

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab IV ini dimaksudkan untuk memaparkan hasil penelitian yang meliputi karakteristik responden, dan hasil penelitian ini. Sub bab selanjutnya adalah pembahasan hasil penelitian yang dikaitkan dengan teori sesuai kajian keilmuan yang ada.

4.1 Paparan Data Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

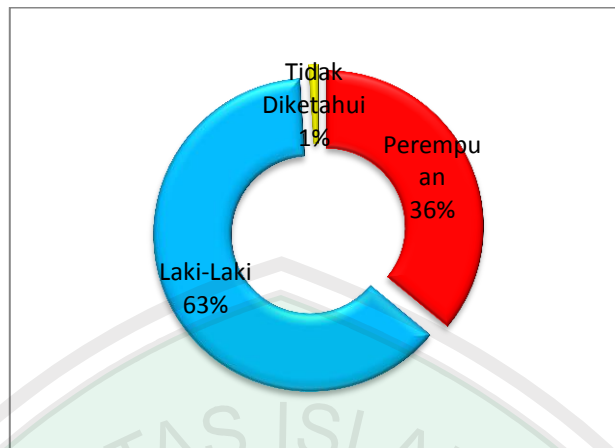
Perumahan Araya merupakan salah satu perumahan di Malang – Jawa Timur dengan luas 800 ha, yang dikembangkan lebih dari 20 tahun dengan berbagai fasilitas penunjang yang telah terbangun dan aktif seperti Plaza Araya, Padang Golf, Family Club, Sport Center, Tempat Peribadatan(masjid dan gereja), Rumah Sakit, Hotel, dan Restourant (www.kotaaraya.com).

4.1.2 Karakteristik Latar Belakang Responden

Dalam penelitian ini pengambilan responden adalah pemilik rumah di kawasan perumahan Araya Malang. Dari kuisisioner yang disebarkan pada responden dihasilkan gambaran karakteristik responden sebagai berikut :

1. Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil survei / hasil olah data ditemukan bahwa jenis kelamin dari respoden dapat dijelaskan sebagaimana dalam gambar berikut:



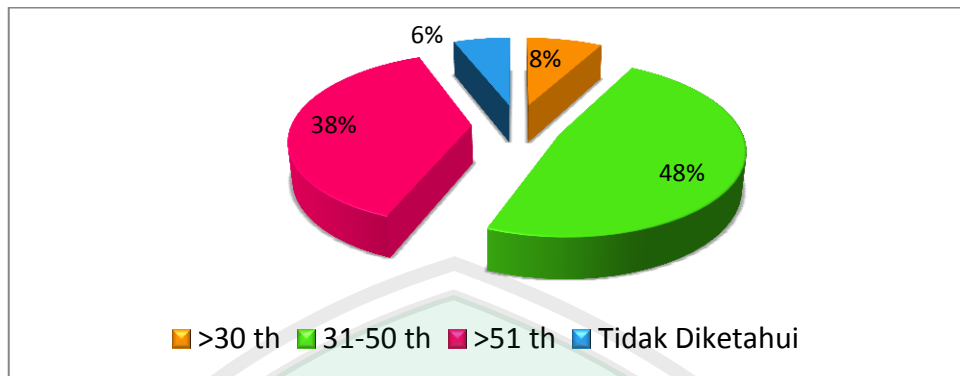
Sumber: Data Diolah

Gambar 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Dari gambar 4.1 dapat diketahui bahwa responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 36% dari total responden, sedangkan jumlah responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 63%, serta 1% tidak jelas. Jadi dapat diambil kesimpulan dari jumlah responden yang berjenis kelamin laki-laki lebih banyak, dibandingkan responden perempuan hal ini menunjukkan bahwa laki-laki sebagai kepala keluarga lebih mengetahui tentang pembelian rumah di perumahan Araya Malang.

2. Tingkat Usia

Untuk karakteristik responden berdasarkan usia dikelompokkan menjadi tiga kelompok, yaitu responden yang berusia kurang dari 30 tahun, 31-50 tahun, dan diatas 50 tahun. Adapun karakteristik responden berdasarkan usia dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



Sumber: Data Diolah

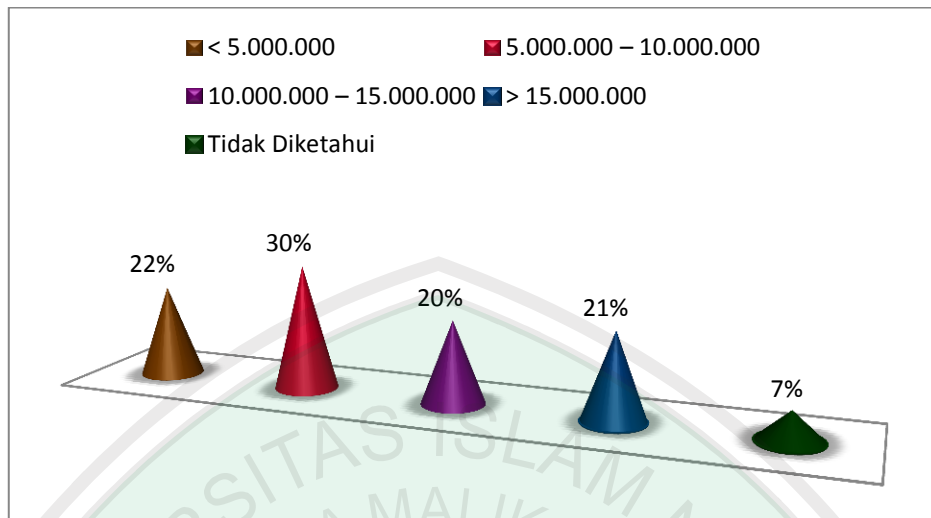
Gambar 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan gambar 4.2 dapat diketahui bahwa responden yang berusia dibawah 30 tahun sebanyak 8% dari jumlah responden keseluruhan, responden yang berusia 31-50 tahun sebanyak 48% dari jumlah keseluruhan, responden yang berusia diatas 51 tahun sebanyak 38% dari jumlah keseluruhan dan sisanya sebanyak 6% dari jumlah keseluruhan tidak diketahui secara pasti usianya.

Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa responden terbanyak adalah yang berusia 31-50 tahun yaitu sebanyak 48%, hal ini menunjukkan bahwa pemilik rumah di kawasan Araya adalah usia produktif.

3. Tingkat Pendapatan

Berdasarkan hasil survei / hasil olah data ditemukan bahwa tingkat pendapatan perbulan dari responden dapat dijelaskan sebagaimana dalam gambar berikut:



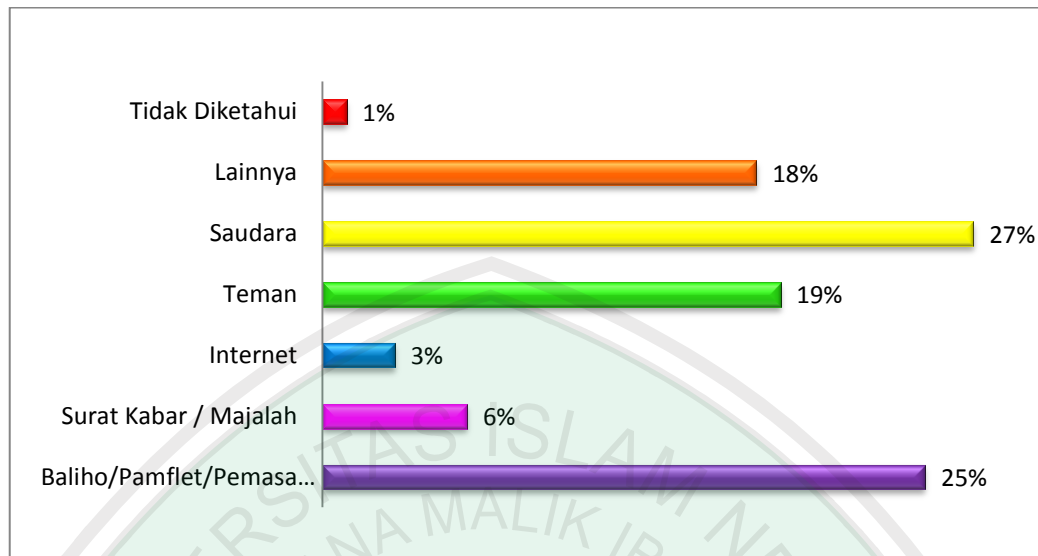
Sumber: Data Diolah

Gambar 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Berdasarkan tabel 4.3 dapat diketahui bahwa responden yang memiliki penghasilan kurang dari 5.000.000 sebanyak 22% dari total responden, penghasilan 5.000.000-10.000.000 sebanyak 30% dari total responden, penghasilan 10.000.000-15.000.000 sebanyak 20% dari total responden, penghasilan lebih dari 15.000.000 sebanyak 21% dari total responden. Dan sisanya 7% tidak diketahui dengan pasti jumlah pendapatannya.

