjawab dengan nilai tertinggi yaitu skor 4 sebanyak 28 responden, sedangkan responden dengan pendidikan S1 sampai S3 yang menjawab dengan nilai tertinggi yaitu skor 4 sebanyak 28 responden.

Berdasarkan Tabel 13, tanggapan responden tentang jarak berdasarkan pekerjaan adalah penting. Responden dengan pekerjaan sebagai pelajar/ mahasiswa yang menjawab dengan nilai tertinggi yaitu skor 4 sebanyak 6 responden. Responden dengan pekerjaan sebagai pegawai negeri menjawab nilai tertinggi yaitu skor 4 sebanyak 27 responden. Responden dengan pekerjaan sebagai pegawai swasta menjawab nilai tertinggi yaitu skor 5 sebanyak 35 responden. Responden dengan pekerjaan sebagai wiraswasta menjawab nilai tertinggi yaitu skor 4 sebanyak 29 responden, sedangkan responden untuk lain-lain menjawab dengan nilai tertinggi yaitu skor 4 sebanyak 12 responden.

Tabel 12. Deskripsi Jarak Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan	Properti					Total
	1	2	3	4	5	
SD	0	0	3	5	4	12
SMP	0	0	4	7	5	16
SMA	0	0	13	20	18	51
Diploma	0	1	9	28	15	53
S1-S3	0	5	16	28	19	68
Jumlah	0	6	45	88	61	200

Sumber: data pengolahan penelitian

Tabel 13. Deskripsi Jarak Berdasarkan Pekerjaan

Pendidikan	Properti					Total
	1	2	3	4	5	
Pelajar / mahasiswa	0	0	2	6	2	10
Pegawai Negeri	0	1	8	27	15	51
Pegawai swasta	0	2	10	14	35	61
Wiraswasta	0	2	17	29	7	55
Lainnya	0	1	8	12	2	23
Jumlah	0	6	45	88	61	200

Sumber: data pengolahan penelitian

Berdasarkan Tabel 14, tanggapan responden tentang jarak berdasarkan status keluarga adalah penting. Untuk lajang yang menjawab dengan nilai tertinggi yaitu skor 5 sebanyak 19 responden. Untuk pasangan muda dengan nilai tertinggi yaitu skor 5 sebanyak 19 responden. Untuk pasangan dengan anak dengan nilai tertinggi yaitu skor 4 sebanyak 19 responden. Untuk pasangan lanjut usia dengan nilai tertinggi yaitu skor 4 sebanyak 24 responden.

Berdasarkan Tabel 15, tanggapan responden tentang jarak berdasarkan keputusan dalam

pembelian rumah adalah penting. Keputusan dalam membeli rumah oleh diri sendiri yang menjawab dengan nilai tertinggi yaitu skor 4 sebanyak 11 responden. Keputusan oleh orang tua dengan nilai tertinggi yaitu skor 3 sebanyak 9. Keputusan oleh suami dengan nilai tertinggi yaitu skor 5 sebanyak 12.

Keputusan oleh istri dengan nilai tertinggi yaitu skor 4 sebanyak 19. Keputusan oleh suami istri dengan nilai tertinggi yaitu skor 4 sebanyak 34. Sedangkan keputusan oleh anak dengan nilai tertinggi yaitu skor 4 sebanyak 7 responden.

Tabel 14. Deskripsi Jarak Berdasarkan Status Keluarga

Pendidikan	Properti					Total
	1	2	3	4	5	
Lajang	0	1	5	31	13	50
Pasangan muda	0	0	14	17	19	50
Pasangan dengan anak	0	2	13	16	19	50
Pasangan lanjut usia	0	3	13	24	10	50
Jumlah	0	6	45	88	61	200

Sumber: data pengolahan penelitian

Tabel 15. Deskripsi Jarak Berdasarkan Penentu Keputusan Dalam Pembelian Rumah

Pendidikan	Properti					Total
	1	2	3	4	5	
Diri sendiri	0	0	10	11	4	25
Orang tua	0	1	9	7	7	24
Suami	0	2	9	10	12	33
Istri	0	0	11	19	11	41
Suami & istri	0	3	4	34	24	65
Anak	0	0	2	7	3	12
Jumlah	0	6	45	88	61	200

