

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN RUMAH DI KOTA BATAM

Ronny Firdiansyah Arief

(Program Magister Manajemen, Universitas Internasional Batam)

e-mail : ronny.firdiansyah@uib.ac.id

ABSTRACT

This study intends to analysis the factors that influence consumers in the city of Batam in their decision to buy a house. The factors are attributes of the house, location, surrounding environment, and house prices. Samples were taken from 377 respondents who are home owners/occupants in the city of Batam and statistical analysis using SPSS version 24. Environmental factors have the most significant influence on home buying decisions, followed by house attributes and housing locations. While the price factor according to the results of data processing carried out, the data is not reliable so that its influence cannot be analyzed.

Keywords: Real Estate, Buying Decision, House Attributes, Location, Environment and Price.

ABSTRAK

Penelitian ini bermaksud untuk mendapatkan jawaban atas faktor faktor yang mempengaruhi konsumen kota Batam dalam keputusannya membeli rumah, faktor faktor yang diteliti yaitu: Atribut rumah, lokasi, lingkungan sekitar dan harga rumah. Sampel diambil dari 377 responden yang merupakan pemilik/penghuni rumah di kota Batam dan analisis statistik menggunakan SPSS versi 24. Faktor lingkungan sekitar berpengaruh paling signifikan dalam pengambilan keputusan membeli rumah, diikuti faktor atribut rumah dan lokasi perumahan. Sementara faktor Harga menurut hasil pengolahan data yang lakukan, datanya tidak realibel sehingga tidak dapat dianalisis pengaruhnya.

Kata Kunci: Real Estate, Keputusan Membeli, Atribut Rumah, Lokasi, Lingkungan dan Harga.

PENDAHULUAN

Tren global telah merubah gaya hidup masyarakat, saat ini masyarakat lebih memilih hidup di perkotaan. Hal ini menyebabkan pertumbuhan perkotaan semakin hari semakin meningkat dan meluas ke daerah daerah sekitarnya. Indonesia sendiri termasuk negara yang mengalami proses urbanisasi yang sangat cepat. Berdasarkan data Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil (Disdukcapil) tahun 2015 tercatat jumlah penduduk kota Batam 1.032.121 jiwa dengan jumlah kepala rumah tangga 424.081 keluarga. Sementara itu, data status kepemilikan rumah tinggal hanya 269.927 kepala keluarga yang milik sendiri, Sebanyak 132.355 kepala keluarga tinggal di rumah status sewa 132.355 dan sisanya 21.755 kepala keluarga status kepemilikan rumahnya yang lainnya. Gambaran

diatas memperlihatkan kebutuhan rumah tinggal penduduk Kota Batam masih tinggi. Data *backlog* (BPS, 2015) menunjukkan bahwa khusus Kota Batam tercatat kebutuhan rumah sebanyak 191.272 unit. Sedangkan kebutuhan rumah untuk Provinsi Kepulauan Riau sebanyak 300.577 unit. Semakin kompetitifnya persaingan antar pengembang ini mendorong setiap pengembang untuk menyusun strategi dalam memenangkan persaingan. Indikator bagi pengembang dalam memenangkan persaingan adalah banyaknya rumah hunian yang ditawarkan dibeli oleh konsumen.

Real estat di Indonesia mempunyai karakteristik yang spesifik karena sangat terkait dengan kebutuhan dan permintaan konsumen. Pada saat ini, belum banyak penelitian yang dipublikasikan yang meneliti cara konsumen mengambil keputusan dalam membeli rumah tinggal dan faktor-faktor penting yang mempengaruhinya. Oleh karena itu, penelitian ini ditujukan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam membeli real estat dalam konteks rumah tinggal di Kota Batam.