4. Berdasarkan Informasi

Berdasarkan hasil survei / hasil olah data ditemukan bahwa responden pertamakali mengetahui informasi mengenai perumahan Araya, dapat dijelaskan sebagaimana dalam gambar berikut:



Sumber: Data Diolah

Gambar 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Informasi

Dari grafik diatas dapat disimpulkan bahwa responden dalam memperoleh informasi mengenai perumahan Araya Malang lebih banyak dari saudara yakni sebanyak 27%, kemudian Baliho/Pamflet/Pemasaran sebanyak 25%, teman sebanyak 19%, lainnya 18%, surat kabar/majalah sebanyak 7 responden 6%, internet sebanyak 3%, dan 1% tidak diketahui dengan pasti informasi mengenai perumahan Araya Malang.

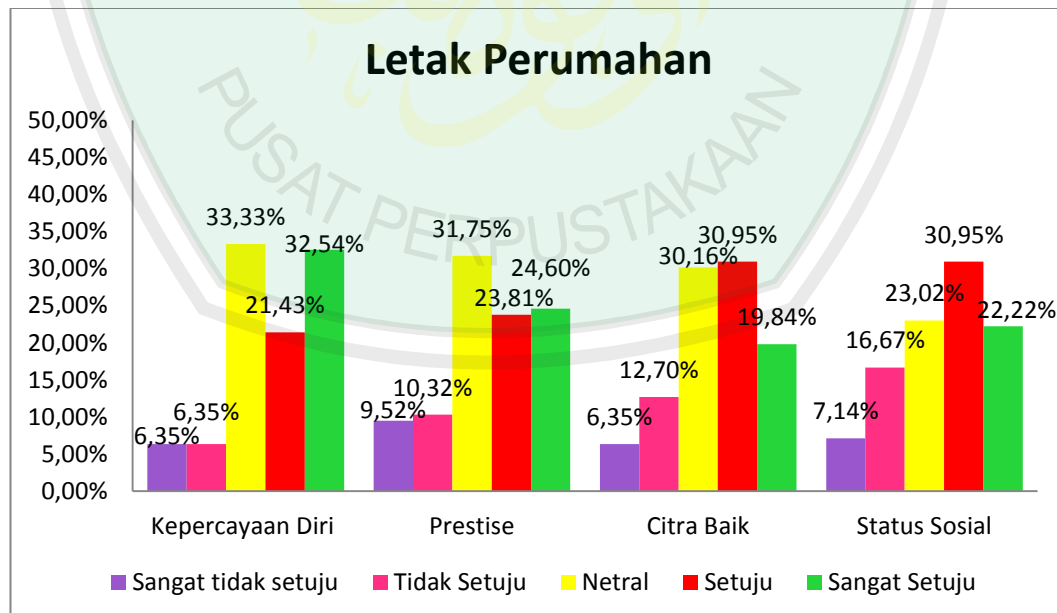
4.1.3 Gambaran Deskriptif Hasil Penelitian

Berdasarkan kajian teori, peneliti menetapkan 14 indikator dari 3 aspek keterlibatan konsumen. Aspek pertama yakni pribadi yang digambarkan dengan 4 indikator, meliputi kepercayaan diri, prestise atau kewibawaan, citra baik, dan status sosial. Aspek kedua yakni objek yang digambarkan dengan 5 indikator, meliputi letak perumahan, harga rumah, desain dari rumah, kualitas bangunan

rumah, dan fasilitas-fasilitas penunjang. Aspek terakhir yaitu situasi yang digambarkan dengan 5 indikator, yakni situasi lingkungan perumahan yang kondusif, susana perumahan yang mewah dan berkelas, situasi sosial, situasi penataan lingkungan yang tertib dan teratur, serta adanya promosi penjualan/keringanan pembiayaan. Selain itu peneliti juga menambahkan tiga pertanyaan terbuka yang meliputi alasan utama membeli rumah di Araya, perbedaan alternatif yang disadari, dan situasi perumahan.

A. Pribadi

Aspek pribadi digambarkan dengan 4 indikator, meliputi kepercayaan diri, prestise atau kewibawaan, citra baik, dan status sosial. Hasil dari survey untuk masing-masing indikator dari aspek pribadi distribusi jawaban responden dapat dilihat pada grafik berikut ini:



Sumber: Data diolah

Gambar 4.5
Distribusi Jawaban Aspek Pribadi

Dari gambar 4.5 menunjukkan distribusi jawaban responden mengenai indikator kepercayaan diri sebesar 6.35% menyatakan sangat tidak setuju, 6.35% tidak setuju, 33.33% netral, 21.43% setuju, dan 32.45% sangat setuju.

Sementara dari aspek prestise menunjukkan distribusi jawaban responden sebesar 9.52% menyatakan sangat tidak setuju, 10.32 % tidak setuju, 31.75 % netral, 23.81 % setuju, dan 24.60 % sangat setuju.

Dari sisi indikator citra baik distribusi jawaban responden sebesar 6.35% menyatakan sangat tidak setuju, 12.70 tidak setuju, 30.16 netral, 30.95% setuju, dan 19.84% sangat setuju.

Sedangkan distribusi jawaban responden mengenai indikator status sosial sebesar 7.14% menyatakan sangat tidak setuju, 16.67% tidak setuju, 23.02% netral, 30.95% setuju, dan 22.22% sangat setuju. Angka ini belum bisa menunjukkan sebuah kesimpulan, maka untuk mendapatkan pemahaman yang lebih lanjut peneliti menggunakan rumus dari Sugiono (2005:88) yang ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.1
Aspek Pribadi

	Nilai	Σ Jawaban					Scor				
		Kepercayaan Diri	Prestise	Citra Baik	Status Sosial	Rata-Rata	Kepercayaan Diri	Prestise	Citra Baik	Status Sosial	Rata-Rata
Sangat Tidak Setuju	1	8	12	8	9	9	8	12	8	9	9
Tidak setuju	2	8	13	16	21	15	16	26	32	42	29
Netral	3	42	40	38	29	37	126	120	114	87	112
Setuju	4	27	30	39	39	34	108	120	156	156	135
Sangat Setuju	5	41	31	25	28	31	205	155	125	140	156
Jumlah		126					463	433	435	434	441
Σ skor : 5N x 100%							73.49%	68.73%	69.05%	68.89%	70.04%

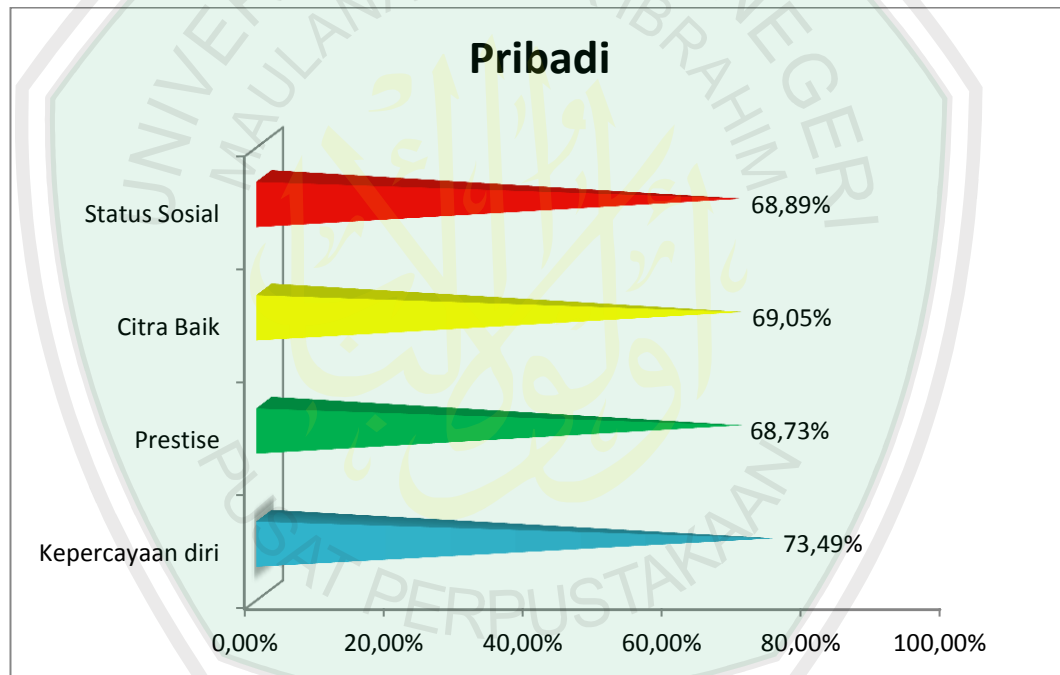
Sumber: Data diolah

Berdasarkan tabel 4.1 dapat diketahui nilai dari indikator kepercayaan diri yaitu 463 atau 73,94%. Angka tersebut bermakna bahwa 73,94% responden menyatakan persetujuannya apabila memiliki rumah di perumahan Araya dapat meningkatkan kepercayaan diri. Untuk nilai dari indikator prestise yaitu 433 atau 68.73%. Angka tersebut bermakna bahwa 68.73% responden menyatakan persetujuan apabila memiliki rumah di perumahan Araya dapat meningkatkan prestise atau kewibawaan bagi pemilik rumah.

Sementara itu nilai dari indikator citra diri yaitu 435 atau 69.05%. Angka tersebut bermakna bahwa 69.05% responden menyatakan persetujuan apabila memiliki rumah di perumahan Araya dapat memberikan citra diri yang baik bagi pemilik rumah. Sedangkan nilai dari indikator status sosial yaitu 434 atau 68.89%. Angka tersebut bermakna bahwa 68.89% responden menyatakan persetujuan apabila memiliki rumah di perumahan Araya dapat meningkatkan status sosial.