Sumber: data pengolahan penelitian

Berdasarkan Tabel 16, tanggapan responden tentang lingkungan berdasarkan pendidikan adalah penting. Responden dengan pendidikan SD yang menjawab dengan nilai tertinggi yaitu skor 3 sebanyak 6 responden. Responden dengan pendidikan SMP dengan nilai tertinggi yaitu skor 5 sebanyak 7 responden. Responden dengan pendidikan SMA yang menjawab dengan nilai tertinggi yaitu skor 4 sebanyak 29 responden. Responden dengan pendidikan diploma yang menjawab dengan nilai tertinggi yaitu skor 4 sebanyak 25 responden, sedangkan responden dengan pendidikan S1 sampai S3 yang menjawab dengan nilai tertinggi yaitu skor 4 sebanyak 38 responden.

Berdasarkan Tabel 17, tanggapan responden tentang lingkungan berdasarkan pekerjaan adalah penting. Responden dengan pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa menjawab dengan nilai tertinggi yaitu skor 3-5 sebanyak 3 responden. Responden dengan pekerjaan sebagai pegawai negeri menjawab nilai tertinggi yaitu skor 4 sebanyak 21 responden. Responden dengan pekerjaan sebagai pegawai swasta menjawab nilai tertinggi yaitu skor 5 sebanyak 33 responden. Responden dengan pekerjaan sebagai wiraswasta menjawab nilai tertinggi yaitu skor 4 sebanyak 36 responden, sedangkan responden untuk lain-lain menjawab dengan nilai tertinggi yaitu skor 4 sebanyak 15 responden.

Tabel 16. Deskripsi Lingkungan Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan	Properti					Total
	1	2	3	4	5	
SD	0	0	6	2	4	12
SMP	0	0	4	5	7	16
SMA	1	0	3	29	18	51
Diploma	0	1	14	25	13	53
S1-S3	0	4	6	38	20	68
Jumlah	1	5	33	99	62	200

Sumber: data pengolahan penelitian

Tabel 17. Deskripsi Lingkungan Berdasarkan Pekerjaan

Pendidikan	Properti					Total
	1	2	3	4	5	
Pelajar / mahasiswa	0	1	3	3	3	10
Pegawai Negeri	0	1	12	21	17	51
Pegawai swasta	1	1	2	24	33	61
Wiraswasta	0	1	12	36	6	55
Lainnya	0	1	4	15	3	23
Jumlah	1	5	33	99	62	200

Sumber: data pengolahan penelitian

Berdasarkan Tabel 18, tanggapan responden tentang lingkungan berdasarkan status keluarga adalah penting. Untuk lajang yang menjawab dengan nilai tertinggi yaitu skor 4 dan 5 sebanyak 20 responden. Untuk pasangan muda dengan nilai tertinggi yaitu skor 5 sebanyak 23 responden. Untuk pasangan dengan anak dengan nilai tertinggi yaitu skor 4 sebanyak 32 responden. Untuk pasangan lanjut usia dengan nilai tertinggi yaitu skor 4 sebanyak 26 responden.

Berdasarkan Tabel 19, tanggapan responden tentang lingkungan berdasarkan keputusan

dalam pembelian rumah adalah penting. Keputusan dalam membeli rumah oleh diri sendiri yang menjawab dengan nilai tertinggi yaitu skor 4 sebanyak 15 responden. Keputusan oleh orang tua dengan nilai tertinggi yaitu skor 4 sebanyak 14 responden. Keputusan oleh suami dengan nilai tertinggi yaitu skor 4 sebanyak 17 responden. Keputusan oleh istri dengan nilai tertinggi yaitu skor 4 sebanyak 22 responden. Keputusan oleh suami istri dengan nilai tertinggi yaitu skor 4 sebanyak 25. Sedangkan keputusan oleh anak dengan nilai tertinggi yaitu skor 4 sebanyak 6 responden.