Adapun tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh atribut rumah, lokasi, lingkungan perumahan, dan harga rumah terhadap keputusan konsumen membeli rumah. Manfaat penelitian ini adalah (1) bagi seorang manajer pemasaran real estat, hasil penelitian ini diharapkan dapat merumuskan strategi pemasaran yang tepat sasaran (*effective*) dan tepat guna (*efficient*) dalam mengambil hati konsumen, juga mampu untuk bersaing dengan keunggulan yang kompetitif. (2) hasil penelitian ini juga dapat digunakan oleh pengembang agar bisa memenangkan persaingan dan berkelanjutan dengan cara memenuhi kebutuhan konsumen akan rumah tinggal. (3) bagi pemerintah, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi dalam pembuatan kebijakan-kebijakan yang berkaitan dengan atribut perumahan dan pemukiman di wilayah Kota Batam.

Studi Empiris tentang Keputusan Membeli

Studi terhadap faktor faktor keputusan membeli rumah masih menarik perhatian peneliti di bidang pemasaran pada dekade terakhir ini. Keputusan membeli ini masih menjadi bahasan bukan hanya dinegara negara berkembang tetapi juga di negara negara maju baik di Asia (Korea Selatan, Taiwan) tetapi juga di Eropa (Inggris dan Italia), Amerika, bahkan Australia.

Beberapa kajian tentang keputusan membeli rumah telah dilakukan dalam konteks negara-negara sedang berkembang, seperti Malaysia (Salleh *et al.*, 2014; Razak *et al.*, 2013), China (Zeng, 2013; Huang & Yi, 2010; Wang & Li, 2006), Thailand (Klaintorn *et al.*, 2013; Roidoung, 2013), Vietnam (Si, 2012), Saudi Arabia (Opoku & Abdul-Muhmin, 2010), Turkey (Sengul *et al.*, 2010), India (Nazar & Manoj, 2005) dan Chili (Greene *et al.*, 2002). Penelitian yang serupa dalam konteks negara-negara maju telah dilakukan di Korea Selatan (Hwanginseong & Hagusu, 2015; Han & Kim, 2010), Taiwan (Wu & Teng, 2011; Xiao & Tan, 2007), Australia (Ratchatakulpat *et al.*, 2009; Daily *et al.*, 2003), Inggris (Bhatti *et al.*, 2004), Italia (Colombino & Miei, 1994) dan Amerika serikat (Bitter *et al.*, 2006; Yennis *et al.*, 2001; Kiel & Zabel, 2004). Hal ini menunjukkan bahwa belum ada penelitian yang mengeksplorasi faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian rumah di Indonesia. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk memperkaya pemahaman tentang perilaku konsumen Indonesia dalam membeli rumah.

Si (2012) menyelidiki faktor-faktor kunci yang mempengaruhi keputusan pembelian perumahan di Vietnam. Studi ini menemukan adanya pengaruh signifikan antara *living space* dan *distance* dalam mempengaruhi keputusan pembelian rumah di negara tersebut. Tiga faktor yang mempunyai tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian perumahan adalah fitur, status keuangan dan lingkungan. Pada penelitian ini mengungkapkkan tidak adanya perbedaan faktor demografis dalam pengambilan keputusan

pembelian rumah.

Zeng (2013) mengkaji dampak dari preferensi atribut perumahan dan aspek kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian perumahan rumah di Tiongkok. Kajian ini menghasilkan 33 atribut produk perumahan dan 10 atribut kualitas pelayanan penyedia yang dipertimbangkan konsumen Tiongkok sebelum membeli rumah. Namun demikian hanya dua atribut perumahan (lokasi dan estetika) berpengaruh secara positif terhadap keputusan pembelian perumahan.

Hasil penelitian mengungkapkan bahwa aspek demografis konsumen (terutama usia, status perkawinan, latar belakang pendidikan, pekerjaan dan status keluarga) secara signifikan mempengaruhi keputusan pembelian perumahan. Sedangkan aspek gender dan pendapatan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian rumah.