Dapat diketahui nilai dari rata-rata yang dapat mewakili nilai dari aspek pribadi secara keseluruhan yaitu 441 atau 70.04%. Angka tersebut bermakna bahwa 70.04% responden menyatakan persetujuan apabila memiliki rumah di perumahan Arya didasari oleh aspek pribadi.

Secara keseluruhan berdasarkan hasil survei pada pemilik rumah di perumahan Arya untuk aspek pribadi yang meliputi 4 indikator dapat dilihat pada grafik berikut ini:



Sumber: Data Diolah

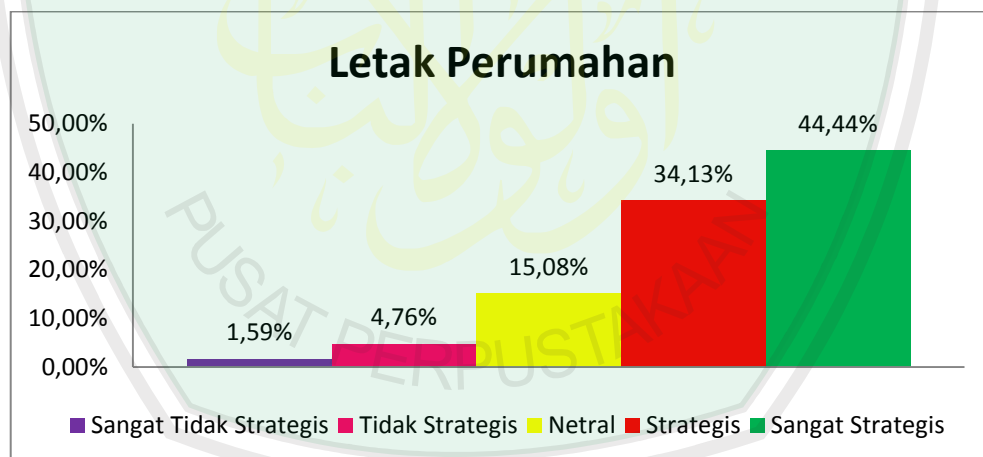
Gambar 4.6
Keterlibatan Aspek Pribadi

Dari gambar di atas dapat dijelaskan bahwa (1) aspek pribadi dari sebuah keterlibatan dalam pembelian rumah di perumahan Arya menunjukkan 73,94% responden menyatakan persetujuan bahwa memiliki rumah di perumahan Arya dapat meningkatkan kepercayaan diri, (2) 68,73% responden persetujuan bahwa

memiliki rumah di perumahan Araya dapat menunjukkan prestise atau kewibawaan bagi pemilik rumah, (3) 69,05% responden persetujuan bahwa memiliki rumah di perumahan Araya dapat memberikan citra baik , (4) dan 68,89% responden menyatakan persetujuan bahwa memiliki rumah di perumahan Araya dapat meningkatkan status sosial bagi pemilik rumah.

B. Objek

Aspek kedua yakni objek yang digambarkan dengan 5 indikator, meliputi letak perumahan, harga rumah, desain dari rumah, kualitas bangunan rumah, dan fasilitas-fasilitas penunjang. Hasil dari survey untuk masing-masing indikator dari aspek objek distribusi jawaban responden dapat dilihat pada grafik berikut ini:

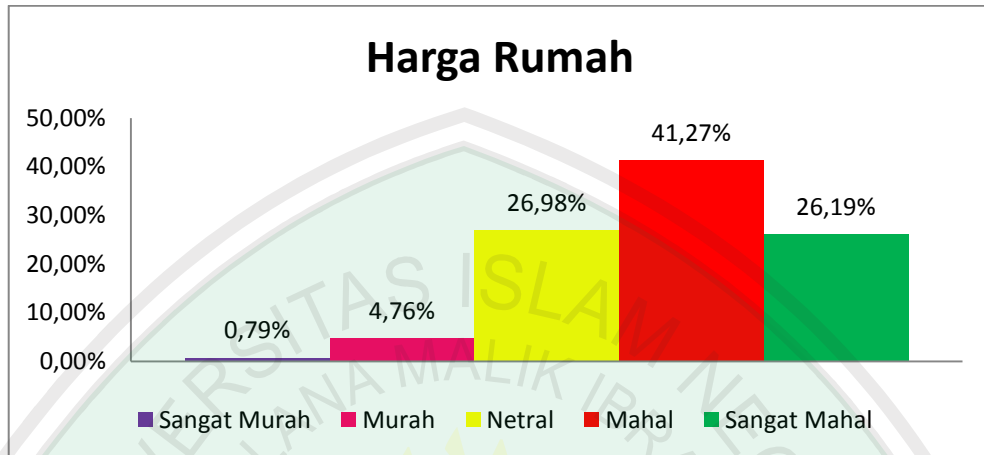


Sumber: Data Diolah

Gambar 4.7
Distribusi Jawaban Indikator Letak Perumahan

Dari gambar 4.7 menunjukkan distribusi jawaban responden mengenai indikator letak perumahan 1.59% menyatakan sangat tidak strategis, 4.76%

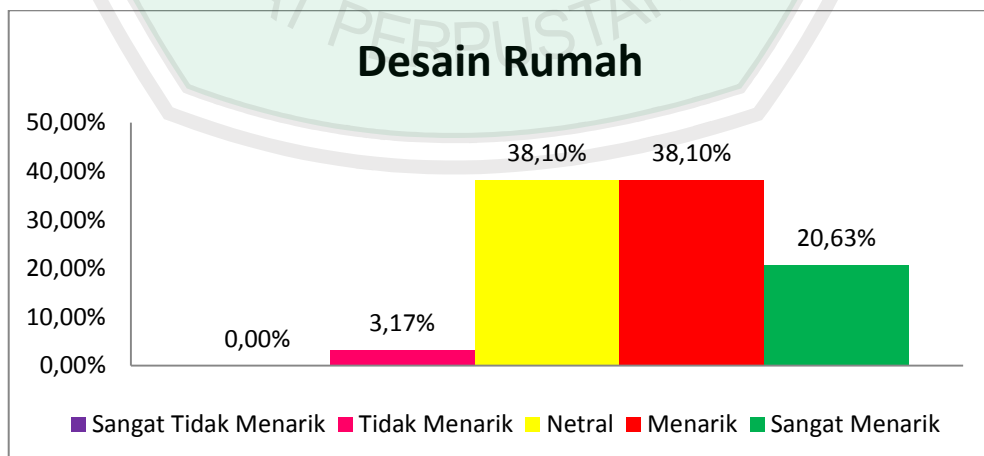
menyatakan tidak strategis, 15.08% menyatakan netral, 34.13% menyatakan strategis, dan 44.44% menyatakan sangat strategis.



Sumber: Data Diolah

Gambar 4.8
Distribusi Jawaban Indikator Harga Rumah

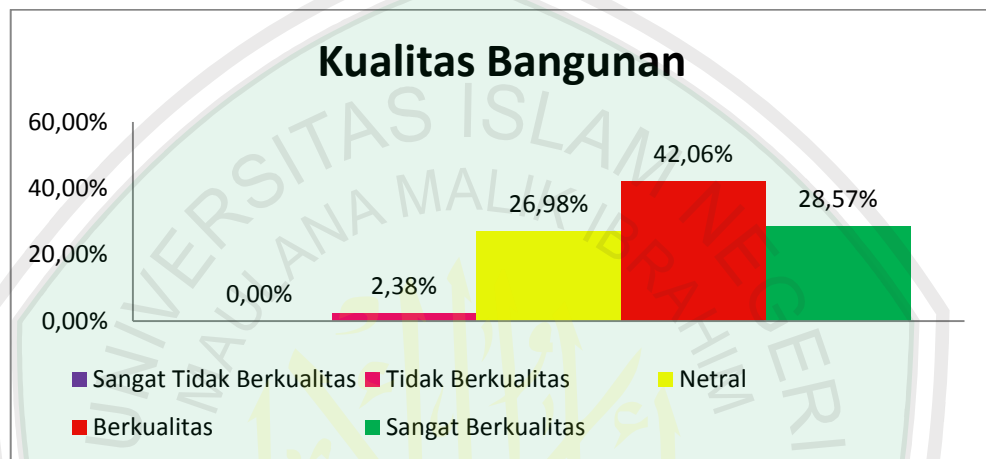
Dari gambar 4.8 menunjukkan distribusi jawaban responden mengenai indikator harga rumah sebesar 0.79% menyatakan sangat murah, 4.76% menyatakan murah, 26.98% menyatakan netral, 41.27% menyatakan mahal, dan 26.19% menyatakan sangat mahal.



