

---

PENGARUH RELIGI DAN HARGA TERHADAP PERMINTAAN PERUMAHAN SYARIAH  
DI KOTA MEDAN

Mutiah Khaira Sihotang<sup>1)</sup>, Uswah Hasanah<sup>2)</sup>Haris Al Amin<sup>3)</sup>

<sup>1,2)</sup>Dosen Fakultas Agama Islam UMSU

<sup>3)</sup>Dosen Politeknik Negeri Lhokseumawe

**Abstract:** *The purpose of this study is to study the factors that affect the demand for sharia housing in the city of Medan. Variable in this research consist of 5 independent variable that is religion, price, facility, location and income. The type of this research is quantitative research with research location in sharih housing in Medan city which consists of Puri Zahara I and Zahara II, Puri Adam Malik Housing and Griya Raihan Housing. The population of this study amounted to 991 families with a sample of 90 families. Sampling is done by simple random sampling technique. Data is processed by using multiple linear regression. The results showed that religious variables and price significantly to the demand for sharia housing in Medan city partially. This is evidenced by the value of  $t_{count} > t_{table}$  that is religion ( $14,377 > 1,988$ ) and price ( $2,70 > 1,988$ ). While simultaneously, religious and price variables together have a significant effect on the demand for sharia housing in Medan which is proved by  $f_{hitung} > f_{tabel}$  ( $182,551 > 2,323$ ).*

**Keyword :** *religion, price, demand*

## PENDAHULUAN

Saat ini, perkembangan bisnis syariah menjadi perhatian para pelaku bisnis. Tidak hanya dalam bidang keuangan saja, bisnis syariah sudah merambah ke dunia properti. Hal ini di anggap menjadi sesuatu yang sangat menguntungkan bagi para pengusaha jika mengembangkan usahanya ke dalam bisnis syariah. Berkembangnya usaha masyarakat di bidang properti disebabkan oleh semakin banyaknya permintaan konsumen terhadap perumahan. Para pengusaha properti pun saat ini mulai melirik usaha properti syariah dan mulai membangun kompleks-komplek perumahan syariah.

Perumahan merupakan kebutuhan papan yang bersifat primer, selain kebutuhan pangan dan sandang, sehingga setiap orang berhubungan dengan *real estate* yang satu ini. Bagaimanapun kondisi perekonomian yang sedang terjadi, semua orang haruslah memiliki tempat tinggal untuk memenuhi salah satu kebutuhan utamanya dan sebagai tempat untuk berlindung dari terik matahari dan hujan.

Dalam menentukan pemilihan rumah, konsumen tidak saja melihat dari faktor harga, tetapi juga melihat dari faktor lokasi, bangunan, dan lingkungannya. Alasan konsumen mempertimbangkan faktor harga karena berkaitan dengan pendapatannya. Bagi konsumen yang memiliki pendapatan besar, mungkin harga tidak akan menjadi masalah, tetapi mereka lebih mempertimbangkan faktor lokasi dan kualitas bangunannya. Untuk faktor lingkungan,

merupakan faktor tambahan yang tidak bisa diabaikan karena faktor ini adalah salah satu faktor yang menentukan perumahan tersebut layak untuk dihuni seperti keamanannya, kebersihannya, kelengkapannya, fasilitas umum, dan lain-lain. Dengan adanya fasilitas yang lengkap, konsumen akan menetapkan pilihannya dengan puas.

Di Indonesia, hal-hal yang menggunakan nama atau label syariah cukup banyak bermunculan dan menjadi *trend* di masyarakat Indonesia diberbagai bidang, baik usaha bidang produk maupun jasa. Contoh usaha yang bergerak dalam bidang jasa, antara lain lembaga keuangan syariah, seperti perbankan syariah, asuransi syariah (*takāful*), pegadaian syariah (*rahn*), pasar modal syariah, reksadana syariah, baitul maal wattamwil dan koperasi, lembaga ZISWAF (Zakat, Infaq, Shadaqah, dan Wakaf). Selain lembaga keuangan, perusahaan yang bergerak dalam bidang produk dan jasa juga sudah banyak yang menggunakan label syariah sebagai identitas perusahaannya, seperti, salon syariah, hotel syariah, pasar syariah, laundry syariah, khususnya perumahan syariah.

Adanya perumahan syariah di Indonesia sudah mulai berkembang saat ini, khususnya di pulau Jawa. Selain agar terbebas dari riba, hal ini juga disebabkan adanya permintaan masyarakat terhadap hunian nyaman yang bernuansa islami. Berikut ini adalah daftar perumahan syariah di Indonesia.

**Tabel 1**  
Komplek Perumahan Syariah di Indonesia

No	Komplek Perumahan	Lokasi
1	First Residence	Cimanggu, Bogor
2	Griya Raja Pancasan Asri	Pancasa, Bogor
3	Abbi Garden	Cikaret, Bogor
4	Kresyar Residence	Cimahpar, Bogor
5	Twin Najma	Laladon, Bogor
6	Cilap Cilebut	Cilebut, Bogor
7	Griya Zafier	Tajur Halang, Bogor
8	Bantasari Residence	Bantasari, Bogor
9	Rabbani Residence	Parung, Bogor
10	Serpong Ramadan Village	Gunung Sindur 1 (Padurenan 1)
11	Sindur Hills Kampong Syariah	Gunung Sindur 2 (Padurenan 2)
12	Samara Residence	Dramaga
13	Quranic Green Village	Leuwiliang
14	Sabrina Azzura 1	Bantar Gebang 1, Bekasi
15	Royal Azzura	Bantar Gebang 2, Bekasi
16	Alifia Residence	Jatiasih 1, Bekasi
17	Arkanza Residence	Jatiasih 2, Bekasi
18	Kampong Hijau	Cimuning, Bekasi
19	Sabrina Azura 2	Setu
20	Khalifa Premiere	Cikarang Pusat
21	Rabbari Premiere	Cikarang
23	Pemuda Residence	Jagakarsa, Jakarta
24	Lestari Residence	Pasar Rebo, Kalisari
25	Rumah Minimalis Lenteng Agung	Lenteng Agung
26	Ruko Cilodong	Cilodong
27	Cluster Bhakti ABRI	Tapos
28	Al-Ihsan Residence	Bojongsari 1 (Serua)
30	Balad Residence	Bojongsari 2 (Jalan Balad)
31	Telaga Jambu 1	Sawangan
32	Kirai Park Residence	Cirende 1 (Tangsel)
33	De'savanna Residence	Cirende 2 (Tangsel)
34	Puri Bali	Cirende 3 (Tangsel)
35	Tiara Residence	Cirende 4 (Tangsel)
36	Gelagah Hills Residence	Cirende 5 (Tangsel)
37	Villa Kemuning	Cilegon
38	Wanacatra Kampong Syariah	Cilegon (Wanacatra)
39	Sharia Green River	Tarogong Keler, Garut
40	Nuri Nirina Cigelam	Cigelam, Purwakarta
41	Nakhil Garden Pawarangan	Cikampek
42	Atlantis View	Cibadak, Sukabumi
43	Pesona Giri Mekar	Cilengkrang (Giri Mekar), Bandung
44	Sharia Islamic Higland	Lembang
45	Sharia Dago Village	Dago