Hubungan Antar Variabel

Jumlah pilihan atribut yang tersedia untuk konsumen sangat banyak, tetapi konsumen tidak dapat menyadari semua pilihan yang tersedia dalam keputusan pembelian mereka, kriteria evaluatif biasanya “*features product*” atau atribut yang berhubungan dengan konsumen dengan manfaat yang mereka inginkan (Hawkins *et al.*, 2011). “*features*” rumah termasuk desain, ukuran rumah dan kualitas bangunan menjadi penentu yang berkaitan dalam pengambilan keputusan untuk membeli rumah (Adair *et al.*, 1996). Studi terdahulu menunjukkan bahwa atribut rumah tinggal memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pilihan pembelian rumah konsumen, seperti Zeng, 2013; Opoku & Abdul-Muhmin, 2010; Sengul *et al.*, 2010; Xion & Tan, 2007; Wang & Li, 2006; Bhatti *et al.*, 2004; Daly *et al.*, 2003; Greene *et al.*, 2002.

Tiga faktor utama yang harus dipertimbangkan oleh pembeli properti sebelum membeli rumah adalah lokasi, lokasi, dan lokasi (Marbeck, 1994), lokasi juga memainkan peran yang paling penting dalam keberhasilan proyek perumahan, lokasi yang baik akan memberikan keuntungan yang tinggi dan kecepatan pengembalian modal.

Studi yang dilakukan oleh Zhang & Lin (2012) membuktikan bahwa efek dari lokasi terhadap kebersamaan lingkungan disekitarnya, seperti warga yang tinggal ditempat tinggal dengan lift atau komunitas perumahan yang terjaga memiliki efek paradok dengan penurunan rasa peduli dan rasa memiliki antar sesama masyarakatnya, disain dan lokasi yang berbeda memberikan nilai yang berbeda juga dalam status sosial, ketersediaan produk, kesempatan kerja dan konsumsi barangnya, jadi lokasi juga menjadi faktor kunci yang menyebabkan kualitas perumahan dan kesejahteraan rumah tinggal (Jansen *et al.*, 2011)

Banyak peneliti menganggap penting untuk mengidentifikasi faktor-faktor lingkungan ini. variabel lingkungan sekitar rumah ini paling sering diteliti dalam studi terbaru. Lingkungan perumahan mencakup rentang yang sangat luas dari seperti karakteristik lingkungan, (Arimah, 1997; Fierro *et al.*, 2009; Pasha & Butt, 1996) pencemaran lingkungan, bahaya terhadap polusi udara, ruang terbuka hijau, keamanan, karakteristik budaya dari lingkungan, penerangan jalan, kebisingan, banjir, jalan setapak, lebar jalan dan trotoar, tata letak jalan dan aspek geografis (Ekeland *et al.*, 2004).