Tabel 18. Deskripsi Lingkungan Berdasarkan Status Keluarga

Status Keluarga	Lingkungan					Total
	1	2	3	4	5	
Lajang	0	1	9	20	20	50
Pasangan muda	0	1	5	21	23	50
Pasangan dengan anak	1	2	12	32	3	50
Pasangan lanjut usia	0	1	7	26	16	50
Jumlah	1	5	33	99	62	200

Sumber: data pengolahan penelitian

Tabel 19. Deskripsi Lingkungan Berdasarkan Penentu Keputusan Dalam Pembelian Rumah

Status Keluarga	Lingkungan					Total
	1	2	3	4	5	
Diri sendiri	0	0	0	15	10	25
Orang tua	0	2	2	14	6	24
Suami	1	2	6	17	7	33
Istri	0	0	8	22	11	41
Suami & istri	0	1	15	25	24	65
Anak	0	0	2	6	4	12
Jumlah	1	5	33	99	62	200

Sumber: data pengolahan penelitian

Berdasarkan Tabel 20, tanggapan responden tentang finansial berdasarkan pendidikan adalah cukup. Responden dengan pendidikan SD yang menjawab dengan nilai tertinggi yaitu skor 5 sebanyak 4 responden. Responden dengan pendidikan SMP dengan nilai tertinggi yaitu skor 5 sebanyak 6 responden. Responden dengan pendidikan SMA yang menjawab dengan nilai tertinggi yaitu skor 3 sebanyak 23 responden. Responden dengan pendidikan diploma yang menjawab dengan nilai tertinggi yaitu skor 4 dan 5 sebanyak 21 responden, sedangkan

responden dengan pendidikan S1 sampai S3 yang menjawab dengan nilai tertinggi yaitu skor 3 sebanyak 35 responden.

Berdasarkan Tabel 21, tanggapan responden tentang finansial berdasarkan pekerjaan adalah cukup. Responden dengan pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa menjawab dengan nilai tertinggi yaitu skor 4 sebanyak 5 responden. Responden dengan pekerjaan sebagai pegawai negeri menjawab nilai tertinggi yaitu skor 5 sebanyak 25 responden.

Tabel 20. Deskripsi Finansial Berdasarkan Pendidikan

Status Keluarga	Lingkungan					Total
	1	2	3	4	5	
SD	0	2	3	3	4	12
SMP	0	1	5	4	6	16
SMA	1	6	23	2	19	51
Diploma	2	7	2	21	21	53
S1-S3	1	5	35	17	10	68
Jumlah	4	21	68	47	60	200

Sumber: data pengolahan penelitian

Tabel 21 Deskripsi Finansial Berdasarkan Pekerjaan

Status Keluarga	Lingkungan					Total
	1	2	3	4	5	
Pelajar / mahasiswa	0	0	3	5	2	10
Pegawai Negeri	1	2	21	2	25	51
Pegawai swasta	1	6	8	25	21	61
Wiraswasta	2	10	19	14	10	55
Lainnya	0	3	17	1	2	23
Jumlah	4	21	68	47	60	200

Sumber: data pengolahan penelitian

Responden dengan pekerjaan sebagai pegawai swasta menjawab nilai tertinggi yaitu skor 4 sebanyak 25 responden. Responden dengan pekerjaan sebagai wiraswasta menjawab nilai tertinggi yaitu skor 3 sebanyak 19 responden, sedangkan responden untuk lain-lain menjawab dengan nilai tertinggi yaitu skor 3 sebanyak 17 responden.

Berdasarkan Tabel 22, tanggapan responden tentang finansial berdasarkan status keluarga adalah cukup. Untuk lajang yang menjawab dengan nilai tertinggi yaitu skor 4 sebanyak 22

responden. Untuk pasangan muda dengan nilai tertinggi yaitu skor 3 sebanyak 23 responden. Untuk pasangan dengan anak dengan nilai tertinggi yaitu skor 3 sebanyak 21 responden. Untuk pasangan lanjut usia dengan nilai tertinggi yaitu skor 3 dan 5 sebanyak 16 responden.

