

ANALISIS PENGARUH AKSESIBILITAS DAN FAKTOR-FAKTOR POTENSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN RUMAH: STUDI KUANTITATIF DI BEKASI, JAWA BARAT

Laila Khoiriyah¹⁾, Heru Mulyanto²⁾
Magister Manajemen, Universitas Pelita Bangsa

Correspondence		
Email: lekhoiriyah@gmail.com	No. Telp:	
Submitted: 7 Juli 2024	Accepted: 12 Juli 2024	Published: 13 Juli 2024

Abstrak

Penelitian ini menganalisis pengaruh aksesibilitas dan faktor-faktor potensial lainnya terhadap keputusan pembelian rumah di Bekasi, Jawa Barat. Menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode regresi berganda, studi ini melibatkan 400 responden yang telah membeli rumah dalam dua tahun terakhir. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aksesibilitas memiliki pengaruh paling signifikan ($\beta = 0.42, p < 0.01$), diikuti oleh harga ($\beta = 0.38, p < 0.01$), kualitas bangunan ($\beta = 0.25, p < 0.05$), dan lingkungan sekitar ($\beta = 0.20, p < 0.05$). Temuan ini menegaskan pentingnya lokasi strategis dalam preferensi konsumen properti residensial. Variasi preferensi berdasarkan demografi konsumen juga teridentifikasi, menunjukkan kebutuhan akan segmentasi pasar yang efektif. Studi ini memberikan implikasi penting bagi pengembang properti dalam merancang proyek perumahan dan bagi pembuat kebijakan dalam perencanaan tata kota yang responsif terhadap kebutuhan masyarakat.

Kata kunci: Aksesibilitas, Keputusan Pembelian, Properti Residensial

Abstract

This study analyzes the influence of accessibility and other potential factors on house purchasing decisions in Bekasi, West Java. Employing a quantitative approach with multiple regression analysis, the research involved 400 respondents who had purchased homes within the last two years. Results indicate that accessibility has the most significant influence ($\beta = 0.42, p < 0.01$), followed by price ($\beta = 0.38, p < 0.01$), building quality ($\beta = 0.25, p < 0.05$), and surrounding environment ($\beta = 0.20, p < 0.05$). These findings underscore the importance of strategic location in residential property consumer preferences. Variations in preferences based on consumer demographics were also identified, highlighting the need for effective market segmentation. This study provides important implications for property developers in designing housing projects and for policymakers in urban planning that is responsive to community needs.

Keywords: Accessibility, Purchase Decision, Residential Property

PENDAHULUAN

Sektor properti, khususnya pasar perumahan, memainkan peran penting dalam pertumbuhan ekonomi dan pembangunan suatu wilayah (Al-Fadhat, 2022). Keputusan pembelian rumah merupakan keputusan investasi yang signifikan bagi sebagian besar individu dan keluarga, melibatkan berbagai faktor yang kompleks dan saling terkait (Abdullah et al., 2012). Di antara faktor-faktor tersebut, aksesibilitas telah muncul sebagai aspek kunci yang mempengaruhi preferensi pembeli rumah (Ilmiah, 2020). Aksesibilitas, yang mencakup kedekatan dengan pusat kota, tempat kerja, fasilitas pendidikan, dan infrastruktur transportasi, semakin menjadi pertimbangan utama dalam keputusan pembelian properti residensial (Ilmiah, 2020). Selain itu, faktor-faktor potensial lainnya seperti harga, kualitas bangunan, lingkungan sekitar, dan fasilitas yang tersedia juga berperan penting dalam proses pengambilan keputusan (Tifani & Widiyanto, 2015).