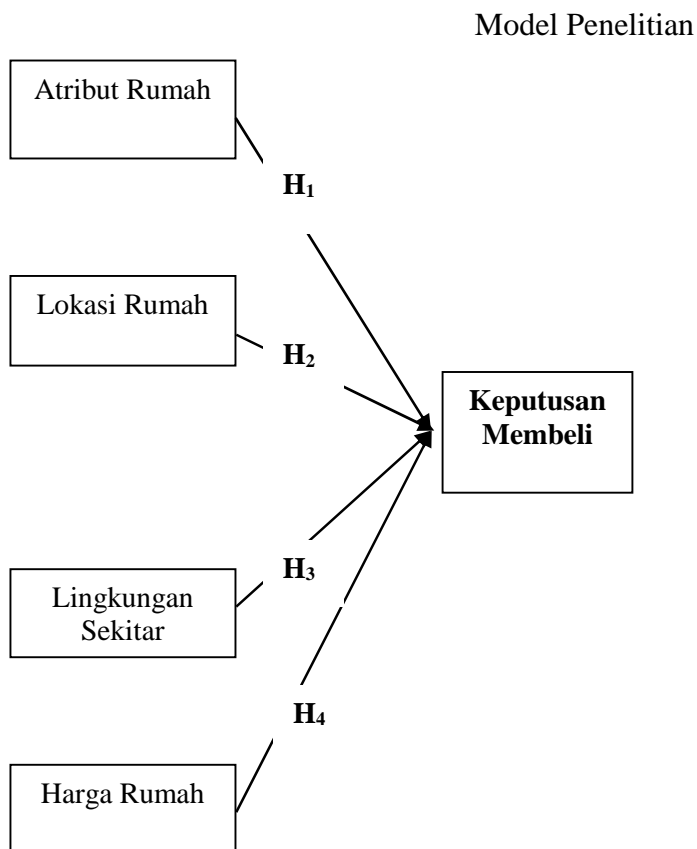
Studi terdahulu menunjukkan bahwa Lingkungan sekitar rumah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pilihan pembelian rumah konsumen, seperti: Salleh *et al.*, 2014; Sean & Hong, 2014; Sengul *et al.*, 2010; Ratchatakulpat *et al.*, 2009; Wang & Li, 2006; Daly *et al.*, 2003; Colombino 1994.

Dalam perspektif *real estate*, harga yang dikenakan oleh pengembang dianggap menjadi harga pasar saat itu, dan harga juga dapat dianggap sebagai faktor kunci untuk

membeli perumahan dan membuat keputusan membeli rumah, sebagian besar pembeli akan mencari harga properti yang terjangkau dengan kemampuannya. Studi terdahulu menunjukkan bahwa harga rumah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pilihan pembelian rumah konsumen, seperti: Salleh *at al.*, 2014; Suwampimon, 2010; Wang & Li, 2006; Daly *at al.*, 2003.

Model Penelitian dan Perumusan Hipotesis

Variabel bebas yang akan digunakan adalah variabel atribut rumah, variabel lokasi rumah, variabel lingkungan sekitar dan variabel harga rumah sedangkan variabel terikat yang digunakan adalah variabel keputusan membeli.



Berdasarkan penjelasan gambar diatas maka hipotesis penelitian yang diformulasikan adalah terdapat pengaruh signifikan yang positif antara atribut rumah, lokasi rumah, lingkungan, dan harga rumah terhadap keputusan pembelian.

METODE PENELITIAN

Tujuan penelitian ini adalah menguji tingkat signifikansi antara variabel independen (atribut rumah, lokasi, lingkungan sekitar dan harga rumah) terhadap variabel dependen (keputusan membeli). Dengan demikian penelitian ini dikategorikan sebagai penelitian korelasional (Brahmasari & Suprayetno, 2008).

Objek Penelitian

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Batam. Target

populasi penelitian ini adalah warga Kota Batam yang memiliki rumah di Kota Batam. Berdasarkan data Biro Pusat Statistik tahun 2015, jumlah kepala keluarga di Kota Batam 424.081 kepala keluarga. Sampel penelitian ditentukan berdasarkan Tabel Krejcie & Morgan (1970), yaitu sebanyak 381 responden. Untuk mengantisipasi adanya kesalahan dalam pengisian kuesioner, maka jumlah sampel ditambah menjadi 415 sampel. Metode pemilihan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah non probabilitas (*accidental sampling*).

Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai media untuk melakukan survei terhadap responden. Adapun pertanyaan di kuesioner terdiri dari pertanyaan umum atau karakteristik responden dan pertanyaan utama.

HASIL & PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Berikut adalah sebaran kuesioner yang dilakukan dan jumlah kuesioner yang dapat digunakan untuk penelitian ini.