Tidak hanya di Pulau Jawa, provinsi Sumatra Utara khususnya kota Medan juga sudah mulai bermunculan perumahan syariah. Hal ini membuktikan bahwa kesadaran masyarakat untuk menghindari riba semakin meningkat. Tingginya jumlah penduduk yang beragama Islam di Indonesia dan meningkatnya permintaan akan tempat tinggal dari tahun ke tahun merupakan peluang yang sangat besar bagi *developer* untuk mengembangkan bisnis perumahan syariah ini,

apalagi belum banyak bermunculan rumah-rumah syariah.

Faktor religi menjadi salah satu faktor penting yang menjadikan alasan masyarakat untuk beralih memilih perumahan syariah. Masyarakat kota Medan yang masih mayoritas muslim menjadi salah satu alasan para *developer* untuk mengembangkan bisnis perumahan syariah di Kota Medan. Saat ini paling tidak ada sekitar 5 unit perumahan syariah yang telah di bangun dan

dihuni oleh penduduk kota Medan. Kemudian masih ada lagi proyek-proyek perumahan syariah yang akan segera di bangun oleh para *developer*.

## KAJIAN PUSTAKA

### Teori Permintaan

Menurut Sadono Sukirno (2005) permintaan adalah keinginan konsumen membeli suatu barang pada berbagai tingkat harga tertentu selama periode waktu tertentu. Fungsi permintaan seorang konsumen akan suatu barang dapat dirumuskan sebagai :

$$D_x = f ( Y, P_y, T, U ) \quad (2.1)$$

Dimana :

$D_x$  = Jumlah barang yang diminta

$Y$  = Pendapatan Konsumen

$P_y$  = Harga Barang Lain

$T$  = Selera

$U$  = Faktor-faktor Lainnya

Persamaan tersebut berarti jumlah barang  $X$  yang diminta dipengaruhi oleh harga barang  $X$ , pendapatan konsumen, harga barang lain, selera dan faktor-faktor lainnya. Dimana  $D_x$  adalah jumlah barang  $X$  yang diminta konsumen,  $Y$  adalah pendapatan konsumen,  $P_y$  adalah harga barang selain  $X$ ,  $T$  adalah selera konsumen dan  $U$  adalah Faktor-faktor lainnya. Dalam kenyataannya permintaan akan suatu barang tidak hanya dipengaruhi oleh harga barang itu sendiri namun juga oleh faktor-faktor lain.

Menurut Suryawati (2005 : 15), ada beberapa faktor yang menyebabkan mengapa suatu permintaan konsumen terhadap suatu barang berubah :

- a. Harga barang itu berubah sedang faktor yang lain tetap  
Perubahan ini hanya menyebabkan pergerakan di sepanjang kurva permintaan.
- b. Salah satu atau lebih faktor-faktor lain berubah (tidak ada lagi *ceteris paribus*)  
Perubahan ini menyebabkan terjadi pergeseran seluruh kurva permintaan. Kenaikan permintaan akan menyebabkan kurva permintaan bergerak naik ke kanan. Sebaliknya jika permintaan turun maka kurva permintaan akan bergeser turun ke kiri. Adapun faktor-faktor pembentuk keadaan *ceteris paribus* adalah :
  - 1) Pendapatan

Bila pendapatan konsumen naik maka permintaan akan naik dan sebaliknya, Namun untuk kasus barang inferior peningkatan pendapatan justru akan mengurangi permintaan suatu barang.

- 2) Jumlah konsumen di pasar  
Peningkatan konsumen akan meningkatkan permintaan suatu barang di pasar.
- 3) Selera atau preferensi konsumen  
Bila selera konsumen terhadap suatu barang naik, maka kurva permintaan akan bergeser ke kanan, yang berarti di setiap tingkat harga konsumen akan menambah konsumsinya.

### Religi

Jalaluddin menyebutkan bahwa religiusitas merupakan konsistensi antara kepercayaan terhadap agama sebagai unsur kognitif, perasaan terhadap agama sebagai unsur afektif, dan perilaku agama sebagai unsur konatif. Jadi dapat dikatakan bahwa aspek keberagamaannya merupakan integrasi dari pengetahuan, perasaan, dan perilaku keagamaan dalam diri manusia.

Menurut Ancok ada lima macam dimensi keberagamaan, yaitu dimensi keyakinan (*ideologis*), dimensi peribadatan atau praktek agama (*ritualistik*), dimensi penghayatan (*eksperiensial*), dimensi pengamalan (*konsekuensial*), dimensi pengetahuan agama (*intelektual*).

#### a. Dimensi Keyakinan (*Ideologis*)

Dimensi ini berupa pengharapan-pengharapan dimana orang yang religius berpegang teguh pada pandangan teologi tertentu dan mengakui kebenaran doktrin-doktrin tersebut. Setiap agama mempertahankan seperangkat kepercayaan dimana para penganut diharapkan akan taat.

#### b. Dimensi Praktek Agama (*ritualistik*)

Dimensi ini mencakup perilaku pemujaan, ketaatan, dan hal-hal yang dilakukan orang untuk menunjukkan komitmen terhadap agama yang dianutnya.