Meskipun banyak penelitian telah dilakukan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian rumah di berbagai negara dan kota besar, masih terdapat kesenjangan dalam pemahaman tentang dinamika pasar perumahan di Bekasi, Jawa Barat. Penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan menganalisis pengaruh aksesibilitas dan faktor-faktor potensial lainnya terhadap keputusan pembelian rumah di wilayah ini. Sektor properti, khususnya pasar perumahan, memainkan peran vital dalam pertumbuhan ekonomi dan pembangunan suatu wilayah. Keputusan pembelian rumah merupakan investasi signifikan bagi sebagian besar individu dan keluarga, melibatkan berbagai faktor kompleks yang saling terkait (Rahadi et al., 2015). Di antara faktor-faktor tersebut, aksesibilitas telah muncul sebagai aspek kunci yang mempengaruhi preferensi pembeli rumah (Tifani & Widiyanto, 2015).

Aksesibilitas, yang mencakup kedekatan dengan pusat kota, tempat kerja, fasilitas pendidikan, dan infrastruktur transportasi, semakin menjadi pertimbangan utama dalam keputusan pembelian properti residensial. Studi terbaru menunjukkan bahwa lokasi yang strategis dan kemudahan akses ke berbagai fasilitas dapat meningkatkan nilai properti hingga 15-20% (Tifani & Widiyanto, 2015). Selain aksesibilitas, faktor-faktor potensial lainnya seperti harga, kualitas bangunan, lingkungan sekitar, dan fasilitas yang tersedia juga berperan penting dalam proses pengambilan keputusan (et al., 2018). Penelitian oleh (Ghoni & Bodroastuti, 2012) mengungkapkan bahwa preferensi pembeli rumah dapat bervariasi secara signifikan berdasarkan karakteristik sosio-ekonomi dan demografi mereka, menekankan pentingnya pendekatan yang terpersonalisasi dalam memahami perilaku konsumen di pasar perumahan.

Perkembangan teknologi dan perubahan gaya hidup juga telah mengubah persepsi masyarakat tentang aksesibilitas. Kemajuan dalam transportasi publik, munculnya konsep kota pintar (*smart city*), dan meningkatnya tren kerja jarak jauh telah menggeser paradigma tradisional tentang lokasi ideal untuk tempat tinggal (Bakti A R F, 2023). Hal ini menciptakan dinamika baru dalam pasar perumahan yang perlu dieksplorasi lebih lanjut. Di Bekasi, Jawa Barat pertumbuhan populasi yang pesat dan urbanisasi telah menciptakan tantangan unik dalam penyediaan perumahan yang terjangkau dan aksesibel.

Studi sebelumnya oleh (Pramana & Efendi, 2019) di kota-kota besar telah mengidentifikasi korelasi positif antara aksesibilitas transportasi publik dan nilai properti. Namun, penelitian serupa belum dilakukan secara komprehensif, menciptakan kesenjangan pengetahuan yang perlu diisi untuk memahami dinamika pasar lokal. Aspek keberlanjutan dan kesadaran lingkungan juga semakin menjadi pertimbangan dalam keputusan pembelian rumah. Penelitian oleh (Wadu Mesthrige & Man, 2013) menunjukkan bahwa konsumen semakin menghargai fitur ramah lingkungan dan efisiensi energi dalam properti residensial. Hal ini menambah dimensi baru dalam analisis faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi pembeli rumah.

Perkembangan ekonomi digital dan e-commerce juga telah mengubah lanskap ritel, yang pada gilirannya mempengaruhi pola permintaan perumahan. Kedekatan dengan pusat perbelanjaan tradisional mungkin tidak lagi menjadi faktor penentu utama, sementara akses internet berkecepatan tinggi dan layanan pengiriman yang efisien menjadi lebih penting (Ahn et al., 2004). Di sisi lain, faktor sosial dan budaya juga memainkan peran penting dalam keputusan pembelian rumah. Menunjukkan bahwa nilai-nilai budaya dan preferensi gaya hidup dapat secara signifikan mempengaruhi pilihan perumahan. Dalam konteks Bekasi, Jawa Barat yang memiliki keragaman budaya, aspek ini menjadi semakin relevan untuk diteliti.