Keterangan	Jumlah
Jumlah kuesioner yang didistribusikan	415
Jumlah kuesioner yang berhasil di kumpulkan	390
Jumlah kuesioner yang tidak sesuai kriteria	13
Jumlah kuesioner yang sesuai kriteria	377

Karakteristik Responden

Secara umum, responden berasal dari pria sebesar 51.9% dan Wanita 48.1%. mayoritas usia responden adalah 35 tahun (35.8%) dengan pekerjaan adalah karyawan (53.6%). Sementara pekerjaan lainnya yang merupakan kelompok kedua terbanyak dengan 70 responden, yang didalam kuesioner mereka menuliskan swasta, wirausaha, pekerja lepas, pensiunan dan lain lain.

Selain itu, mengenai penghasilan perbulannya menunjukkan mayoritas responden yang berpenghasilan antara Rp. 4 sampai 9 juta / bulan sebanyak 147 responden dengan proporsi sebesar 40,3%, menyusul 100 responden atau 27,4% dengan penghasilan dibawah Rp. 4 juta / bulan.

Hal ini sesuai dari status karyawan sebelumnya yang menyatakan kebanyakan responden merupakan karyawan kantoran / pabrikan dengan penghasilan diatas rata rata UMR kota Batam.

Data kuesioner penghuni rumah didominasi penghuni yang berisikan 4 orang disatu rumah dengan 104 responden atau 28,4 % yang menandakan kebanyakan rumah dihuni oleh keluarga inti yakni ayah, ibu dan anak. Tahun pembelian rumah didominasi oleh responden yang membeli rumah kurang dari 5 tahun yang lalu 176 reponden atau 43,4%, diikuti 159 responden atau 43,4 % responden yang membeli rumah 5 sampai 10 tahun yang lalu.

Harga rumah dengan harga 126 juta rupiah sampai dengan 500 juta rupiah

mendominasi data respon sebesar 57,9% atau 212 responden menunjukkan responden banyak memiliki rumah dengan luasan rumah rata rata sekitar diatas 36 m² sampai sekitar 100 m² yang dapat digolongkan pada rumah kelas menengah.

Karakteristik Variabel

Atribut rumah di Kota Batam memiliki rata rata 3,54 yang artinya responden cukup setuju bahwa atribut rumah berpengaruh terhadap pengambilan keputusan dalam pembelian rumah. Hal ini tentunya menjadi perhatian para pengembang agar meningkatkan atribut atribut rumah agar lebih menarik bagi calon pembeli. Atribut rumah yang perlu diperbaiki adalah pilihan terhadap jenis rumah yang ditawarkan pengembang, seperti jenis rumah yang berbentuk apartemen, villa atau berbentuk rumah tunggal dan rumah kopel. Selain itu kekokohan dari konstruksi rumah juga yang masih perlu ditingkatkan. Jumlah dan ukuran dari ruang tamu, kamar tidur, kamar mandi serta ketersediaan garasi dan gudang harus lebih diperhatikan oleh para pengembang agar lebih menarik calon pembeli rumah.

Lokasi rumah menurut hasil penelitian menunjukkan nilai rata-rata sebesar 3,71. Hal ini menunjukkan bahwa responden menilai lokasi rumah cukup penting dalam mengambil keputusan membeli rumah di kota Batam. Sehingga pengembang dalam menentukan lokasi perumahannya perlu mencari lokasi lokasi strategis yang berdekatan dengan tempat kerja para calon pembeli rumah, seperti yang berdekatan dengan kawasan perkantoran, kawasan kawasan industri dan kawasan perdagangan.

Kedekatan dengan tempat sekolah dan fasilitas transportasi umum serta berada dipusat kota dan jalan utama merupakan hal hal yang perlu juga diperhatikan pengembang, begitu juga dengan kedekatan perumahan dengan pusat pusat kegiatan sosial dan tempat layanan masyarakat lainnya seperti taman bermain, lapangan olah raga, klinik, pos keamanan dan lain lain

Lingkungan sekitar yang menggambarkan kondisi tetangga sekitar, keamanan lingkungan, penghijauan atau taman lingkungan, polusi atas kebisingan dan polusi udara, kondisi jalan lingkungan dan sistem drainase yang baik oleh para responden dianggap penting menjadi dasar dalam pengambilan keputusan pembelian rumah, dan ditunjukkan dengan nilai rata rata 4,05.