Sumber: Data Diolah

Gambar 4.9
Distribusi Jawaban Indikator Desain Rumah

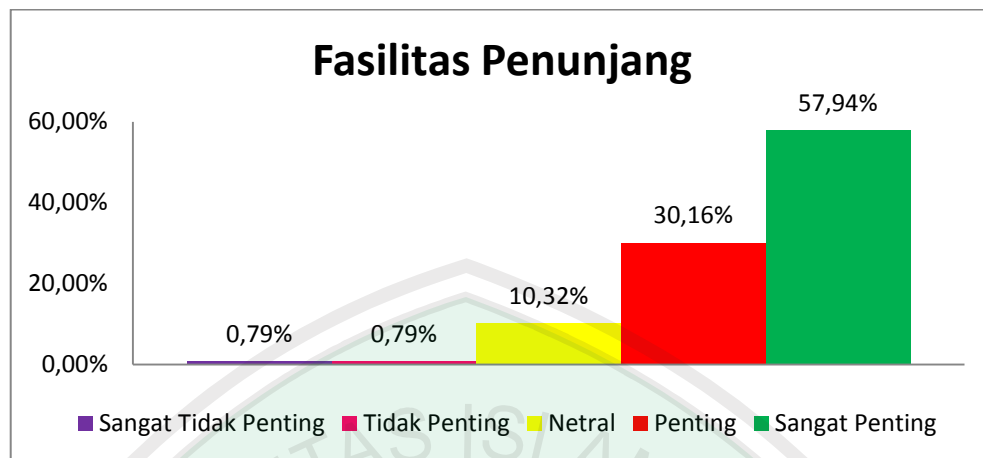
Dari gambar 4.9 menunjukkan distribusi jawaban responden mengenai indikator desain rumah sebesar 0% menyatakan sangat tidak menarik, 3.17% menyatakan tidak menarik, 38.10% menyatakan netral, 38.10% menyatakan menarik, dan 20.63% menyatakan sangat menarik.



Sumber: Data Diolah

Gambar 4.10
Distribusi Jawaban Indikator Kualitas Bangunan

Dari gambar 4.10 menunjukkan distribusi jawaban responden mengenai indikator kualitas bangunan sebesar 0% menyatakan sangat tidak berkualitas, 2.38% menyatakan tidak berkualitas, 26.98% menyatakan netral, 42.06% menyatakan berkualitas, dan 28.57% menyatakan sangat berkualitas.



Sumber: Data Diolah

Gambar 4.11
Distribusi Jawaban Indikator Fasilitas Penunjang

Dari gambar 4.11 menunjukkan distribusi jawaban responden mengenai indikator fasilitas penunjang sebesar 0.79% menyatakan sangat tidak penting, 0.79% menyatakan tidak penting, 10.32% menyatakan netral, 30.16% (38) responden menyatakan penting, dan 57.94% menyatakan sangat penting. Angka-angka ini belum bisa menunjukkan sebuah kesimpulan, maka untuk mendapatkan pemahaman yang lebih lanjut peneliti menggunakan rumus dari Sugiono (2005:88) dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.2
Aspek Objek

Nilai	Σ Jawaban						Skor					
	Letak Perumahan	Harga Rumah	Desain Rumah	Kualitas Bangunan	Fasilitas Penunjang	Rata-Rata	Letak Perumahan	Harga Rumah	Desain Rumah	Kualitas Bangunan	Fasilitas Penunjang	Rata-Rata
1	2	1	0	0	1	1	2	1	0	0	1	1
2	6	6	4	3	1	4	12	12	8	6	2	8
3	19	34	48	34	13	30	57	102	144	102	39	89
4	43	52	48	53	38	47	172	208	192	212	152	187
5	56	33	26	36	73	45	280	165	130	180	365	224
Jumlah							523	488	474	500	559	509
Σ skor : 5N x 100%							83.02%	77.46%	75.24%	79.37%	88.73%	80.76%

Sumber: Data diolah

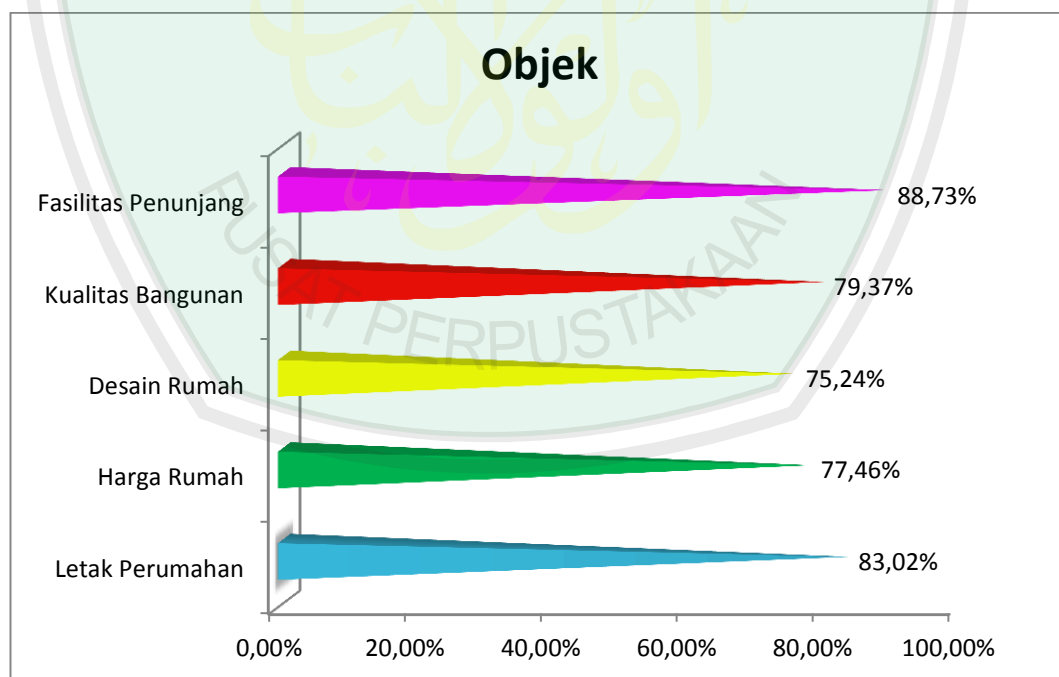
Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui nilai dari indikator letak perumahan yaitu 523 atau 83.02%. Angka tersebut bermakna bahwa 83.02% responden menyatakan persetujuan apabila letak perumahan Araya strategis. Sedangkan nilai dari indikator harga rumah yaitu 488 atau 77.46%. Angka tersebut bermakna bahwa 77.46% responden menyatakan persetujuan apabila harga rumah di perumahan Araya mahal.

Untuk diketahui nilai dari indikator desain rumah yaitu 474 atau 75.24%. Angka tersebut bermakna bahwa 75.24% responden menyatakan desain rumah di perumahan Araya menarik. Sementara itu dapat diketahui nilai dari indikator kualitas bangunan yaitu 500 atau 79.37%. Angka tersebut bermakna bahwa 79.37% responden menyatakan persetujuan bangunan rumah di perumahan Araya berkualitas.

Dari sisi indikator fasilitas penunjang diketahui nilainya yaitu 559 atau 88.73%. Angka tersebut bermakna 88.73% responden menyatakan bahwa penting adanya fasilitas-fasilitas penunjang di perumahan Araya.

Dapat diketahui nilai dari rata-rata yang dapat mewakili nilai dari aspek objek secara keseluruhan yaitu 509 atau 80.76%. Angka tersebut bermakna bahwa 80.76% responden menyatakan persetujuan bahwa memiliki rumah di perumahan Araya didasari oleh aspek objek.

Secara keseluruhan berdasarkan hasil survei pada pemilik rumah di perumahan Araya untuk aspek objek yang meliputi 5 indikator dapat dilihat pada grafik berikut ini:



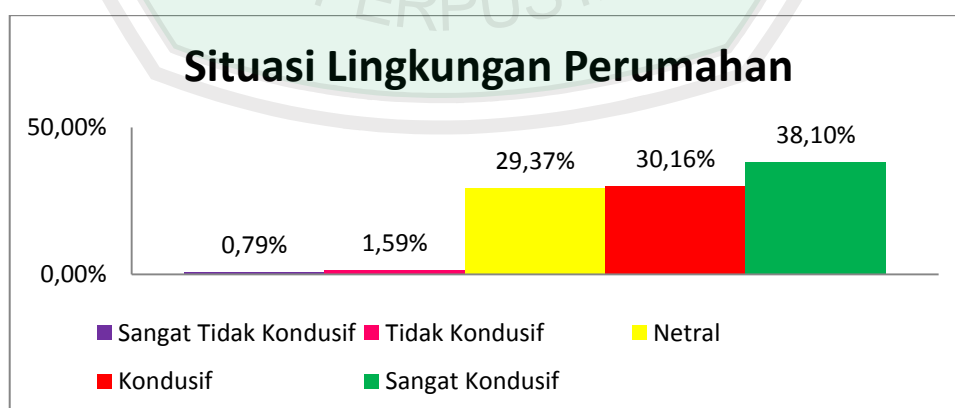
Sumber: Data diolah

Gambar 4.12
Keterlibatan Aspek Objek

Dari gambar di atas aspek objek dari sebuah keterlibatan dalam pembelian rumah di perumahan Araya menunjukkan 83.02% responden menyatakan persetujuan apabila letak perumahan Araya strategis, 77.46% responden menyatakan persetujuan apabila harga rumah di perumahan Araya mahal, 75.24% responden menyatakan desain rumah di perumahan Araya menarik, 79.37% responden menyatakan persetujuan bangunan rumah di perumahan Araya berkualitas, dan 88.73% responden menyatakan bahwa penting adanya fasilitas-fasilitas penunjang di perumahan Araya.