Berdasarkan Tabel 23, tanggapan responden tentang finansial berdasarkan keputusan dalam pembelian rumah adalah cukup. Keputusan dalam membeli rumah oleh diri sendiri yang menjawab dengan nilai tertinggi yaitu skor 4 sebanyak 10 responden. Keputusan oleh

Tabel 22 Deskripsi Finansial Berdasarkan Status Keluarga

Status Keluarga	Lingkungan					Total
	1	2	3	4	5	
Lajang	0	0	8	22	20	50
Pasangan muda	0	9	23	6	12	50
Pasangan dengan anak	2	6	21	9	12	50
Pasangan lanjut usia	2	6	16	10	16	50
Jumlah	4	21	68	47	60	200

Sumber: data pengolahan penelitian

Tabel 23 Deskripsi Finansial Berdasarkan Penentu Keputusan Dalam Pembelian Rumah

Status Keluarga	Lingkungan					Total
	1	2	3	4	5	
Diri sendiri	0	2	8	10	5	25
Orang tua	0	3	3	10	8	24
Suami	1	5	21	3	3	33
Istri	1	4	2	3	31	41
Suami & istri	1	4	32	18	10	65
Anak	1	3	2	3	3	12
Jumlah	4	21	68	47	60	200

Sumber: data pengolahan penelitian

orang tua dengan nilai tertinggi yaitu skor 4 sebanyak 10 responden. Keputusan oleh suami dengan nilai tertinggi yaitu skor 3 sebanyak 21 responden. Keputusan oleh istri dengan nilai tertinggi yaitu skor 5 sebanyak 31 responden. Keputusan oleh suami istri dengan nilai tertinggi yaitu skor 3 sebanyak 32. Sedangkan keputusan oleh anak dengan nilai tertinggi yaitu skor 2, 4 dan 5 sebanyak 3 responden.

PEMBAHASAN

Berdasarkan pengolahan data, maka selanjutnya adalah pembahasan dari hasil penelitian. Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa tingkat kebenaran pengelompokan sebesar 63,5% yang artinya masing-masing kelompok berdasarkan *Family Life Cycle* benar-benar berbeda dalam karakteristik kelompok.

Pengambilan Keputusan Oleh Keluarga

Pengambilan keputusan pembelian rumah pada kelompok lajang lebih didominasi oleh diri sendiri, namun ada juga yang ditentukan oleh orang tua. Hal ini menunjukkan *individual decision making* lebih dominan daripada *joint decision making*. Pembelian rumah dianggap tidak beresiko tinggi bagi lajang dengan kemampuan finansial yang lebih baik.

Tidak adanya pengeluaran untuk memenuhi kebutuhan keluarga membuat lajang mengangsur kredit rumah dengan baik. Selain itu, orang tua sepenuhnya mendukung lajang yang

menunjukkan posisi anak cukup penting dalam pengambilan keputusan (Olson, 2002).

Bagi kelompok pasangan muda pengambilan keputusan pembelian rumah didominasi oleh keduanya, suami dan istri. Bagi pasangan muda yang mulai mandiri, pengambilan keputusan pembelian rumah memiliki tingkat resiko yang tinggi bagi keduanya sehingga perlu *joint decision making*. Pasangan muda pada tahun pertama pernikahan atau belum mempunyai anak lebih mengutamakan keputusan bersama.

Untuk kelompok pasangan dengan anak, pengambilan keputusan hampir berimbang dengan urutan pertama, suami dominan, diikuti oleh istri dominan dan suami-istri bersama-sama. Hal ini menunjukkan peran mereka berdua untuk saling menerima dalam otorisasi delegasi untuk suami atau istri. Hampir berimbangnyanya pengambilan keputusan oleh pasangan dengan anak menunjukkan pembelian rumah memiliki tingkat resiko yang tinggi.

Untuk pasangan lanjut usia, pengambilan keputusan mulai didominasi oleh anak. Posisi anak yang makin dewasa membuat mereka mempunyai otorisasi dalam hal ini, sementara orang tua lebih mengambil sikap menerima saran anak dan menginginkan masa tua yang lebih tenteram. Hasil penelitian ini mendukung teori proses pengambilan keputusan dalam keluarga (Assael, 2000: 560 – 562). Pengambilan keputusan bersama masih dominan dalam pembelian rumah yang tergolong tingkat resikonya tinggi.