#### c. Dimensi Penghayatan (*eksperiensial*)

Dimensi ini berisikan dan memperhatikan fakta bahwa semua agama mengandung pengharapan-pengharapan tertentu, meski tidak tepat jika dikatakan bahwa seseorang yang beragama dengan baik pada suatu waktu akan mencapai pengetahuan yang subyektif dan langsung mengenai ketaatan. Dimensi ini merupakan

pengalaman-pengalaman agama yang dimiliki oleh seseorang.

- d. Dimensi Pengetahuan Agama (*Intelektual*)  
Dimensi ini mengacu kepada harapan bahwa orang-orang yang beragama paling tidak memiliki sejumlah minimal pengetahuan mengenai dasar-dasar keyakinan, ritus-ritus, kitab suci, dan tradisi-tradisi.

- e. Dimensi Pengamalan (*konsekuensial*)  
Dimensi ini mengacu kepada identifikasi akibat-akibat keyakinan keagamaan, praktek, pengalaman, dan pengetahuan seseorang dari hari ke hari.

Ancok dan Suroso (2011) mengungkapkan bahwa dimensi keyakinan (akidah), peribadatan (syaria) dan pengalaman (akhlak) akan disertai dengan timbulnya dimensi pengalaman. Seseorang akan mengalami dan merasakan perasaan-perasaan atau pengalaman-pengalaman religius setelah melaksanakan ketiga dimensi tersebut seperti perasaan dekat dengan Allah, perasaan tenang dan bahagia karena menuhankan Allah, dan lain sebagainya. Ancok dan Suroso menjabarkan bahwa dimensi pengetahuan atau ilmu berhubungan dengan dimensi keyakinan (akidah) dan peribadatan (akhlak). Seseorang tidak mungkin dapat yakin terhadap suatu agama tertentu jika tidak memiliki pengetahuan mengenai agama tersebut. Begitu pula dengan dimensi syariah, dimana seseorang harus mempunyai pengetahuan tata cara peribadatan agamanya sebelum melakukan ritual peribadatannya (Ancok, 2011).

### Harga

Harga menurut Husain Umar adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar-menawar, atau ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli. Bagi konsumen harga merupakan faktor yang menentukan dalam pengambilan keputusan untuk membeli suatu produk atau tidak. Konsumen memutuskan membeli suatu produk jika manfaat yang dirasakan lebih besar atau sama dengan yang telah dikeluarkan untuk mendapatkannya.

Jika konsumen merasakan manfaat produk lebih kecil dari uang yang dikeluarkan maka konsumen akan beranggapan bahwa produk tersebut mahal dan konsumen akan berpikir dua kali untuk melakukan pembelian ulang.

Pembelian konsumen dipengaruhi oleh pendapatan konsumen, dimana penghasilan yang tinggi biasanya akan diikuti dengan pembelian yang besar, sebaliknya penghasilan yang rendah maka pembelian yang dilakukan cenderung lebih kecil.

Harga merupakan salah satu unsur pemasaran yang penting dan turut mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli. Tetapi pentingnya unsur ini tidak ada artinya jika perusahaan tidak memahami seberapa jauh pengaruh harga terhadap pilihan membeli bagi konsumen dan peranannya dalam menciptakan keunggulan persaingan. Harga adalah jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau jasa. Selain itu, harga juga dapat didefinisikan sebagai sejumlah kompensasi (uang maupun barang, kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi barang atau jasa. Selanjutnya harga juga memiliki pengertian jumlah uang (kemungkinan ditambah beberapa barang) yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya.

Keputusan penetapan harga merupakan pemilihan yang dilakukan perusahaan terhadap tingkat harga umum yang berlaku untuk jasa tertentu yang bersifat relative terhadap tingkat harga para pesaing, serta memiliki peran strategis yang krusial dalam menunjang implementasi strategi pemasaran. Dari pengertian-pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa penetapan harga merupakan keputusan kritis yang menunjang keberhasilan suatu perusahaan.

Menurut Lupioadi penetapan harga perlu dijabarkan ke dalam program penetapan harga jasa dengan mempertimbangkan faktor-faktor berikut :

- a. Elastisitas harga permintaan  
Efektivitas program penetapan harga tergantung pada dampak perubahan harga terhadap permintaan, karena itu perubahan unit penjualan sebagai akibat perubahan harga perlu diketahui. Namun, perubahan harga memiliki dampak ganda terhadap penerimaan penjualan perusahaan, yakni perubahan unit penjualan dan perubahan penerimaan per unit. Jadi, manajer jangan hanya berfokus pada sensitivitas harga di pasar, namun juga mempertimbangkan dampak perubahan harga terhadap pendapatan total.
- b. Faktor persaingan

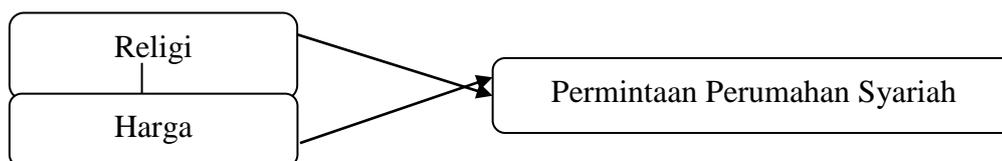
- Reaksi pesaing terhadap perubahan harga merupakan salah satu faktor penting yang perlu dipertimbangkan setiap perusahaan.
- c. Faktor biaya  
Struktur biaya perusahaan (biaya tetap dan biaya variabel) merupakan faktor pokok yang menentukan batas bawah harga.
  - d. Faktor lini produk  
Perusahaan bisa menambah lini produknya dalam rangka memperluas *served market* dengan cara perluasan lini dalam bentuk perluasan vertikal (*vertical extension*) dan perluasan horizontal.
  - e. Faktor pertimbangan lain.  
Faktor-faktor lain yang juga harus dipertimbangkan dalam rangka merancang program penetapan harga antara lain :
    - 1) Lingkungan politik dan hukum, misalnya regulasi, perpajakan, perlindungan konsumen.
    - 2) Lingkungan internasional, di antaranya lingkungan politik, ekonomi, sosial budaya,

sumber daya alam dan teknologi dalam konteks global.