C. Situasi

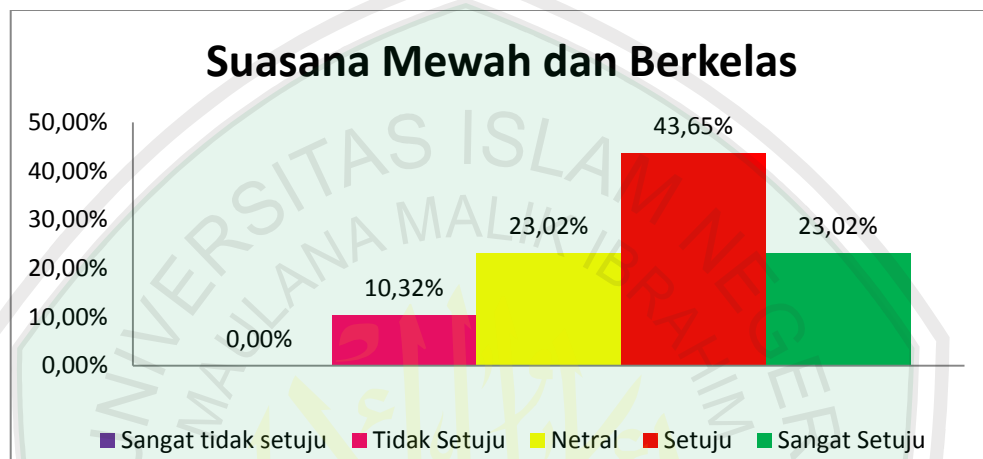
Aspek situasi digambarkan dengan 5 indikator, yakni situasi lingkungan perumahan yang kondusif, susana perumahan yang mewah dan berkelas, situasi sosial harmonis, situasi penataan lingkungan yang tertib dan teratur, serta adanya promosi penjualan/keringanan pembiayaan. Hasil dari survey untuk masing-masing indikator dari aspek situasi distribusi jawaban responden dapat dilihat pada grafik berikut ini:



Sumber: Data Diolah

Gambar 4.13
Distribusi Jawaban Situasi Indikator Lingkungan Perumahan

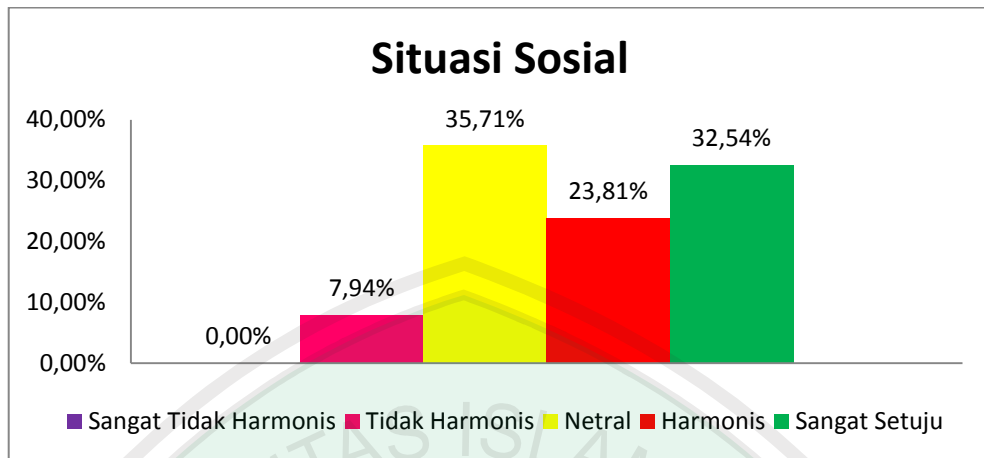
Dari gambar 4.13 menunjukkan distribusi jawaban responden mengenai indikator situasi lingkungan perumahan sebesar 0.79% menyatakan sangat tidak kondusif, 1.59% menyatakan tidak kondusif, 29.37% menyatakan netral 30.16% menyatakan kondusif, dan 38.10% menyatakan sangat kondusif.



Sumber: Data Diolah

Gambar 4.14
Distribusi Jawaban Indikator Suasana Mewah dan Berkelas

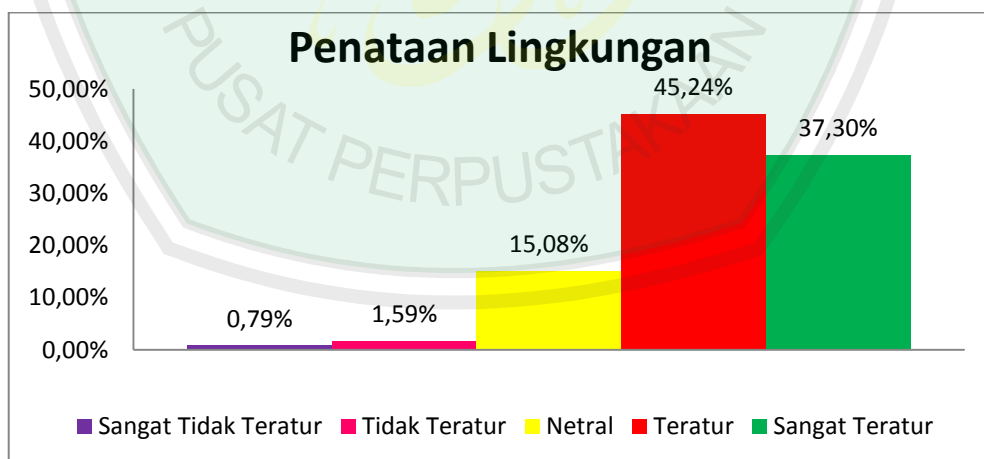
Dari gambar 4.14 menunjukkan distribusi jawaban responden mengenai indikator suasana mewah dan berkelas sebesar 0% menyatakan sangat tidak setuju, 10.32% menyatakan tidak setuju, 23.02% menyatakan netral, 43.65% menyatakan setuju, dan 23.02% menyatakan sangat setuju.



Sumber: Data Diolah

Gambar 4.15
Distribusi Jawaban Indikator Situasi Sosial

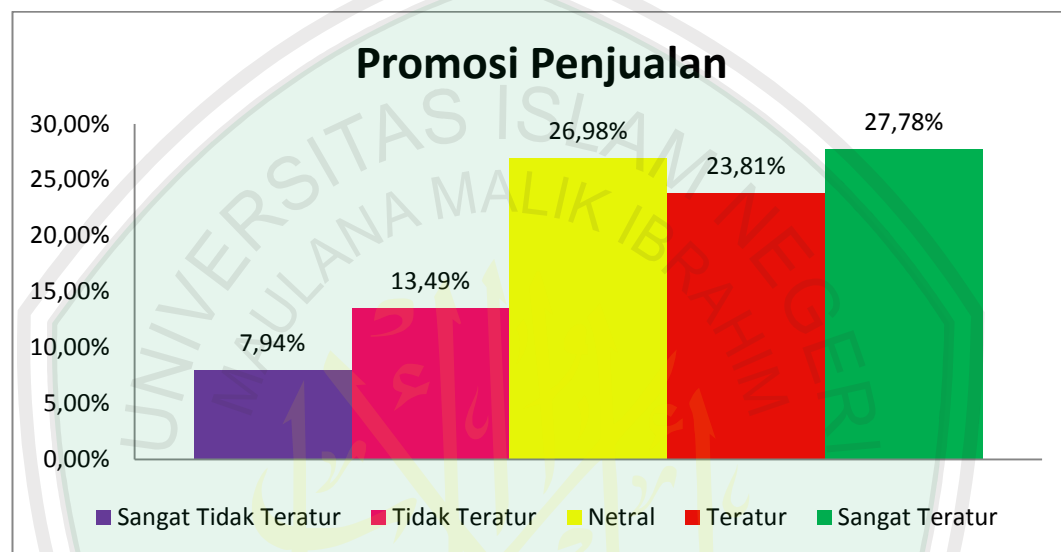
Dari gambar 4.15 menunjukkan distribusi jawaban responden mengenai indikator situasi sosial sebesar 0% menyatakan sangat tidak harmonis, 7.94% menyatakan tidak harmonis, 35.71% (menyatakan netral, 23.81% menyatakan harmonis, dan 32.54% menyatakan sangat harmonis.



Sumber: Data Diolah

Gambar 4.16
Distribusi Jawaban Indikator Penataan Lingkungan

Dari gambar 4.16 menunjukkan distribusi jawaban responden mengenai indikator penataan lingkungan sebesar 0.79% menyatakan sangat tidak teratur, 1.59% menyatakan tidak teratur, 15.08% menyatakan netral, 45.24% menyatakan teratur, dan 37.30% menyatakan sangat teratur.