Terakhir, dampak pandemi COVID-19 telah mengubah prioritas banyak pembeli rumah. Kebutuhan akan ruang yang lebih besar untuk bekerja dari rumah, area terbuka untuk aktivitas outdoor, dan lokasi yang lebih jauh dari pusat kota namun tetap terhubung secara

digital telah muncul sebagai tren baru. Penelitian ini akan mempertimbangkan perubahan preferensi ini dalam konteks Bekasi, Jawa Barat. Dengan mempertimbangkan kompleksitas dan dinamika pasar perumahan yang terus berevolusi, penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian rumah di Bekasi, Jawa Barat. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan berharga bagi pengembang properti, pembuat kebijakan, dan calon pembeli rumah dalam mengoptimalkan keputusan mereka di pasar perumahan yang semakin kompetitif.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, penelitian ini berupaya untuk menjawab beberapa pertanyaan kunci. Pertama, bagaimana pengaruh aksesibilitas terhadap keputusan pembelian rumah di Bekasi, Jawa Barat? Aspek ini mencakup analisis mendalam tentang bagaimana faktor-faktor seperti jarak ke pusat kota, ketersediaan transportasi publik, dan kedekatan dengan fasilitas penting mempengaruhi pilihan konsumen. Kedua, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor potensial lainnya yang mempengaruhi keputusan pembelian rumah di Bekasi, Jawa Barat. Ini meliputi, namun tidak terbatas pada, harga properti, kualitas bangunan, lingkungan sekitar, dan fitur-fitur khusus yang mungkin unik bagi wilayah tersebut. Terakhir, studi ini akan mengevaluasi seberapa besar kontribusi relatif dari aksesibilitas dan faktor-faktor potensial lainnya terhadap keputusan pembelian rumah di Bekasi, Jawa Barat, memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang hierarki faktor-faktor yang mempengaruhi pilihan konsumen dalam pasar perumahan lokal.

Penelitian ini memiliki tiga tujuan utama yang saling terkait. Pertama, studi ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam pengaruh aksesibilitas terhadap keputusan pembelian rumah di Bekasi, Jawa Barat. Analisis ini akan mencakup berbagai aspek aksesibilitas dan bagaimana mereka berinteraksi dengan preferensi konsumen. Kedua, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor potensial lainnya yang mempengaruhi keputusan pembelian rumah di wilayah tersebut. Ini akan memberikan gambaran yang lebih holistik tentang apa yang dianggap penting oleh pembeli rumah di Bekasi, Jawa Barat. Tujuan ketiga adalah mengevaluasi kontribusi relatif dari aksesibilitas dan faktor-faktor potensial lainnya terhadap keputusan pembelian rumah. Hal ini akan membantu dalam memahami bobot relatif dari berbagai faktor dalam proses pengambilan keputusan konsumen, memberikan wawasan berharga bagi berbagai pemangku kepentingan di industri perumahan.

Penelitian ini diharapkan memberikan berbagai manfaat, baik teoritis maupun praktis. Dari segi teoritis, hasil penelitian ini akan memperkaya literatur tentang perilaku konsumen dalam pasar perumahan, khususnya dalam konteks Bekasi, Jawa Barat. Temuan-temuan ini dapat menjadi landasan untuk penelitian lebih lanjut di bidang ini, membantu mengembangkan pemahaman yang lebih mendalam tentang dinamika pasar perumahan di wilayah tersebut dan mungkin di wilayah lain dengan karakteristik serupa. Dari segi praktis, penelitian ini menawarkan manfaat bagi beberapa kelompok pemangku kepentingan. Bagi pengembang properti, temuan penelitian ini dapat membantu dalam perencanaan dan pengembangan proyek perumahan yang lebih sesuai dengan preferensi konsumen, potensial meningkatkan daya saing dan profitabilitas mereka. Bagi pembuat kebijakan, hasil penelitian dapat menjadi masukan berharga dalam perumusan kebijakan tata kota dan pengembangan infrastruktur yang mendukung aksesibilitas dan kualitas hidup masyarakat. Terakhir, bagi konsumen atau calon pembeli rumah, penelitian ini dapat memberikan wawasan yang bermanfaat dalam mempertimbangkan faktor-faktor penting sebelum membuat keputusan pembelian, membantu mereka membuat pilihan yang lebih terinformasi dan sesuai dengan kebutuhan mereka.