Selanjutnya dinyatakan bahwa faktor-faktor yang digunakan sebagai bahan perhitungan dan pertimbangan dalam penetapan harga jasa dalam penelitian yaitu:

- a. Biaya produksi kamar  
Yaitu seluruh biaya yang dikeluarkan untuk mempersiapkan sebuah kamar agar dapat dijual kepada konsumen.
- b. Fasilitas tambahan  
Yaitu kelengkapan-kelengkapan tambahan di luar fasilitas kamar yang diberikan kepada konsumen.
- c. Kebijakan dari manajemen  
Yaitu ketentuan-ketentuan manajemen yang dikeluarkan oleh masing-masing perusahaan.
- d. Pesaing  
Yaitu bagaimana perusahaan menyikapi para pesaing di bidang perhotelan.

### Kerangka Kerja Konseptual



Gambar 1  
Kerangka Konseptual

### Hipotesis Penelitian

Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah religi dan harga memiliki pengaruh yang signifikan baik secara simultan maupun parsial terhadap permintaan perumahan syariah di Kota Medan.

### METODE PENELITIAN

#### Tempat dan waktu penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada perumahan syariah di kota Medan yang terdiri perumahan Puri Zahara I, Perumahan Puri Zahar II, Perumahan Puri Adam Malik dan Griya Raihan. Waktu penelitian dilakukan antara bulan Maret sampai dengan Juni 2018.

#### Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang tinggal di perumahan syariah di kota Medan. Perumahan syariah saat ini yang ada di Kota Medan terdiri dari Puri Zahar I (240KK), Puri Zahara II (500 KK), Griya Raihan (156 KK)

dan Puri Adam Malik (95 KK). Jadi total populasi dalam penelitian ini adalah 991 KK.

Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *simple random sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan tingkatan (strata) terhadap populasi penelitian. Penentuan sampel dilakukan dengan penghitungan menggunakan rumus Slovin. Dengan tingkat kesalahan (*margin error*) 5% atau 0,005 serta tingkat kepercayaan (*confidence level*) 95% atau 0,95 maka jumlah sampel dalam penelitian ini diperoleh dengan menggunakan rumus:

$$n = \frac{N}{(N)(d^2) + 1}$$

dimana;

n = Sampel

N = Populasi

d = galat pendugaan 10%

$$n = \frac{991}{(991)(0,1^2) + 1} = 90,03$$

Jadi, jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 90.

**Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data**

a. Teknik Wawancara (Interview)

Dalam penelitian ini dilakukan wawancara secara tatap muka, terutama dengan konsumen hotel Madani untuk mengetahui secara lebih mendalam mengenai kondisi pelayanan di hotel Madani dan berbagai permasalahan yang terjadi selama menginap di hotel tersebut.

b. Kuisioner (Angket)

Dalam penelitian ini data diperoleh dengan cara mendatangi seluruh responden dan memberikan angket atau kuisioner untuk

diisi responden, kemudian responden mengisi jawaban pernyataan dalam angket serta mengumpulkan kembali angket yang telah diisi.

Berdasarkan jawaban dari responden, maka kuisioner diberi nilai skor yang disebut dengan skala *Likert* digunakan untuk menilai tanggapan atas sikap responden terhadap setiap butir pernyataan dan penelitian melalui skala ukur yang menghadapkan responden pada satu pernyataan kemudian diminta memberikan jawaban dengan memilih satu di antara lima tanggapan yang telah disediakan dengan derajat yang berbeda. Untuk keperluan kuantitatif, maka jawaban tersebut diberi skor:

**Tabel 2**

Pembobotan Jawaban berdasarkan Skala Likert

TANGGAPAN	KODE	SKOR
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	R	4
Ragu-Ragu	TS	3
Tidak Setuju	STS	2
Sangat Tidak Setuju	R	1

Sumber: Sugiono

c. Dokumentasi

Untuk mendapatkan data sekunder, seperti data hotel, produk-produk apa yang ditawarkan dan data sekunder lainnya maka dilakukan penelitian terhadap dokumen atau arsip yang diperlukan.

**Analisis Data**

a. Uji Analisis Deskriptif

Uji deskriptif digunakan untuk memberikan informasi mengenai karakteristik variabel penelitian yang utama yaitu dengan cara data yang disusun dikelompokkan kemudian disajikan sehingga diperoleh gambaran umum. Analisis deskriptif yaitu penggambaran tentang statistic data seperti mean, sum, standar deviasi, variance, range dan lain-lain serta mengukur distribusi data dengan skewness dan kurtosis.

b. Uji Model Analisis

Uji statistik yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan model regresi linear berganda yang menggunakan tiga variabel bebas. Analisis regresi digunakan untuk mengukur perubahan variabel terikat berdasarkan perubahan variabel bebas. Pengujian pengaruh dua atau lebih variabel bebas terhadap variabel terikat digunakan dengan menggunakan metode kuadrat terkecil (*ordinary least square*), yaitu suatu metode untuk menentukan persamaan

regresi berdasarkan atas selisih kuadrat nilai  $\hat{y}$  sebenarnya (aktual) dengan nilai  $y$  dugaan atau ramalan yang minimal atau dapat dituliskan  $(y - \hat{y})$  minimal. Model persamaannya dapat dituliskan sebagai berikut:

$$D_{\text{perumahan}} = \alpha_0 + \beta_1 R - \beta_2 H + \varepsilon$$

Dimana:

$\alpha$  = Konstanta

$\beta_1 \beta_2$  = Koefisiensi Regresi

R = Religi

H = Harga

E = *term error*

**Uji Keshahihan Data**

1) Uji validitas

Cara untuk mengukur validitas adalah dengan menggunakan korelasi antar skor butir pertanyaan dengan total skor variabel dengan mengajukan hipotesis sebagai berikut:

$H_0$  : skor butir pertanyaan berkorelasi positif dengan total skor konstruk.

$H_a$  : skor butir pertanyaan tidak berkorelasi positif dengan total skor konstruk.

2) Reliabilitas

Suatu alat ukur dikatakan memiliki reliabilitas yang tinggi atau dapat dipercaya apabila alat ukur tersebut stabil sehingga dapat diandalkan

(*dependability*) dan dapat digunakan untuk meramalkan (*predictability*).