Variabel Harga, dengan nilai rata rata 3,81 yang meliputi kemampuan keuangan responden, kesesuaian harga dengan kualitas rumah yang mau dibeli dan pola pembayaran kredit yang ditawarkan menurut penilaian responden cukup penting dalam menentukan keputusan membeli rumah di kota Batam.

Hasil Uji Outlier

Untuk pernyataan yang telah di uji terdapat 6 variabel yang tidak *valid* karena memiliki nilai muatan faktor 0,6 (Hair *et al.*, 2001) seterusnya di eliminasi dari penelitian. Terdiri dari variabel atribut rumah yaitu desain rumah, ukuran ruang tamu dan lahan untuk taman di perkarangan rumah, pada variabel lingkungan yang tidak lulus uji validasi adalah kondisi tetangga sekitar dan sistem drainase dilingkungan perumahan. Untuk variabel harga faktor yang tidak lulus uji validasi adalah faktor kesesuaian kualitas bangunan dengan harga rumah yang akan dibeli.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Berdasarkan hasil uji asumsi klasik, data penelitian bebas dari uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas. Data juga terdistribusi secara normal.

Hasil Uji Hipotesis

Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa tingkat signifikansi hubungan antara Atribut Rumah (X1) dan keputusan membeli. Hal ini menunjukkan bahwa fisik atau bentuk rumah berpengaruh terhadap keputusan membeli. Hasil ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Greene *et al.*, (2002); Daly *et al.*, (2003); Bitter *et al.*, (2006); Xiao & Tan, (2007); Ratchatakulpat & Marchant, (2009); Han & Kim (2010); Opoku & Abdul-Muhmin, (2010). Tingkat signifikansi hubungan antara Lokasi (X2) dan keputusan membeli. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara atribut lokasi rumah terhadap Keputusan Membeli. Temuan ini mirip dengan banyak penelitian sebelumnya pada pembeli rumah. Banyak peneliti juga menyarankan lokasi yang di jalan utama, lokasi di jalan pusat kota, lokasi dekat dengan transportasi umum, dan lokasi dekat dengan tempat kerja adalah kriteria seleksi yang paling penting ketika pembeli rumah membeli rumah (Opoku & Abdul-Muhmin, 2010; Wang & Li, 2006; Si, 2012). Tingkat signifikansi hubungan antara Lingkungan (X3) dan keputusan membeli. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Daily *et al.*, (2003); Wang & Li (2006); Opoku & Abdul-Muhmin, (2010).

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi pada penelitian ini adalah 42.1%. Nilai tersebut menunjukkan besaran pengaruh dari variabel independen atribut rumah, lokasi rumah dan lingkungan sekitar. Sisanya 59.7% dipengaruhi oleh variabel di luar model penelitian.

SIMPULAN & SARAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen membeli rumah di Kota Batam. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa keputusan konsumen dalam membeli rumah dipengaruhi oleh atribut rumah, lokasi perumahan, dan lingkungan sekitar. Sedangkan variabel harga tidak dapat dilanjutkan analisisnya karena tidak reliabel. Atribut rumah berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam membeli rumah. Hal ini karena pilihan konsumen dalam membeli rumah didasarkan pada berbentuk rumah (tunggal atau kopel, vila atau apartemen). Begitu juga faktor konstruksi rumah yang kokoh, ukuran dan jumlah ruangan (seperti kamar tidur, dapur, ruang makan dan kamar mandi, serta ketersediaan garasi dan gudang pada tata letak rumah) merupakan atribut-atribut yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli rumah. Lokasi perumahan yang strategis berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam membeli rumah. Semakin dekat lokasi perumahan dengan tempat kerja, sekolah anak, fasilitas transportasi umum, pusat perbelanjaan, pusat kota dan lain sebagainya. Lingkungan sekitar (seperti keamanan lingkungan, taman penghijauan disekitar perumahan, tidak adanya polusi udara maupun kebisingan, serta kondisi permukaan jalan di lingkungan sekitar) berpengaruh signifikan dan penting terhadap keputusan konsumen membeli rumah.