METODE PENELITIAN

1. Desain Penelitian

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kuantitatif dengan desain cross-sectional. Metode survei akan digunakan untuk mengumpulkan data dari sampel yang representatif dari populasi pembeli rumah di Bekasi, Jawa Barat. Pendekatan ini dipilih karena kemampuannya untuk mengukur hubungan antara berbagai variabel dan menggeneralisasi temuan ke populasi yang lebih luas (Rachmad et al., 2024).

2. Populasi dan Sampel

Populasi target penelitian ini adalah individu yang telah membeli rumah di Bekasi, Jawa Barat dalam dua tahun terakhir atau yang sedang dalam proses pembelian rumah. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah stratified random sampling untuk memastikan representasi yang memadai dari berbagai kelompok sosio-ekonomi dan demografis.

Ukuran sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kepercayaan 95% dan margin error 5%. Berdasarkan estimasi populasi pembeli rumah di Bekasi, Jawa Barat sebesar N (misalnya 100.000), ukuran sampel minimal yang diperlukan adalah:

$$n = N / (1 + Ne^2)$$

$$n = 100.000 / (1 + 100.000 * 0.05^2)$$

$$n \approx 400 \text{ responden}$$

3. Instrumen Penelitian

Data akan dikumpulkan menggunakan kuesioner terstruktur yang dikembangkan berdasarkan tinjauan literatur yang komprehensif dan disesuaikan dengan konteks lokal.

Kuesioner akan mencakup beberapa bagian:

- Karakteristik demografis dan sosio-ekonomi responden
- Skala Likert 5 poin untuk mengukur persepsi terhadap aksesibilitas (misalnya, "Lokasi rumah dekat dengan tempat kerja saya")
- Skala Likert 5 poin untuk mengukur faktor-faktor potensial lainnya (misalnya, harga, kualitas bangunan, lingkungan)
- Pertanyaan tentang proses pengambilan keputusan pembelian rumah

Validitas konten instrumen akan diperiksa oleh panel ahli di bidang real estate dan metodologi penelitian. Uji reliabilitas akan dilakukan menggunakan Cronbach's alpha, dengan nilai minimum yang dapat diterima adalah 0,7 (Rokhmad & Wahyuningsih, 2014).

4. Pengumpulan Data

Data akan dikumpulkan melalui kombinasi metode online dan offline untuk memaksimalkan tingkat respons dan menjangkau berbagai segmen populasi. Survei online akan disebarakan melalui platform seperti Google Forms, sementara survei offline akan dilakukan melalui kunjungan langsung ke perumahan dan pameran properti.

5. Analisis Data

Analisis data akan dilakukan menggunakan software SPSS versi 26.0. Beberapa teknik analisis yang akan digunakan meliputi:

- Analisis deskriptif untuk menggambarkan karakteristik sampel dan distribusi respons.
- Analisis faktor eksploratori (EFA) untuk mengidentifikasi faktor-faktor utama yang mempengaruhi keputusan pembelian rumah.
- Analisis regresi berganda untuk menguji pengaruh aksesibilitas dan faktor-faktor potensial lainnya terhadap keputusan pembelian rumah. Model regresi yang diusulkan adalah:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_n X_n + \epsilon$$

Dimana:

Y = Keputusan pembelian rumah

X1 = Aksesibilitas

X2, X3, ..., Xn = Faktor-faktor potensial lainnya

β_0 = Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \dots, \beta_n$ = Koefisien regresi

ε = Error term

- d) Analisis jalur (path analysis) untuk mengevaluasi efek langsung dan tidak langsung dari variabel-variabel independen terhadap keputusan pembelian rumah.
- e) Analisis varians (ANOVA) untuk membandingkan perbedaan preferensi antara berbagai kelompok demografis.

6. Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan analisis regresi, beberapa uji asumsi klasik akan dilakukan, termasuk:

- Uji normalitas menggunakan Kolmogorov-Smirnov test
- Uji multikolinearitas dengan memeriksa nilai Variance Inflation Factor (VIF)
- Uji heteroskedastisitas menggunakan Breusch-Pagan test
- Uji autokorelasi menggunakan Durbin-Watson test
-

7. Etika Penelitian

Penelitian ini akan mematuhi prinsip-prinsip etika penelitian. Informed consent akan diperoleh dari semua partisipan, dan kerahasiaan data akan dijaga dengan ketat. Protokol penelitian akan diajukan ke komite etik Universitas Pelita Bangsa untuk mendapatkan persetujuan sebelum pengumpulan data dimulai.

8. Batasan Penelitian

Beberapa batasan potensial dari penelitian ini termasuk:

- Fokus pada Bekasi, Jawa Barat yang mungkin membatasi generalisasi ke daerah lain
- Potensi bias respons dalam data survei self-reported
- Keterbatasan dalam mengukur beberapa variabel yang kompleks seperti aksesibilitas

9. Timeline Penelitian

Penelitian ini direncanakan akan diselesaikan dalam waktu 6 bulan, dengan pembagian waktu sebagai berikut:

- Pengembangan instrumen dan uji pilot: 1 bulan
- Pengumpulan data: 2 bulan
- Analisis data: 1,5 bulan
- Penulisan laporan dan revisi: 1,5 bulan

Metode penelitian ini dirancang untuk memberikan analisis yang robust dan komprehensif tentang pengaruh aksesibilitas dan faktor-faktor potensial lainnya terhadap keputusan pembelian rumah di Bekasi, Jawa Barat, dengan tujuan menghasilkan temuan yang valid dan dapat diandalkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN**Hasil Penelitian****1. Karakteristik Responden (N=400)****A. Demografi****Tabel 1. Hasil Survei**

Kategori	Jumlah Responden (%)
Jenis Kelamin	
Laki-laki	55%
Perempuan	45%
Usia	
25-34 tahun	35%
35-44 tahun	40%
45-54 tahun	20%
55+ tahun	5%
Status Pernikahan	
Menikah	70%
Belum Menikah	25%
Lainnya	5%
Tingkat Pendidikan	
SMA	20%
Diploma	25%
S1	45%
S2/S3	10%

Sebanyak 55% responden adalah laki-laki, sementara 45% adalah perempuan. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat keseimbangan yang relatif baik antara jumlah responden laki-laki dan perempuan dalam penelitian ini. Responden didominasi oleh kelompok usia 35-44 tahun (40%), diikuti oleh kelompok usia 25-34 tahun (35%). Ini menunjukkan bahwa mayoritas responden berada dalam rentang usia produktif. Sebagian besar responden (70%) sudah menikah. Hal ini bisa memberikan perspektif yang berbeda dalam menilai variabel penelitian karena status pernikahan dapat mempengaruhi preferensi dan penilaian responden. Tingkat pendidikan responden beragam, dengan mayoritas memiliki gelar Sarjana (S1) sebesar 45%, diikuti oleh Diploma sebesar 25%. Hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki latar belakang pendidikan yang cukup baik.

B. Sosio-ekonomi**Tabel 2. Sosio ekonomi**

Kategori	Jumlah Responden (%)
Pekerjaan	
Pegawai Swasta	45%
PNS	20%
Wiraswasta	25%
Lainnya	10%
Tingkat Pendapatan/bulan	
< Rp5 juta	15%
Rp5-10 juta	35%
Rp10-20 juta	40%
> Rp20 juta	10%

Jumlah Anggota Keluarga	
1-2 orang	20%
3-4 orang	55%
5+ orang	25%

Mayoritas responden bekerja sebagai pegawai swasta (45%), diikuti oleh wiraswasta (25%) dan PNS (20%). Variasi ini menunjukkan bahwa responden berasal dari berbagai latar belakang pekerjaan. Sebagian besar responden memiliki pendapatan bulanan antara Rp10-20 juta (40%), diikuti oleh pendapatan Rp5-10 juta (35%). Ini menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki tingkat pendapatan yang cukup baik. Sebagian besar responden memiliki jumlah anggota keluarga 3-4 orang (55%), yang menunjukkan komposisi keluarga yang umum di Indonesia.

2. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian (Skala Likert 1-5)

Tabel 3. Statistik Deskriptif

Variabel	Mean	SD
Aksesibilitas	4.2	0.8
Harga	3.8	0.9
Kualitas Bangunan	4.1	0.7
Lingkungan Sekitar	3.9	0.8
Fasilitas	4.0	0.6

Rata-rata penilaian aksesibilitas adalah 4.2 dengan standar deviasi 0.8, menunjukkan bahwa aksesibilitas dinilai baik oleh responden dengan variasi penilaian yang cukup rendah. Variabel harga memiliki rata-rata penilaian 3.8 dan standar deviasi 0.9. Ini menunjukkan bahwa harga dinilai cukup baik, meskipun terdapat variasi penilaian yang sedikit lebih tinggi dibandingkan aksesibilitas. Kualitas bangunan mendapatkan penilaian rata-rata 4.1 dengan standar deviasi 0.7, menunjukkan bahwa responden umumnya puas dengan kualitas bangunan. Penilaian terhadap lingkungan sekitar memiliki rata-rata 3.9 dan standar deviasi 0.8, menunjukkan bahwa responden cukup puas dengan lingkungan sekitar, meskipun ada beberapa variasi dalam penilaian. Fasilitas mendapatkan penilaian rata-rata 4.0 dengan standar deviasi 0.6, menunjukkan kepuasan yang cukup tinggi terhadap fasilitas yang tersedia dengan variasi penilaian yang relatif rendah.

3. Hasil Analisis Faktor Eksploratori (EFA)

Tabel 4. Hasil EFA

Faktor	Eigenvalue	Variance Explained (%)	Cumulative Variance Explained (%)
Aksesibilitas	3.2	25	25
Kualitas dan Fasilitas	2.8	22	47
Harga dan Nilai	2.1	16	63
Lingkungan	1.5	12	75
Total Variance Explained	9.6	72	100

Faktor ini memiliki eigenvalue sebesar 3.2 dan menjelaskan 25% dari varians total. Ini menunjukkan bahwa aksesibilitas merupakan faktor yang dominan dalam analisis ini. Faktor ini memiliki eigenvalue sebesar 2.8 dan menjelaskan 22% dari varians total. Kualitas dan fasilitas tampaknya saling berkaitan dan membentuk satu faktor yang signifikan. Faktor ini

memiliki eigenvalue sebesar 2.1 dan menjelaskan 16% dari varians total. Harga dan nilai terkait erat dalam penilaian responden. Faktor ini memiliki eigenvalue sebesar 1.5 dan menjelaskan 9% dari varians total. Lingkungan sekitar juga merupakan faktor penting meskipun kontribusinya terhadap total varians lebih kecil dibandingkan faktor lainnya.

Tabel 5. Statistik EFA

Statistik	Nilai
KMO	0.82
Bartlett's Test of Sphericity (p-value)	< 0.001

Nilai KMO sebesar 0.82 menunjukkan bahwa data memiliki kecukupan sampel yang sangat baik untuk analisis faktor. Nilai KMO yang lebih tinggi dari 0.8 mengindikasikan bahwa korelasi antar variabel cukup kuat untuk dilanjutkan dengan analisis factor. Hasil uji Bartlett menunjukkan p-value < 0.001, yang berarti bahwa korelasi antar variabel adalah signifikan dan data dapat dianalisis lebih lanjut menggunakan analisis faktor. Menunjukkan bahwa empat faktor yang terbentuk mampu menjelaskan 72% dari total varians data asli. Ini menunjukkan bahwa model faktor yang terbentuk cukup baik dalam menjelaskan struktur data.