Perbedaan Pemilihan Rumah Tinggal

Pada variabel properti, indikator yang membedakan kelompok *family life cycle* yaitu: Jumlah kamar tidur (X1.4), luas lahan / kavling (X1.2), tipe rumah (X1.3), luas rumah (X1.1). Pada variabel jarak, indikator yang membedakan kelompok *family life cycle* yaitu : jarak ke rumah sakit (X2.3), jarak ke pusat perbelanjaan (X2.5), waktu mencapai pusat kota (X2.7), jarak ke sekolah (X2.2). pada variabel lingkungan, indikator yang membedakan kelompok *family life cycle* yaitu : lingkungan yang teduh (X3.2), tingkat kepadatan perumahan (X3.1), fasilitas umum di area perumahan (X3.5), adanya area terbuka untuk taman (X3.3). Pada variabel finansial, indikator yang membedakan kelompok *family life cycle* yaitu : nilai rumah (X4.3), maksimum pinjaman (X4.1).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keempat belas variabel pembeda tersebut dapat dijadikan parameter penting dalam analisis real estat (Oliveira, 2002) dengan tujuan untuk meraih konsumen potensial yang akan membeli rumah tinggal serta kawasan lingkungan tersebut.

Berdasarkan hasil struktur matrik ada enam variabel pembeda kelompok lajang dengan keluarga pasangan muda yaitu: Jumlah kamar Tidur (X1.4), tipe rumah (X1.3), maksimum pinjaman (X4.1), nilai rumah (X4.3), tingkat kepadatan perumahan (X3.1), fasilitas umum di area perumahan (X3.5).

Berdasarkan hasil struktur matrik ada lima variabel pembeda kelompok keluarga pasangan muda dengan keluarga pasangan dengan anak yaitu: jarak ke pusat perbelanjaan (X2.5), luas rumah (X1.1), jarak ke sekolah (X2.2), lingkungan yang teduh (X3.2), waktu mencapai pusat kota (X2.7).

Berdasarkan hasil struktur matrik ada tiga variabel pembeda kelompok keluarga pasangan dengan anak dan kelompok keluarga lanjut usia yaitu: jarak ke rumah sakit (X2.3), luas lahan/kavling (X1.2), dan adanya area terbuka untuk taman (X3.3).

Perbedaan Kelompok Lajang dan Kelompok Pasangan Muda

Jumlah kamar tidur (X1.4) merupakan faktor pembeda utama antara kelompok lajang dan kelompok pasangan muda. Diketahui lajang menghendaki kamar tidur yang cukup bagi kebutuhan diri sendiri. Adanya tambahan kamar tidur sekedar sebagai tambahan bagi saudara atau teman yang tinggal bersama. Sementara pasangan muda mempertimbangkan jumlah kamar tidur untuk persiapan kebutuhan keluarga nantinya, seperti kamar tidur anak, kamar tidur tamu bagi orang tua pasangan muda hingga kamar pembantu nantinya.

Tipe rumah (X1.3) yang dikehendaki kelompok lajang dan kelompok pasangan muda berbeda. Lajang dalam memilih tipe rumah berdasarkan kemudahan tinggal sehingga rumah kos, sewa,

atau mess menjadi pilihan. Pasangan muda lebih condong menghindari sewa rumah. Mereka memilih memiliki rumah tinggal sendiri dan privasi setelah menikah.

Maksimum pinjaman (X4.1) tidak menjadi soal bagi lajang dengan pendapatan yang diperoleh dari dirinya sendiri dan orang tua. Hal ini berbeda dengan pasangan muda yang mulai mandiri dengan mempertimbangkan segala urusan, terutama bagi pembelian yang bernilai besar. Maksimum pinjaman menjadi perhatian karena keuangan keluarga harus betul-betul diatur antara belanja rumah tangga dengan bayar angsuran rumah.

Nilai rumah (X4.3) tidak menjadi masalah bagi lajang yang memiliki pendapatan penuh bagi dirinya sendiri. Bagi pasangan muda nilai rumah merupakan investasi mereka berdua dalam membangun keluarga dalam jangka waktu tertentu.

Perumahan yang padat (X3.1), bagi lajang adalah kesempatan bergaul dan berinteraksi. Sementara bagi pasangan muda, perumahan yang padat kurang sesuai karena mereka menghendaki privasi dalam membangun rumah tangga di kawasan perumahan yang lebih tenang.