### Uji Asumsi Klasik

#### 1) Uji Normalitas Data

Model regresi yang baik harus mempunyai sebaran data yang normal atau pada level minimum mendekati normal. Untuk tujuan ini, grafik histogram atau uji statistic Kolmogrov-Smirnov (K-S) dapat digunakan. Jika nilai K-S signifikan dan nilainya  $> 0,05$  maka sebaran data terdistribusi secara normal.

#### 2) Uji Multikolinearitas

Keberadaan *multikolinearitas* dalam analisis regresi dapat dideteksi dengan menggunakan pendekatan L.R Klein yaitu membandingkan nilai koefisien determinasi individual ( $r^2$ ) dengan nilai determinasi secara serentak ( $R^2$ ) dengan syarat:

- Jika  $r^2 > R^2$  maka terjadi *multikolinearitas*
- Jika  $r^2 < R^2$  maka tidak terjadi *multikolinearitas*

#### 3) Uji Heteroskedastisitas

Cara memprediksi ada tidaknya *heteroskedastisitas* pada suatu model salah satunya adalah dengan menggunakan teknik uji koefisien korelasi *Sperman's rho*, yaitu mengkorelasikan variabel independen dengan residualnya. Pengujian menggunakan tingkat signifikansi 0,05 dengan 2 uji sisi. Jika korelasi antar variabel independen dengan residual memberikan tingkat signifikansi  $> 0,05$  maka tidak terjadi masalah *heteroskedastisitas*.

### Uji Hipotesis

#### 1) Uji Determinasi R square ( $R^2$ )

R Square ( $R^2$ ) atau kuadrat R menunjukkan koefisien determinasi. Angka ini akan diubah ke dalam bentuk persentase maksudnya adalah seberapa besar sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai  $R^2$  berkisar antara 0% - 100% dimana jika mendekati 100% berarti variabel X sangat mempengaruhi variabel Y.

#### 2) Uji Parsial dengan $t_{test}$

Uji T dilakukan untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel *independent* secara individual (*parsial*) terhadap variabel *dependent*

$H_0 : b_1 = 0$ , berarti tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel *independent* terhadap variabel *dependent* (Y)

$H_a : b_1 \neq 0$ , berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel *independent* terhadap variabel *dependent* (Y)

$H_0$  diterima jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$

$H_a$  diterima jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$

#### 3) Uji Simultan dengan $f_{test}$

Uji F atau disebut juga dengan Analisis Varian (ANOVA) digunakan untuk menguji tingkat signifikansi pengaruh beberapa variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel terikat, yaitu dengan membandingkan  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$  dengan tingkat signifikansi 0,05. Hipotesis yang digunakan pada uji ini adalah:

$H_0 : r_1 = r_2 = 0$ , berarti secara bersama-sama tidak terdapat hubungan positif dan signifikan dari variabel *independent* ( $X_1, X_2, X_3$ ) terhadap variabel *dependent* (Y)

$H_a : r_1 = r_2 \neq 0$ , berarti secara bersama-sama terdapat hubungan positif dan signifikan dari variabel *independent* ( $X_1, X_2, X_3$ ) terhadap variabel *dependent* (Y)

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh religi dan harga terhadap permintaan perumahan syariah di Kota Medan. Variabel independen pada penelitian ini adalah religi dan harga sedangkan Variabel dependennya adalah permintaan perumahan syariah.

Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer yaitu data yang diperoleh melalui angket. Penelitian dilakukan di perumahan syariah yang ada di kota Medan yaitu perumahan puri zahara I dan perumahan puri zahara II yang beralamat di Jln. Bunga Rinte Medan Selayang, perumahan Puri Adam Malik yang berada di Jl. Bunga Pariama I, Baru Ladang Bambu, Medan Tuntungan dan perumahan griya Raihan yang berada di jln. Puskesmas II Medan Sunggal.

#### Uji Kesahihan Data

##### 1) Uji Validitas

Uji validitas untuk mengetahui kebenaran atas setiap pernyataan yang diajukan mengenai kepemimpinan dan motivasi kerja terhadap prestasi kerja karyawan. Jika hasilnya valid maka instrument yang digunakan yang tepat dan dapat digunakan untuk analisis selanjutnya. Item instrument dikatakan valid apabila Sig. 2-tabel  $\leq 0,05$ . Berikut ini penulis sajikan table hasil skor jawaban responden dari angket yang penulis sebarakan yaitu:

- a) Variabel Religi

**Tabel 3**  
Hasil Uji Validitas Religi

No	R hitung	R tabel	Probabilitas	Keterangan
1	0,516	0,258	0,000 < 0,05	Valid
2	0,457	0,258	0,000 < 0,05	Valid
3	0,615	0,258	0,000 < 0,05	Valid
4	0,555	0,258	0,000 < 0,05	Valid
5	0,653	0,258	0,000 < 0,05	Valid
6	0,579	0,258	0,000 < 0,05	Valid
7	0,485	0,258	0,000 < 0,05	Valid
8	0,485	0,258	0,000 < 0,05	Valid

Perhitungan diatas, dapat dilihat bahwa nilai r-hitung dari setiap item pernyataan lebih besar dari r-tabel (>0,258). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa item tersebut valid, yang bermakna seluruh itemnya bisa digunakan sebagai intrument penelitian.

b) Variabel Harga

**Tabel 4**  
Hasil Uji Validitas Harga

No	R hitung	R tabel	Probabilitas	Keterangan
1	0,686	0,258	0,000 < 0,05	Valid
2	0,650	0,258	0,000 < 0,05	Valid
3	0,740	0,258	0,000 < 0,05	Valid
4	0,667	0,258	0,000 < 0,05	Valid
5	0,643	0,258	0,000 < 0,05	Valid

Perhitungan diatas, dapat dilihat bahwa nilai r-hitung dari setiap item pernyataan lebih besar dari r-tabel (>0,258). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa item tersebut valid, yang bermakna seluruh itemnya bisa digunakan sebagai intrument penelitian.

didapatkan merupakan ukuran yang benar dari sesuatu yang diukur.