Beberapa rekomendasi untuk penelitian selanjutnya adalah (1) pada penelitian selanjutnya perlu mengembangkan instrumen yang lebih reliabel untuk variabel harga. (2) motivasi pembeli rumah merupakan variabel yang menentukan keputusan pembelian. Penelitian selanjutnya perlu mempertimbangkan variabel ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179-211.
- Arimah, Ben C. (1997). The Determinants of Housing Tenure Choice in Ibadan, Nigeria. *Urban Studies*, 1997(34), 105-124.
- Batam Dalam Angka, (2015). Badan Pusat Statistik Kota Batam
- Bitter, Chris, Mulligan, Gordon & Dell'Erba, Sandy (2007). Interporating spatial variation in housing attribute prices: A comparison of geographically weighted regression and the spatial expansion method. *Journal of geographical systems*, 9(1), 7-27.
- Bettman, J. R., Luce, M. F., & Payne, J. W. (1998). Constructive consumer choice processes. *Journal of Consumer Research*, 25(3), 187-217.
- Choguill, C. L. (2008). Developing sustainable neighborhoods. *Habitat International*, 32,41-8.
- Cupchik, Gerald C, Ritterfeld, Ute & Levin, Julia (2003). Incidental learning of features from interior living spaces. *Journal of Environmental Psychology*, 23(2), 189-197
- Daly, J., Gronow, S., Jenkins, D., & Plimmer, F. (2003). Consumer behaviour in the valuation of residential property: A comparative study in the UK, Ireland and Australia. *Property Management*, 21(5), 295-314.
- Ekeland, Ivar, Heckman, James J., & Nesheim, Lars P. (2004). Identification and Estimation of Hedonic Models. *Journal of Political Economy*, 112(2), 60-109.
- Fierro, Karen P., Fullerton, Thomas M., & Donjuan-Callejo, K. Erika. (2009). Housing Attribute Preferences in a Northern Mexico Metropolitan Economy. *International Atlantic Economic Society*, 37(2), 159-172
- Greene, Margarita & ortuzar, Juan de dios. (2002). Willingness to pay for social housing attributes: A Case Study From Chili. *International Planning Studies*, 7(1), 55-87.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haddad, M., Judeh, M., & Haddad, S. (2011). Factors affecting buying behavior of an apartment and empirical investigation in Amman, Jordan. *Applied Sciences, Engineering and Technology*, 3(3), 234-239.
- Hair, J. F., Black, B., Babin, B., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2010). *Multivariate data analysis: A Global Perspective*. New York: Pearson Education.
- Hawkins, Del I, Mothersbaugh, David L, & Mookerjee, Amit. (2011). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy* (11th ed.). New York: Tata McGraw-Hill.
- Han, H., & Kim, Y. (2010). An investigation of green hotel customer's decision formation: Developing an extended model of the theory of planned behavior. *International Journal of Hospitality Management*, 29 (4), 659-668.
- Huang, Youqing. (2003). Renters' housing behavior in transitional urban China. *Housing studies*, 18(1), 103-126
- Huang, YouQin & Yi, Cheng Dong. (2010). Consumption and tenure choice of multiple homes in transitional urban China. *International Journal of Housing Policy*, 10 (2), 105-131.
- Jansen, S. J., Coolen, H.C., Goetgeluk, R.W. (2011). Housing preferences. The Measurement and Analysis of Housing I.
- Koller, Monika, Floh, Arne, & Zauner, Alexander. (2011). Further insights into perceived value and consumer loyalty: A 'Green' perspective,. *Psychology & Marketing*, 28(12), 1154-1176.
- Kotler, Philip, & Armstrong, Gary. (2009). *Principles of Marketing* (13th ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, Philip, & Keller, Kevin Lane. (2009). *Marketing Management* (5th ed.). New