Sumber: Data Diolah

Gambar 4.17
Distribusi Jawaban indikator Promosi Penjualan

Dari gambar 4.17 menunjukkan distribusi jawaban responden mengenai indikator promosi penjualan sebesar 7.94% menyatakan sangat tidak setuju, 13.49% menyatakan tidak setuju, 26.98% menyatakan netral, 23.81% menyatakan setuju, dan 27.78% menyatakan sangat setuju. Angka ini belum bisa menunjukkan sebuah kesimpulan, maka untuk mendapatkan pemahaman yang lebih lanjut peneliti menggunakan rumus dari Sugiono (2005:88) dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.3
Aspek Situasi

Nilai	Σ Jawaban						Scor					
	Situasi Kondusif	Suasana mewah dan berkelas	Situasi Sosial	Penataan Lingkungan	Promosi Penjualan	Rata-Rata	Situasi Kondusif	Suasana mewah dan berkelas	Situasi Sosial	Penataan Lingkungan	Promosi Penjualan	Rata-Rata
1	1	0	0	1	10	2	1	0	0	1	10	2
2	2	13	10	2	17	9	4	26	20	4	34	18
3	37	29	45	19	34	33	111	87	135	57	102	98
4	38	55	30	57	30	42	152	220	120	228	120	168
5	48	29	41	47	35	40	240	145	205	235	175	200
Jumlah							508	478	480	525	441	486
Σ skor : $5N \times 100\%$							80.63%	75.87%	76.19%	83.33%	70.00%	77.21%

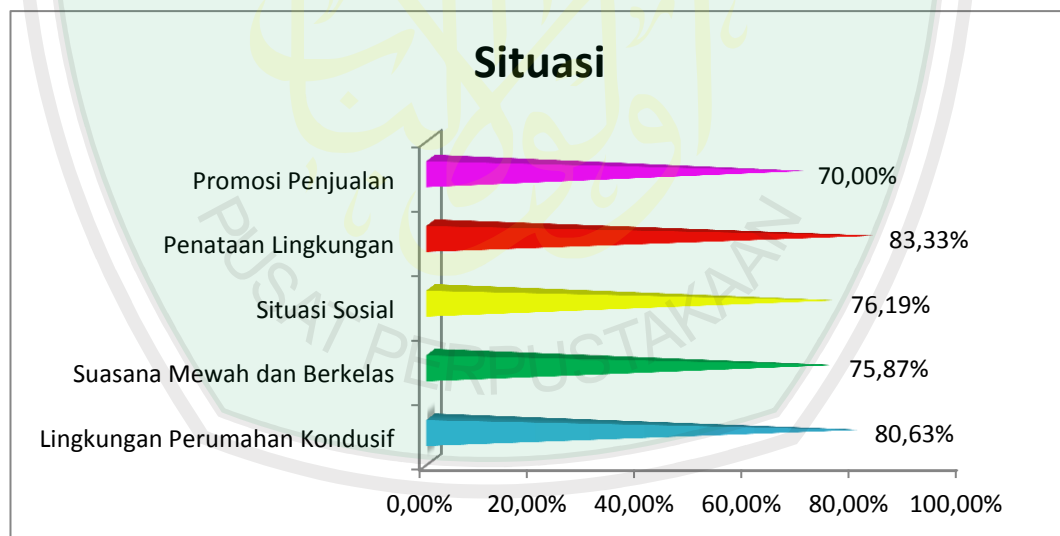
Sumber: Data diolah

Berdasarkan tabel 4.3 dapat diketahui nilai dari indikator situasi kondusif atau situasi lingkungan perumahan yaitu 508 atau 80.63%. Angka tersebut bermakna 80.63% responden menyatakan situasi lingkungan di perumahan Araya kondusif. Untuk nilai dari indikator suasana mewah dan berkelas yaitu 478 atau 75.87%. Angka tersebut bermakna 75.87% responden menyatakan bahwa suasana di perumahan Araya terlihat mewah dan berkelas.

Sementara itu dapat diketahui nilai dari indikator situasi sosial yaitu 480 atau 76.19%. Angka tersebut bermakna 76.19% responden menyatakan bahwa hubungan sosial di wilayah perumahan Araya harmonis. Sedangkan nilai dari indikator penataan lingkungan yaitu 525 atau 83.33%. Angka tersebut bermakna 83.33% responden menyatakan bahwa penataan lingkungan di perumahan Araya teratur.

Untuk selanjutnya dapat diketahui nilai dari indikator promosi penjualan yaitu 441 atau 70%. Angka tersebut bermakna 70% responden menyatakan bahwa ada promosi penjualan saat membeli rumah di perumahan Araya. Sedangkan nilai dari rata-rata yang dapat mewakili nilai dari aspek situasi secara keseluruhan yaitu 486 atau 77.21%. Angka tersebut bermakna bahwa 77.21% responden menyatakan setuju bahwa memiliki rumah di perumahan Araya didasari oleh aspek situasi.

Secara keseluruhan berdasarkan hasil survei pada pemilik rumah di perumahan Arya untuk aspek situasi yang meliputi 5 indikator dapat dilihat pada grafik berikut ini:



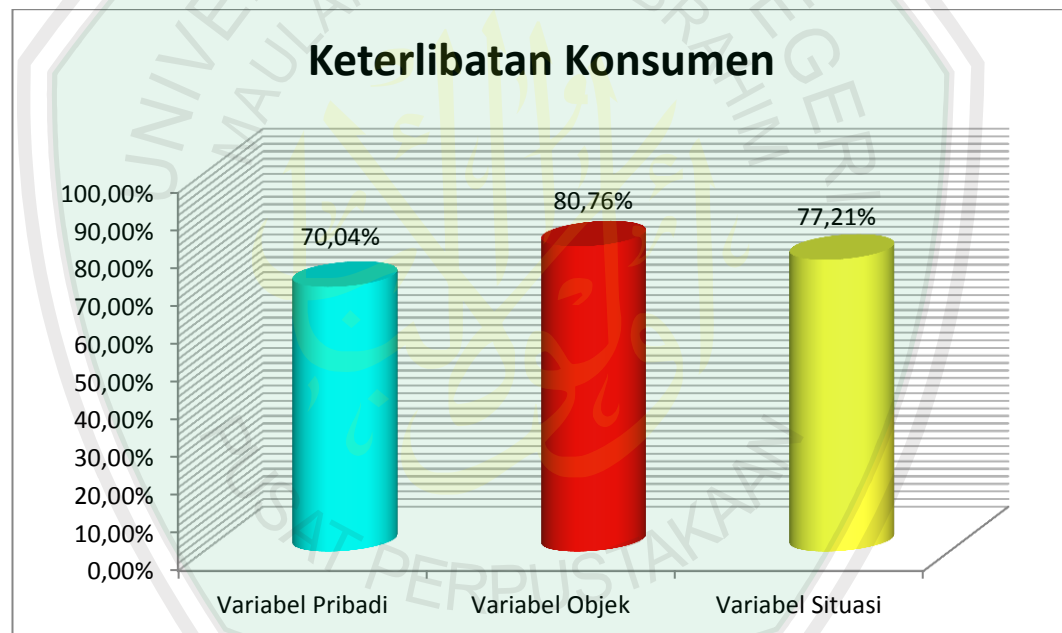
Sumber: Data Diolah

Gambar 4.18
Keterlibatan Aspek Situasi

Dari gambar di atas aspek situasi dari sebuah keterlibatan dalam pembelian rumah di perumahan Araya menunjukkan 80.63% responden menyatakan situasi lingkungan di perumahan Araya kondusif, 75.87% responden

menyatakan bahwa suasana diperumahan Araya terlihat mewah dan berkelas, 76.19% responden menyatakan bahwa hubungan sosial di wilayah perumahan Araya harmonis, 83.33% responden menyatakan bahwa penataan lingkungan di perumahan Araya teratur, dan 70% responden menyatakan bahwa ada promosi penjualan saat membeli rumah di perumahan Araya.

Untuk hasil secara keseluruhan jika dilihat dari masing-masing aspek, dapat dilihat dalam grafik berikut ini:



Sumber: Data Diolah

Gambar 4.19
Keterlibatan Konsumen

Dari gambar 4.19 dapat diketahui 70.04% responden menyatakan setuju bahwa memiliki rumah di perumahan Araya didasari oleh aspek pribadi. 80.76% responden menyatakan persetujuan bahwa memiliki rumah di perumahan Araya

didasari oleh aspek objek. Dan 77.21% responden menyatakan persetujuan bahwa memiliki rumah di perumahan Araya didasari oleh aspek situasi.

4.2 Pembahasan Hasil Penelitian

4.2.1 Keterlibatan Konsumen Dalam Pembelian Rumah di Perumahan Araya

Hasil penelitian ini menunjukkan 70.04% responden menyatakan persetujuan bahwa memiliki rumah di perumahan Araya didasari oleh aspek pribadi. 80.76% responden menyatakan persetujuan bahwa memiliki rumah di perumahan Araya didasari oleh aspek objek. Dan 77.21% responden menyatakan persetujuan bahwa memiliki rumah di perumahan Araya didasari oleh aspek situasi. Masing-masing aspek akan dijelaskan sebagai berikut.

A. Keterlibatan Aspek Pribadi Dalam Pembelian Rumah di Perumahan Araya

Hasil menunjukkan 70.04% responden menyatakan persetujuan jika memiliki rumah di perumahan Araya didasari oleh aspek pribadi hal ini selaras dengan apa yang disampaikan oleh Engel et.al (1992:290) menyatakan bahwa keterlibatan pribadi akan kuat apabila produk atau jasa dipandang sebagai citra diri yang mempertinggi. Selain itu menurut Mowen dan Minor (2002:83) faktor-faktor yang mempengaruhi keterlibatan konsumen adalah kepribadian konsumen. Sehingga meskipun hasil dalam penelitian ini menunjukkan keterlibatan pribadi adalah aspek yang paling rendah nilainya, tetapi angka yang dimiliki cukup tinggi karena lebih dari 50% dari responden merasa memiliki rumah di perumahan Araya dapat mempertinggi citra diri.