Salah satu metode pengujian reliabilitas adalah dengan menggunakan metode *alpha cronbachs*. Standar yang digunakan untuk menentukan reliabel tidaknya suatu instrumen penelitian umumnya adalah perbandingan antara nilai  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$  pada taraf kepercayaan 95% atau tingkat signifikan 5%. Tingkat reliabilitas dengan metode *alpha cronbachs* diukur pada skala 0 sampai dengan 1. Skala tersebut dikelompokan menjadi 5 kelas range yang sama, maka ukuran ketetapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah pengujian untuk mengetahui konsistensi atau keteraturan hasil pengukuran suatu instrumen apabila instrumen tersebut digunakan lagi sebagai alat ukur suatu objek atau responden. Hasil dari uji reliabilitas mencerminkan instrumen penelitian berdasarkan tingkat ketepatan suatu alat ukur, dalam pengertian bahwa hasil pengukuran yang

**Tabel 5**

Tingkat reliabilitas berdasarkan nilai alpha

No.	Alpha	Tingkat Reliabilitas
1	0,00 s/d 0,20	Kurang Reliabel
2	> 0,20 s/d 0,40	Agak Reliabel
3	> 0,40 s/d 0,60	Cukup Reliabel
4	> 0,60 s/d 0,80	Reliabel
5	> 0,80 s/d 1,00	Sangat Reliabel

c) Variabel Religi

**Tabel 6**

Reliability Statistic Religi  
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,725	8

Untuk tabel di atas terlihat bahwa *alpha cronbachs* adalah 0,725 dengan jumlah 8 item dinyatakan reliabel. Nilai *r* untuk uji dua sisi untuk taraf kepercayaan 95% atau signifikansi 5% ( $p = 0,05$ ) maka  $r_{tabel}$  adalah 0,258. Sehingga dari output di atas dapat disimpulkan nilai *alpha*

*cronbachs* = 0,725 ternyata lebih besar  $r_{tabel}$  0,258 maka kuesioner yang diuji terbukti reliabel. Karena nilai *alpha cronbachs* 0,725 terletak diantara 0,6 sampai dengan 0,8, sehingga tingkat reliabilitasnya reliabel.

**d) Variabel Harga**

**Tabel 7**  
**Reliability Statistic Harga**  
**Reliability Statistics**

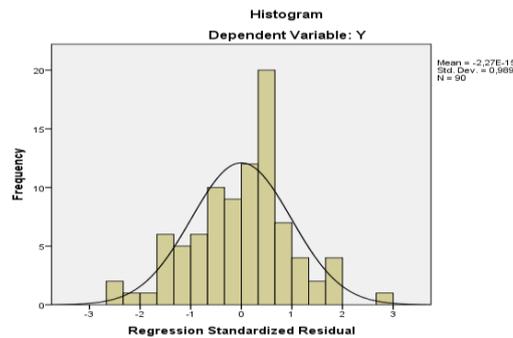
Cronbach's Alpha	N of Items
,695	5

Untuk tabel di atas terlihat bahwa *alpha cronbachs* adalah 0,695 dengan jumlah 5 item dinyatakan reliabel. Nilai *r* untuk uji dua sisi untuk taraf kepercayaan 95% atau signifikansi 5% ( $p = 0,05$ ) maka  $r_{tabel}$  adalah 0,258. Sehingga dari output di atas dapat disimpulkan nilai *alpha cronbachs* = 0,695 ternyata lebih besar  $r_{tabel}$  0,258 maka kuesioner yang diuji terbukti reliabel. Karena nilai *alpha cronbachs* 0,695 terletak diantara 0,6 sampai dengan 0,8, sehingga tingkat reliabilitasnya reliabel.

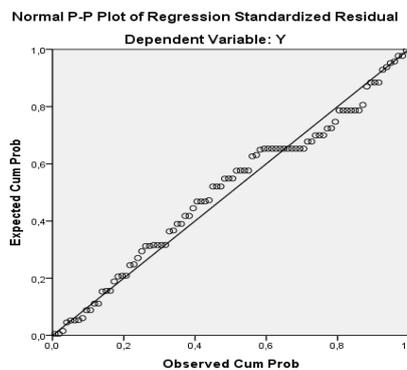
**a. Uji Asumsi Klasik**

**1) Uji Normalitas Data**

Uji normalitas data adalah hal yang lazim dilakukan sebelum sebuah metode statistik. Tujuan uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal, yakni distribusi data yang mempunyai pola seperti distribusi normal (distribusi data tersebut tidak menceng ke kiri atau ke kanan). Data variabel yang baik adalah data yang memiliki bentuk kurva dengan kemiringan sisi kanan dan sisi kiri, tidak condong ke kiri maupun ke kanan, melainkan ke tengah dengan bentuk seperti lonceng dengan mendekati nol.



**Gambar 2**  
**Histogram**



**Gambar 3**  
**Normal P-Plot**

Dengan melihat tampilan grafik histogram maupun grafik normal p-plot dapat disimpulkan bahwa grafik histogram memberikan pola distribusi yang mendekati normal. Pada grafik Histogram terlihat penyebaran data menyerupai lonceng terbalik walaupun ada beberapa data yang berada di luar garis lonceng. Histogram menyerupai lonceng menunjukkan data berdistribusi normal.

Sedangkan pada grafik normal p-plot terlihat titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal.

Kedua grafik ini menunjukkan bahwa model regresi layak dipakai karena memenuhi asumsi normalitas data.

2) **Uji Multikolinearitas**

Salah satu cara untuk melihat apakah model regresi itu terkena multikolinearitas maka dapat dilihat dari nilai tolerance yang lebih kecil dari pada 0,1 dan *inflation factor* (VIF) yang lebih besar dari 10. Jika hal ini terjadi maka dapat dinyatakan bahwa model regresi terkena gangguan multikolinearitas.

**Tabel 8**  
**Collinearity Statistics**

Collinearity Statistics	
Tolerance	VIF
,422	2,371
,422	2,371

Dari output di atas dapat dilihat bahwa nilai *Tolerance* kedua variabel lebih besar dari 0.10 dan VIF kurang dari 10. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi *multikolinearitas* antar variabel bebas.