- Jersey: pearson Education, Inc.
- Kunshan, W., & Yiman, T. (2011). Applying the extended theory of planned behavior to predict the intention of visiting a green hotel. *African Journal of Business Management*, 5(17), 7579-7587.
- Litman, T. (10 Desember 2012). Victoria Transport Policy Institute Retrieved 29 Desember 2012, from Home Location Preferences and Their Implications for Smart Growth:www.vtpi.org
- Marbeck, A.B. (1994). House Buying in Malaysia. Kuala Lumpur, Malaysia. Berita Publishing.
- Nasar KK, & Manoj PK. (2015). Purchase decision for apartments: A closer look into the major influencing factors. *International Journal of Research in Applied, Natural and social Sciences*. 3(5), 105-112
- Opoku, R., & Abdul-Muhmin, A. (2010). Housing preferences and attribute importance among low-income consumers in Saudi Arabia. *Habitat International*, 34, 219-227.
- Phan Thanh Si. (2012). Key factors affecting house purchase decision of customers in Vietnam.
- Ratchatakulpat, T., Miller, P., & Marchant, T. (2009). Residential real estate purchase decision: Is it more than location. *International Real Estate Review*.
- Rahadi, R. A., Sudarso, K.W., Deddy P. K. & Indra, B. S. (2012). Relationship Between Consumer Preferences and Value Propositions: A Study Residential Product. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 50(0),865-874.
- Sean, Saw lip. & Honng, Tan Teck. (2014) Factor affecting the purchase decision of invertors in the residential property market in Malaysia. *Journal of surveying, Construction an property*, 5(2).
- Sengul, H., Yasemin, O., & Eda, P. (2010). The assessment of the housing in the theory of Maslow's hierarchy of needs. *European Journal of Social Sciences*, 16(2), 214-219.
- Simonson, I., Carmon, Z., Dhar, R., Drolet, A., & Nowlis, S. (2001). Consumer research: On search of identity. *Annual Review of Psychology*, 52, 249-275.
- Spetic, Wellington, Kozak, Robert, & Cohen, David. (2005). Willingness to pay and preferences for healthy home attributes in Canada. *Forest Products Journal*. *Forest Products Journal*, 55(10), 19-24.
- Tan, T. H. (2011). Measuring the willingness to pay for houses in a sustainable neighborhood, *The International Journal of Environmental, Cultural, Economic & Social Sustainability*, 7,1-12.
- Wang, Donggen, & Li, Si-ming (2006). Socio –economic differentials and stated housing preferences in guangzhou, china. *Habitat International*, 30(2), 305-326.
- Wang, Shing-Yi. (2011). State Misallocation and Housing Prices: Theory and Evidence from China. *American Economic Review*, 101(5), 2081-2107.
- Wardhani, Widya. Sumarwan, Ujang. Yulianti, Lilik Noor. (2015). Pengaruh persepsi dan preferensi konsumen terhadap keputusan pembelian hunian Green Product. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*.
- Xiao, Q., & Tan, G. (2007). Signal extraction with kalman filter: A study of the Hong Kong property price bubbles. *Urban Studies*, 44(4), 865-888.
- Yongzhou, H. (2009). Housing price bubbles in Beijing and Shanghai. *International Journal of Housing Markets and Analysis*, 3(1), 17-37.
- Zeng, Rong. (2013). Attributes influencing home buyers' purchase decisions: A quantitative study of the Wuhan residential housing market.
- Zhang, H. & Lin, S-H. (2012). Sense of Community in Taiwan and its Relationships with

the Residential Environment. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 35(0), 335-343.