Fasilitas umum di area perumahan (X3.5) menurut kelompok lajang sangat membantu mereka dalam memenuhi berbagai kebutuhan sehari-hari.

Jumlah kamar tidur, tipe rumah, maksimum pinjaman, nilai rumah, tingkat kepadatan perumahan dan fasilitas umum diperumahan secara signifikan berbeda sesuai dengan penelitian pemilihan rumah (Doling, 1976) dan penelitian pemilihan lokasi tempat tinggal (Fernandez, et. al., 2002)

Perbedaan Kelompok Pasangan Muda dan Pasangan dengan Anak

Jarak ke pusat perbelanjaan (X2.5) membedakan antara pasangan muda dan pasangan dengan anak. Bagi pasangan muda, jarak ke pusat perbelanjaan sangat penting, karena mereka dapat berbelanja sewaktu-waktu. Bagi pasangan muda waktu berbelanja juga waktu rekreasi. Mereka membutuhkan tempat yang cukup menarik untuk berbelanja. Bagi pasangan dengan anak dimana kesibukan rumah tangga meningkat dengan kehadiran anak, kedekatan jarak ke pusat perbelanjaan tidak begitu penting. Rumah yang luas (X1.1) bagi pasangan dengan anak merupakan kebutuhan utama. Mereka memperhatikan tata ruang yang baik untuk kamar tidur dan ruang-ruang pendukung lainnya seperti ruang keluarga, ruang belajar anak, ruang bermain dan sebagainya. Bagi pasangan muda, rumah bangunan yang luas dipertimbangkan untuk masa depan seiring dengan pendapatan yang makin meningkat.

Kedekatan jarak ke sekolah (X2.2) bagi pasangan dengan anak penting terutama dari sisi menjaga keamanan anak dan mengantarkan anak ke

sekolah. Bagi pasangan muda dekat dengan sekolah kurang menjadi pertimbangan.

Lingkungan yang teduh (X3.2) penting bagi pasangan dengan anak. Lingkungan yang teduh dan asri memberikan kenyamanan tinggal yang baik. Sementara untuk pasangan muda yang keduanya aktif bekerja lingkungan yang teduh kurang dipertimbangkan.

Waktu mencapai pusat kota (X2.7) yang singkat dibutuhkan pasangan muda yang aktif bekerja. Sementara pasangan dengan anak, waktu mencapai pusat kota secara singkat kurang dibutuhkan.

Jarak ke pusat perbelanjaan, jarak ke sekolah, lingkungan yang teduh, waktu mencapai pusat kota mendukung penelitian tentang pemilihan lokasi tempat tinggal (Fernandez, Oliveira, Hochheim, 2002). Luas rumah sesuai dengan penelitian pemilihan rumah (Doling, 1976).

Perbedaan Kelompok Pasangan dengan Anak & Pasangan Lanjut Usia

Jarak ke rumah sakit (X2.3) berbeda bagi pasangan dengan anak dan pasangan lanjut usia. Pasangan lanjut usia jarak membutuhkan jarak yang dekat antara rumah tinggal dan rumah sakit untuk membantu mereka mengontrol kesehatannya yang sudah mulai menurun lebih intensif lagi. Kesehatan bagi mereka merupakan prioritas utama. Pasangan dengan anak membutuhkan rumah sakit hanya untuk

mengantarkan anak berobat.

Lahan / kavling yang luas (X1.2) kurang dibutuhkan bagi pasangan lanjut usia. Mereka hanya membutuhkan ruang yang nyaman sesuai anggota keluarga yang ada. Sementara bagi pasangan dengan anak, lahan yang luas akan membantu dalam pengembangan bangunan rumah kelak.

Adanya area terbuka untuk taman (X3.3) sangat disukai pasangan lanjut usia. Mereka membutuhkan area rekreasi publik yang nyaman untuk aktivitas. Bagi pasangan dengan anak, area terbuka berguna sebagai taman bermain anak.

Jarak ke rumah sakit dan adanya area terbuka untuk taman mendukung penelitian tentang pemilihan lokasi tempat tinggal (Fernandez, Oliveira, Hochheim, 2002). Luas lahan/kavling sesuai dengan penelitian pemilihan rumah (Doling, 1976).

KESIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel pembeda yang penting dalam membedakan kelompok lajang dengan keluarga pasangan muda (fungsi diskriminan pertama) mulai dari koefisien korelasi paling besar sampai yang paling kecil yaitu : jumlah kamar tidur (X1.4), tipe rumah (X1.3), maksimum pinjaman (X4.1), nilai rumah

(X4.3), tingkat kepadatan perumahan (X3.1), fasilitas umum di area perumahan (X3.5).

2. Variabel pembeda yang penting dalam membedakan keluarga pasangan muda dan keluarga pasangan dengan anak (fungsi diskriminan kedua) mulai dari koefisien korelasi paling besar sampai yang paling kecil terdiri dari : jarak ke pusat perbelanjaan (X2.5), luas rumah (X1.1), jarak ke sekolah (X2.2), lingkungan yang teduh (X3.2), waktu mencapai pusat kota (X2.7).

3. Variabel pembeda yang penting dalam membedakan keluarga pasangan dengan anak dan pasangan lanjut usia (fungsi diskriminan ketiga) mulai dari koefisien korelasi paling besar sampai yang paling kecil yaitu : jarak ke rumah sakit (X2.3), luas lahan/kavling (X1.2) dan adanya area terbuka untuk taman (X3.3)

Saran

Berdasarkan simpulan diatas maka dapat diberikan saran-saran sebagai berikut :

1. Perusahaan pengembang dapat menentukan fasilitas-fasilitas apa saja yang sesuai dengan kebutuhan konsumen melalui faktor-faktor pemilihan rumah tinggal dan lingkungan seperti properti, jarak, lingkungan dan finansial. Hal ini penting untuk untuk mengambil langkah strategis dalam pemasaran perusahaan pengembang perumahan.
2. Bagi personel pemasaran perusahaan

pengembang, analisis perbedaan faktor-faktor pemilihan rumah tinggal dan lingkungannya akan membantu dalam memberikan saran yang tepat bagi konsumen sesuai siklus hidup keluarga.

3. Bagi perencana / arsitek dapat melihat lebih jauh keinginan dan kebutuhan konsumen tentang sebuah rumah tinggal.
4. Untuk penelitian selanjutnya dapat diteliti lebih jauh tentang karakteristik konsumen pembeli rumah berdasarkan segmen-segmen *family life cycle*.

DAFTAR PUSTAKA

- Adair, A., Berry, J. & Stanley McGreal (1996). Valuation of Residential Property: Analysis of Participant Behaviour. *Journal of Property Valuation & Investment*, Vol. 14 No. 1, 20-35.
- Assael, Henry (2000). *Consumer Behavior & Marketing Action*. PWS Kent Publishing Company.
- Engel, Blackwell, & Miniard (2005). *Consumer Behavior*. Southwestern College: Chula Vista, CA.
- Fernandez, Oliveira & Hochheim (2001). Application of Family Life Cycle Concept in Determining Potential Segment for Housing Projects. *Property Management* Vol. 20 No. 5, 312-325
- Doling, J. (1976). The Family Life Cycle and Housing Choice. *Urban Studies* , 13: 55-58.
- Kapinus, A. Carolyn. (2003) The Utility of Family Lifecycle as Theoretical and Empirical Tools. *Journal of Family Issues*. March, Vol. 24, no

2, 155-184.

Kasali, Rhenald. (2005). *Membedik Pasar Indonesia (Segmentasi, Targeting, Positioning)*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.

Kotler, Philip & Susanto, A.B. (2001). *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Edisi Pertama, Salemba Empat : Jakarta.

Kotler, Philip (2003). *Marketing Management*, Prentice Hall, NJ.

Malhotra (2002). *Marketing Research*. International edition, third edition, Prentice Hall International, NJ

Mowen, John C (1995). *Consumer Behavior*, Fourth Edition, Prentice Hall International Edition, NJ.

Peter, J. Paul (1966). *Consumer Behavior and Marketing Strategy*, Fifth Edition, McGraw-Hill Company International Edition.

Wells and Gubar (1966) Life Cycle Concept in Marketing Research, *Journal of Marketing Research*, Vol. III, November, 355-363