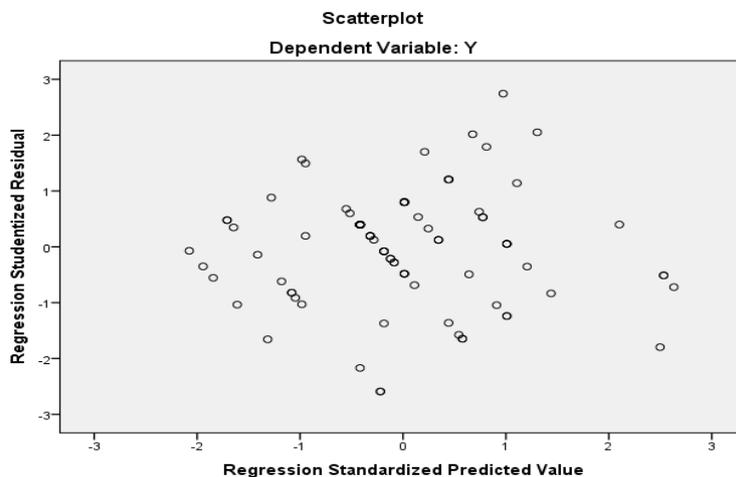
**Uji Heteroskedastisitas**

Heteroskedastisitas adalah varian residual yang tidak sama pada semua pengamatan di dalam model regresi. Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Ada beberapa mode pengujian yang bisa digunakan antara lain uji

korelasi spearman, uji Glejser, uji Park dan Scatter plot. Penelitian ini menggunakan uji Scatter Plot untuk melihat terbebas atau tidaknya dari heteroskedastisitas.

Kriteria yang menjadi dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- a) Jika ada pola tertentu seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka terjadi heteroskedastisitas.
- b) Jika tidak ada pola yang jelas seperti titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.



**Gambar 4**  
**Scatterplot**

**b. Uji Statistik**

**1) Uji Model dengan Determinasi R Square ( $R^2$ )**

**Tabel 9**

*Model Summary*

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,899 <sup>a</sup>	,808	,803	,785

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

R square ( $R^2$ ) menunjukkan koefisien determinasi. Angka ini akan diubah dalam bentuk persen, artinya persentase sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai  $R^2$  yang diperoleh sebesar 0,808 atau 80,8% artinya bahwa variabel dependen pada permintaan perumahan syariah mampu dijelaskan oleh variabel independen yaitu religi dan harga,. Sedangkan sisanya sebesar 19,2% dijelaskan oleh variabel lain di luar variabel penelitian yang digunakan.

**2) Uji Parsial dengan  $t_{test}$**

Uji t-test dapat dilihat dari tabel *coefficient* adalah bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen secara individual terhadap variabel dependen. Uji t-test dibutuhkan untuk menguji seberapa besar variabel independen yakni kualitas pelayanan jasa, harga, fasilitas dan religi berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen loyalitas konsumen.

**Tabel 10**

*Coefficient*

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-3,075	1,028		-2,992	,004
	X1	,685	,048	1,038	14,337	,000
	X2	-,157	,058	-,196	-2,700	,008

a. Dependent Variable: Y

Hasil:

- Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  :  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima, yaitu variabel bebas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.
- Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ :  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak, yaitu variabel bebas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

Nilai  $t_{tabel}$  dapat dilihat pada tabel T. Tabel dapat dilihat dengan derajat bebas atau *degree of freedom* ( $df$ ) =  $n-k$ , dimana  $n$  adalah jumlah sampel dan  $k$  adalah jumlah variabel bebas, maka  $90 - 2 = 88$  dengan taraf kepercayaan 95% ( $\alpha/2 = 0,05/2 = 0.025$ ) maka nilai  $t_{tabel}$  yang diperoleh sebesar 1,988. Maka dari tabel di atas dapat diperoleh hasil bahwa:

- Religi  $14,377 > 1,988$  maka  $H_0$  ditolak sedangkan  $H_a$  diterima artinya bahwa

variabel religi memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap variabel permintaan perumahan syariah. Hal ini dibuktikan dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000.

- Harga  $2,70 > 1,988$  maka  $H_0$  ditolak sedangkan  $H_a$  diterima artinya bahwa variabel harga memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap variabel permintaan perumahan syariah. Hal ini dibuktikan dengan tingkat signifikansi sebesar 0,008.

**3) Uji Simultan dengan  $f_{test}$**

Uji simultan dengan f-test adalah uji statistic yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Untuk uji f-test dapat dilihat dari tabel *Anova* di bawah ini:

Tabel 11  
Anova  
ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	225,006	2	112,503	182,551	,000 <sup>b</sup>
	Residual	53,617	87	,616		
	Total	278,622	89			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Dengan menggunakan tingkat kepercayaan 95%,  $\alpha = 5\%$ , df 1 (jumlah variabel - 1) atau  $3-1 = 2$  dan df 2 ( $n-k-1$ ) atau  $90 - 2 - 1 = 87$  ( $n$  adalah jumlah data dan  $k$  adalah jumlah variabel independen). Hasil yang diperoleh untuk F tabel sebesar 2,323. Kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

$H_0$  diterima bila  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$

$H_0$  ditolak bila  $F_{hitung} > F_{tabel}$ .

Dari tabel anova di atas menunjukkan bahwa  $p\text{-value}$   $0,000 < 0,05$  yang artinya signifikan. Kemudian  $f_{hitung}$  yang diperoleh sebesar 182,551 dan  $t_{tabel}$  yang diperoleh sebesar 2,323. Hal ini berarti  $f_{hitung}$   $182,551 > f_{tabel}$  2,323 maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak yaitu bahwa variabel bebas yaitu religi dan harga, secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikat yaitu permintaan perumahan syariah.