Aspek pribadi dari sebuah keterlibatan dalam pembelian rumah di perumahan Araya dengan indicator kepercayaan diri menunjukkan 73,94% responden menyatakan persetujuan bahwa memiliki rumah di perumahan Araya dapat meningkatkan kepercayaan diri. Indicator prestise sebesar 68,73% responden setuju bahwa memiliki rumah di perumahan Araya dapat menunjukkan prestise atau kewibawaan bagi pemilik rumah. Indikator citra baik, 69,05% responden setuju bahwa memiliki rumah di perumahan Araya dapat memberikan citra baik bagi pemiliknya. Selanjutnya indicator status sosial 68,89%, responden setuju bahwa memiliki rumah di perumahan Araya dapat meningkatkan status sosial bagi pemilik rumah. Hal ini menunjukkan bahwa *image* yang dibangun oleh *developer* perumahan Araya perlu ditingkatkan lagi, karena aspek pribadi ini akan tinggi nilainya saat produk dianggap dapat mempertinggi citra diri. Hal ini bisa saja terjadi dikarenakan semakin banyak perumahan-perumahan elite lainnya di Kota Malang.

Sedangkan aspek pribadi ini bertolak belakang dengan prespektif Islam, mempertinggi citra diri atau takjub diri merupakan hal yang dilarang. Hakikat dari takjub diri adalah merasa diri serba berkecukupan dan berbangga hati atas nikmat yang ada (Al-Ghazali, 1995:179).

Rasulullah SAW bersabda, “*Ada tiga hal yang dapat membinasakan: kebakhilan yang dituruti, hawa nafsu yang diikuti, dan merasa takjub dengan diri sendiri.*”(Al-Hadis dalam Al-Ghazali, 1995:178).

Selain itu dapat pula muncul sifat takabur. Hakikat takabur adalah merasa diri lebih sempurna dari yang lainnya. Rasulullah SAW bersabda:

“Bahwa Allah SWT telah berfirman (dalam Hadist Qudsi): Tidak akan masuk surga orang yang dalam hatinya terdapat rasa takabur walau hanya sebesar biji sawi” (Al-Ghazali, 1995:178)

Sehingga dalam sudut pandang Islam keterlibatan pribadi yang bertujuan untuk mempertinggi citra diri itu tidak diperbolehkan, sedangkan responden / pemilik rumah di perumahan Araya ini aspek pribadinya lebih rendah jika di bandingkan dengan aspek objek dan aspek situasi. Hal ini menunjukkan bahwa dalam proses pembelian rumah tidak mengutamakan aspek pribadi.

B. Keterlibatan Aspek Objek Dalam Pembelian Rumah di Perumahan Araya

Penelitian ini menunjukkan bahwa keterlibatan yang paling tinggi dalam proses pembelian rumah di perumahan Araya adalah keterlibatan objek. Sehingga konsumen saat pembelian rumah di Araya akan lebih terlibat secara mendalam dalam pencarian informasi mengenai objek, yang dimaksudkan objek dalam penelitian ini adalah mengenai produk yang ditawarkan yakni rumah. Dalam penelitian untuk mengetahui keterlibatan objek menggunakan karakteristik produk yang meliputi letak perumahan, harga rumah, desain rumah, kualitas bangunan, dan fasilitas-fasilitas penunjang. Hal tersebut senada dengan teori Engel at.al (1992:291) menyebutkan bahwa karakteristik produk dapat membentuk keterlibatan konsumen.

Aspek objek dari sebuah keterlibatan objek dalam pembelian rumah di perumahan Araya menunjukkan 83.02% responden menyatakan persetujuan apabila letak perumahan Araya strategis. Hal ini didukung jawaban responden dari kuisisioner dengan pertanyaan terbuka, alasan utama membeli rumah di perumahan

Araya dikarenakan letak kestrategisan perumahan. Dimana lokasi perumahan Araya dekat dengan terminal Arjosari maupun bandara Abd. Saleh, selain itu dekat dari pusat kota dan dekat pula dengan perbatasan Kota Malang.

Untuk Indikator harga rumah 77.46% responden menyatakan persetujuan apabila harga rumah di perumahan Araya tinggi. Hal ini juga didukung kuisioner dengan pertanyaan terbuka, alasan utama membeli rumah di perumahan Araya untuk investasi. Sehingga bisa disimpulkan jika harga rumah di perumahan Araya akan semakin tinggi kedepannya maka akan semakin menguntungkan untuk investasi.

Dalam Agama Islam tinggi rendahnya atau naik turunnya harga ditetapkan oleh mekanisme pasar, bukan dari salah satu pihak yang diuntungkan untuk kepentingan sendiri. Hal ini telah sesuai hadist Nabi yang diriwayatkan Turmudzi 1235 (Diana, 2012:49)

“Nabi SAW bersabda: Allah sendirilah yang menentukan harga, dialah yang mengekang dan melepas serta member rizki. Akuberharap akan bertemu Allah dalam keadaan tidak ada seorang pun dari kalian yang menggugatdiriku karena aku pernah berbuat dzalim, baik terhadap jiwa maupun harta.”

Sehingga untuk harga di wilayah perumahan Araya tinggi rendah ataupun naik turunnya itu ditetapkan oleh mekanisme pasar. Dimana saat harga rumah tersebut dianggap tinggi maka keterlibatan untuk aspek harga akan meningkat.

Indikator desain rumah dan kualitas bangunan masing-masing hasilnya menunjukkan 75.24% responden menyatakan desain rumah di perumahan Araya menarik dan 79.37% responden menyatakan persetujuan bangunan rumah di

perumahan Araya berkualitas. Keterlibatan objek untuk dua indikator ini cukup dipertimbangkan, dimana adanya desain yang bagus serta bangunan yang berkualitas akan diperhitungkan untuk jangka panjang.

Sedangkan indikator fasilitas penunjang merupakan indikator tertinggi dalam aspek objek yaitu sebesar 88.73% responden menyatakan bahwa penting adanya fasilitas-fasilitas penunjang di perumahan Araya. Hal ini juga didukung oleh hasil kuisioner dengan pertanyaan terbuka menunjukkan bahwa adanya fasilitas-fasilitas umum di perumahan Araya ini terus dilengkapi dan membuat para penghuni perumahan merasa berada di dalam kota sendiri, maksudnya tidak perlu keluar dari area perumahan dikarenakan semua fasilitas sudah ada, seperti Mall, Tempat-tempat olahraga dan lain-lain.

Dengan adanya fasilitas-fasilitas penunjang akan semakin mempermudah penghuni rumah di area perumahan Araya dalam menjalankan aktifitas, seperti menyediakan fasilitas tempat ibadah, *sport center*, dll. Dalam prespektif Islam memperhatikan kesulitan orang lain adalah hal yang dianjurkan, Rasulullah bersabda (Syafi'ie, 2000:251):

“Abu Hurairah berkata, Rasulullah SAW, bersabda: “barang siapa melepaskan diri dari seorang muslim satu kesusahan dari kesusahan-kesusahan di dunia, niscaya Allah melepaskan dia dari kesusahan-kesusahan hari kiamat. Dan barang siapa memberi kelonggaran kepada seseorang yang susah, niscaya Allah akan memberi kelonggaran baginya di dunia dan di akhirat; dan barang siapa menutup aib seorang muslim, niscaya Allah menetub aib dia di dunia dan di akhirat. Dan Allah selamanya menolong hamba-Nya, selama hamba-Nya menolong saudaranya”

“Abdullah bin Umar r.a berkata bahwa Rasulullah SAW bersabda, “seorang muslim adalah saudaranya muslim (yang lain), dia tidak

menganiaya dan menyerahkan saudaranya. Barang siapa yang memenuhi kebutuhan saudaranya, Allah memenuhi kebutuhannya. Barang siapa melepaskan dari seorang muslim satu kesusahan, dari kesusahan-kesusahan di dunia, niscaya Allah melepaskan dia dari kesusahan-kesusahan hari kiamat. dan barang siapa menutup aib seorang muslim, niscaya Allah menetub aib dia di dunia dan di akhirat. Dan Allah selamanya menolong hamba-Nya, selama hamba-Nya menolong saudaranya.” (HR. Bukhari dalam Syafi’ie, 2000:260)

Melepaskan kesusahan orang lain sangat luas maknanya, dalam hal ini dengan menyediakan fasilitas-fasilitas dalam lingkungan perumahan di Araya merupakan salah satu dari melepaskan kesusahan dengan memberikan kemudahan dalam beribadah dengan memberikan fasilitas tempat ibadah, kemudahan dalam berolah raga dengan memberikan fasilitas *sport center*, dan fasilitas-fasilitas lainnya yang memiliki tujuan-tujuan kemudahan beraktifitas.