## Pembahasan

### a. Pengaruh Religi Terhadap Permintaan perumahan Syariah di Kota Medan

Koefisien X1 yaitu religi sebesar 0,685 berarti variabel religi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan perumahan syariah. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat religi masyarakat maka akan semakin naik pula permintaan terhadap perumahan syariah di kota Medan. Jika terjadi kenaikan variabel religi sebesar 1 maka permintaan terhadap perumahan syariah akan naik sebesar 68,5% dengan asumsi bahwa variabel lain tetap dengan tingkat kepercayaan 95%.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang ada yang menyatakan bahwa tingkat religi akan sangat mempengaruhi permintaan masyarakat terhadap perumahan syariah di kota Medan. Hal ini sangat wajar, karena perumahan syariah adalah salah satu hunian yang nyaman di kota Medan. Jadi, sudah sangat jelas bahwa orang-orang yang tingkat religinya tinggi akan sangat merasa nyaman dan tenang tinggal di perumahan syariah.

Kesadaran masyarakat akan dosa riba juga semakin mendukung tingginya tingkat permintaan terhadap perumahan syariah. Hal ini disebabkan karena perumahan syariah selain memberikan sarana dan prasarana ibadah juga memberikan layanan KPR yang bermitra dengan Bank-Bank Syariah. Sehingga masyarakat yang menjatuhkan pilihannya ke perumahan syariah merasa nyaman tinggal di hunian syariah ini.

Perumahan syariah yang penghuninya secara keseluruhan adalah muslim memberikan nilai tambah kepada masyarakat yang memilih tinggal di perumahan syariah ini. Kenyamanan tinggal bersama orang-orang yang seagama dengan kita adalah satu alasan bagi masyarakat yang menjatuhkan pilihannya ke perumahan syariah, hal ini dikarenakan tinggal bersama dengan orang-orang yang seagama dengan kita memberikan kenyamanan dan ketentraman khususnya dalam beribadah.

Semakin tinggi tingkat religi masyarakat maka akan semakin tinggi pula permintaan terhadap perumahan syariah di kota Medan. Hal ini didukung oleh hasil penelitian ini yang dapat kita lihat melalui uji parsial dengan nilai  $t_{hitung} >$  dari  $t_{tabel}$  yaitu  $14,337 > 1,988$  dengan tingkat signifikansi 0,000.

### b. Pengaruh Harga Terhadap Permintaan Perumahan Syariah di Kota Medan

Koefisien X2 yaitu variabel harga mempunyai pengaruh yang negatif terhadap permintaan perumahan syariah. Hal ini menunjukkan bahwa naiknya variabel harga akan menurunkan permintaan terhadap perumahan syariah di kota Medan. Jika terjadi kenaikan 1 pada variabel harga maka akan menurunkan permintaan sebesar 0,157 atau 15,7% dengan asumsi bahwa variabel lain tetap pada tingkat kepercayaan 95%. Hal ini sesuai dengan perkiraan semula bahwa harga mempunyai pengaruh yang negatif terhadap permintaan perumahan syariah.

Selain religi, harga merupakan salah satu faktor utama sebelum masyarakat menjatuhkan pilihannya untuk membeli sesuatu. Demikian

juga halnya dengan keputusan untuk membeli satu unit perumahan syariah di kota Medan. Harga memiliki peranan penting dalam hal ini. Maka harga yang ditawarkan oleh developer perumahan syariah pun bersaing dengan perumahan-perumahan lain yang ada di kota Medan.

Teori ekonomi juga mendukung hasil penelitian ini, yaitu harga menjadi faktor utama yang mempengaruhi permintaan. Harga dan permintaan berbanding terbalik, artinya jika harga naik maka permintaan akan menurun dan jika harga turun maka permintaan akan semakin bertambah. Harga yang ditawarkan oleh perumahan syariah adalah sangat kompetitif dengan perumahan-perumahan lain yang ada di kota Medan. Hal ini dibuktikan bahwa tingginya antusias masyarakat yang melakukan pembelian terhadap perumahan syariah, baik perumahan syariah yang sudah siap huni, maupun yang masih dalam tahap pembangunan.

Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap permintaan perumahan syariah dengan nilai  $t_{hitung} >$  dari  $t_{tabel}$  yaitu  $2,700 > 1,988$  dengan tingkat signifikansi 0,008.

## PENUTUP

Dari hasil pengujian dan analisis yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- Variabel religi dan harga memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap permintaan perumahan syariah di Kota Medan dengan tingkat signifikansi 0,000.
- Variabel religi dan harga secara bersama-sama dapat mempengaruhi permintaan perumahan syariah di Kota Medan dengan perolehan  $f_{hitung} > f_{tabel}$  yaitu  $182,551 > 2,323$  dengan signifikansi 0,000.

- Nilai R square ( $R^2$ ) dalam penelitian ini sebesar 0,808. Hal ini berarti bahwa variabel religi dan harga mampu menjelaskan variabel dependen yaitu permintaan perumahan syariah sebesar 80,8%. Sedangkan sisanya sebesar 19,2% dijelaskan oleh faktor lain di luar penelitian ini. Model analisis regresi berganda yang diperoleh dari hasil penelitian ini adalah:

$$D_{perumahan} = -3,075 + 0,685R - 0,156H$$

## DAFTAR PUSTAKA

- Jalaluddin. (2010). *Psikologi Agama*. Jakarta: PT. RajaGrafindo.
- Ancok, D dan Suroso F. N. (2011). *Psikologi Islami Solusi Islam Atas Problem-Problem Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Husain Umar. (2000). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama dan Jakarta Business Research Center.
- Fandy Tjiptono. (2005). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia.
- Nugraha Setiawan, *Penentuan Ukuran Sampel Memakai Rumus Slovin dan Tabel Krejcie-Morgan: Telaah Konsep dan Aplikasinya*. [http://pustaka.unpad.ac.id/wp-content/uploads/2009/03/penentuan\\_ukuran\\_sampel\\_memakai\\_ukuran\\_Slovin.pdf](http://pustaka.unpad.ac.id/wp-content/uploads/2009/03/penentuan_ukuran_sampel_memakai_ukuran_Slovin.pdf), (26 Februari 2013)
- Sugiyono. (2004). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta.
- Duwi Priyatno. (2009). *5 Jam Belajar Olah Data Dengan SPSS 17*. Yogyakarta: ANDI.
- Dermawan Wibisono. (2003). *Riset Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Purwanto Suharyadi. (2004). *Statistika: Untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*. Jakarta: Salemba Empat.