C. Keterlibatan Aspek Situasi Dalam Pembelian Rumah di Perumahan Araya

Kemudian didasari oleh keterlibatan situasi. Dalam hal ini situasi di perumahan Araya cukup menjadi pertimbangan dalam proses pembelian rumah. Menurut Engel et.al (1992:291) keterlibatan situasi berubah sepanjang waktu dan bersifat oprasional atas dasar temporer dan memudar segera sesudah hasil pembelian dipecahkan. Menurut Peter dan Olson (1999:86) keterlibatan situasional ditentukan oleh aspek lingkungan fisik dan sosial yang ada disekitar konsumen yang dengan segera mengaktifkan konsekuensi dan nilai penting sehingga membuat produk dan merek yang terlihat secara pribadi lebih relevan.

Keterlibatan situasi dalam penelitian ini dijelaskan oleh beberapa indicator yakni situasi lingkungan perumahan yang kondusif, susana perumahan yang mewah dan berkelas, situasi sosial harmonis, situasi penataan lingkungan yang

tertib dan teratur, serta adanya promosi penjualan/keringanan pembiayaan. Keterlibatan situasi ini menurut Mulyana dkk (2013) juga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keterlibatan konsumen.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan aspek situasi dari sebuah keterlibatan konsumen dalam pembelian rumah di perumahan Araya menunjukkan 80.63% responden menyatakan situasi lingkungan di perumahan Araya kondusif. Dalam pembelian rumah situasi kondusif di area perumahan ini penting untuk diciptakan. Karena saat keamanan terjamin, jauh dari keramaian, akan menimbulkan rasa nyaman bagi penghuni rumah di sebuah perumahan, hal ini juga didukung jawaban responden hasil dari pertanyaan terbuka bahwa beberapa responden menyebutkan alasan utama memilih rumah di perumahan Araya dikarenakan faktor keamanan dan kenyamanan, meskipun petugas keamanan berkurang kemudian disiasati dengan *one gate system*.

Sebesar 75.87% responden menyatakan bahwa suasana di perumahan Araya terlihat mewah dan berkelas, hal ini menunjukkan bahwa image citra dari merek Araya cukup bagus, tetapi hasil penelitian ini untuk aspek pribadi merupakan aspek yang memiliki keterlibatan paling rendah jika dibandingkan dengan dua aspek lainnya.

Dalam konsep Islam tampilan fisik hendaknya tidak bertujuan untuk menunjukkan kemewahan. Dalam Al Qur'an surat At-Takaatsur ayat 1-5 yaitu:

(1) Bermegah-megahan telah melalaikan kamu, (2) Sampai kamu masuk ke dalam kubur, (3) Janganlah begitu, kelak kamu akan mengetahui (akibat perbuatanmu itu), (4) Dan janganlah begitu, kelak kamu akan

mengetahui, (5) Janganlah begitu, jika kamu mengetahui dengan pengetahuan yang yakin.

Dari pengertian di atas, sesuai dengan konsep Islam, jika menampilkan suatu dengan tujuan kemegahan atau menunjukkan kemewahan itu tidak diperbolehkan, tetapi jika diniatkan untuk sebuah keindahan itu diperbolehkan. Hal ini sesuai dengan hadist Nabi SAW yang diriwayatkan oleh Muslim adalah sebagai berikut:

“Tidak akan masuk surge seseorang yang di dalam hatinya terdapat kesombongan sebesar debu.” Ada seseorang yang bertanya, “Bagaimana dengan seorang yang suka memakai baju dan sandal bagus?” Beliau menjawab, “Sesungguhnya Allah itu indah dan menyukai keindahan. Sombong adalah menolak kebenaran dan meremehkan orang lain.”

Dari hadist tersebut dapat disimpulkan bahwa segala sesuatu itu dilihat dari niat atau tujuan. Dalam proses keterlibatan objek dengan indikator kemewahan ini tidak diperbolehkan, tetapi jika diniatkan memilih rumah di perumahan Araya karena keindahannya hal tersebut diperbolehkan, karena sesungguhnya Allah juga menyukai keindahan.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan aspek situasi dari sebuah keterlibatan dalam pembelian rumah di perumahan Araya menunjukkan 76.19% responden menyatakan bahwa hubungan sosial di wilayah perumahan Araya harmonis, hubungan antar tetangga maupun dengan perangkat kampung seperti RT/RW cukup bagus, meskipun di wilayah perumahan ini beragam latar belakang tetapi kerukunan antar warga cukup bagus, hal ini didukung dari pertanyaan terbuka yang menyatakan bahwa privasi masing-masing rumah tetap terjaga dan komunikasi antar warga tetap terjalin dengan baik, meskipun masih banyak yang

bersifat individualis. Hal tersebut selaras dengan dengan pendapat Asael (2004) dalam Ghafeleh at.al (2011) faktor yang mempengaruhi keterlibatan adalah lingkungan sosial.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan aspek situasi dari sebuah keterlibatan dalam pembelian rumah di perumahan Araya menunjukkan 83.33% responden menyatakan bahwa penataan lingkungan di perumahan Araya teratur. Hasil mengenai indikator penataan lingkungan ini selaras dengan pendapat dari Asael (2004) dalam Ghafeleh at.al (2011) faktor yang mempengaruhi keterlibatan adalah lingkungan fisik. Penataan lingkungan juga salah satu indikator yang paling tinggi nilainya dalam aspek situasi ini. Sehingga tataletaknya diperhitungkan dengan baik untuk kemudahan dan keindahan lingkungan.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan aspek situasi dari sebuah keterlibatan dalam pembelian rumah di perumahan Araya menunjukkan 70% responden menyatakan bahwa ada promosi penjualan saat membeli rumah di perumahan Araya. Hal ini menunjukkan bahwa situasi saat pembelian terdapat promosi penjualan bisa dalam bentuk potongan harga maupun kemudahan pembayaran. Sehingga dalam proses pembelian didasari oleh aspek situasi pembelian yakni terdapat promosi penjualan.

4.2.2 Alasan Konsumen Membeli Rumah di Perumahan Araya

Dalam penelitian, selain kuisisioner tertutup juga disediakan kuisisioner yang sifatnya terbuka dengan tujuan memberikan jawaban responden yang tidak

tertampung pada kuisioner tertutup. Hasil dari pertanyaan terbuka tersebut mengenai alasan memilih rumah di perumahan Araya adalah sebagai berikut.

- A. Mayoritas jawaban responden mengarah pada lokasi perumahan Araya yang strategis, dikarenakan lokasi perumahan Araya dekat dengan terminal Arjosari maupun bandara Abd. Saleh, selain itu dekat dari pusat kota dan dekat pula dengan perbatasan Kota Malang. Lokasi perumahan yang strategis merupakan hal yang sangat menguntungkan untuk konsumen maupun pihak pengembang hal ini sesuai dengan pendapat dari Kotler dan Amstrong (2003) dimana lokasi (*place*) yang strategis dapat mempercepat tingkat penjualan dan mempermudah dalam pemasarannya.
- B. Alasan selanjutnya yakni kenyamanan, kenyamanan ini terbentuk karena keamanan rumah di wilayah perumahan Araya yang terjamin, privasi masing-masing pemilik rumah terjaga, kebersihan lingkungan di wilayah Araya juga selalu terpelihara serta ruang terbuka hijau yang menjadikan udara sejuk, bentuk tata ruang perumahan Araya yang teratur dan terencana dengan baik, dan jauh dari keramaian. Selain itu bentuk jalan yang lebar, saluran air yang tertutup dan bebas banjir juga menjadi alasan dalam memilih sebuah hunian.
- C. Fasilitas-fasilitas penunjang pun menjadi salah satu alasan dipilihnya perumahan Araya sebagai hunian keluarga, dimana tersedianya fasilitas yang dapat memenuhi kebutuhan maupun keinginan dari penghuni rumah menjadikan perumahan Araya nampak seperti kota kecil.

D. Perumahan Araya merupakan salah satu perumahan besar di Kota Malang, hal ini menjadikan perumahan Araya memiliki nilai prestise yang cukup tinggi, sehingga nilai prestise tersebut dapat dijadikan alasan untuk memiliki rumah di perumahan Araya. Dengan berkembangnya perumahan Araya saat ini memiliki rumah di perumahan Araya juga dapat dijadikan sebuah investasi masa depan. Selain itu harga yang ditawarkan sesuai dengan keinginan pelanggan juga merupakan salah satu alasan dari pemilihan rumah.

Menurut Sianturi (2006) faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian rumah adalah harga, pendapatan, lokasi, dan fasilitas. Hal ini selaras dengan penelitian ini dimana alasan memilih rumah di perumahan Araya.

Dalam perspektif Islam, alasan dalam melakukan suatu perbuatan itu dilihat dari niat awalnya, hal ini telah dijelaskan dalam HR. Bukhari no. 6689

Rasulullah SAW bersabda “Sesungguhnya setiap amalan harus disertai dengan niat. Setiap orang hanya akan mendapat balasan tergantung pada niatnya. Barang siapa yang hijrah karena cinta kepada Allah dan Rasul-Nya maka hijrahnya akan sampai kepada Allah dan Rasul-Nya. Barang siapa yang hijrahnya karena menginginkan perkara dunia atau karena wanita yang ingin dinikahinya, maka hijrahnya (hanya) mendapatkan apa yang dia inginkan.”

Dari keterangan hadist tersebut jika alasan dalam membeli rumah di wilayah Araya ini sebaiknya tidak dengan alasan yang bersifat duniawi, seperti prestise ataupun kemewahan yang ditawarkan. Tetapi lebih baik didasarkan pada kebutuhan hidup.