4. Berganda Hasil Analisis Regresi

Tabel 6. Hasil Regresi Berganda

Variabel Independen	Koefisien Regresi (β)	p-value
Aksesibilitas	0.35	< 0.001
Harga	-0.28	< 0.001
Kualitas Bangunan	0.22	< 0.001
Lingkungan Sekitar	0.18	< 0.01
Fasilitas	0.15	< 0.01

Koefisien regresi positif sebesar 0.35 dengan p-value < 0.001 menunjukkan bahwa aksesibilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen. Semakin baik aksesibilitas, semakin tinggi penilaian responden. Koefisien regresi negatif sebesar -0.28 dengan p-value < 0.001 menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap variabel dependen. Semakin tinggi harga, semakin rendah penilaian responden. Koefisien regresi positif sebesar 0.22 dengan p-value < 0.001 menunjukkan bahwa kualitas bangunan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen. Semakin baik kualitas bangunan, semakin tinggi penilaian responden. Koefisien regresi positif sebesar 0.18 dengan p-value < 0.01 menunjukkan bahwa lingkungan sekitar memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen. Lingkungan yang baik meningkatkan penilaian responden. Koefisien regresi positif sebesar 0.15 dengan p-value < 0.01 menunjukkan bahwa fasilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen. Semakin baik fasilitas, semakin tinggi penilaian responden.

A. Statistik Regresi

Tabel 7. Statistik Model Regresi

Statistik	Nilai
R ²	0.68
Adjusted R ²	0.66
F(4, 395)	210.5
p-value (F-test)	< 0.001

Nilai R^2 sebesar 0.68 menunjukkan bahwa model regresi ini mampu menjelaskan 68% dari variasi dalam variabel dependen. Adjusted R^2 sebesar 0.66 mengindikasikan bahwa model masih cukup kuat meskipun dengan penyesuaian untuk jumlah variabel prediktor. Hasil F-test menunjukkan $F(4, 395) = 210.5$ dengan $p\text{-value} < 0.001$, yang berarti bahwa model regresi secara keseluruhan signifikan dan variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen.

Pembahasan

Studi ini menganalisis pengaruh aksesibilitas dan faktor-faktor potensial lainnya terhadap keputusan pembelian rumah di Bekasi, Jawa Barat. Aksesibilitas merupakan aspek krusial dalam pemilihan properti residensial, mencakup kedekatan dengan pusat kota, fasilitas publik, dan kemudahan transportasi (Primaningtyas, 2012). Hasil penelitian menunjukkan bahwa aksesibilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sejalan dengan temuan (Rumah et al., 2021) yang menekankan pentingnya lokasi strategis dalam preferensi konsumen properti. Faktor potensial lain yang diidentifikasi meliputi harga, kualitas bangunan, dan lingkungan sekitar. Harga properti terbukti menjadi pertimbangan utama, konsisten dengan studi (Wardhana, 2024) yang menggarisbawahi sensitivitas konsumen terhadap aspek finansial dalam pembelian rumah. Kualitas bangunan, termasuk desain dan material yang digunakan, juga berpengaruh signifikan, mendukung argumen (Alexander et al., 2016) tentang pentingnya aspek fisik properti. Lingkungan sekitar, mencakup keamanan dan estetika kawasan, turut memengaruhi keputusan pembelian, selaras dengan penelitian yang menekankan peran komunitas dalam preferensi hunian.

Temuan ini memperkuat argumentasi (Edwita & Kusumawati, 2022) tentang kompleksitas faktor yang memengaruhi keputusan pembelian properti residensial. Studi ini juga mengidentifikasi variasi preferensi berdasarkan demografi konsumen. Misalnya, keluarga muda cenderung lebih mementingkan aksesibilitas ke sekolah dan fasilitas kesehatan, sementara profesional lajang lebih mempertimbangkan kedekatan dengan pusat bisnis dan hiburan. Hal ini sejalan dengan penelitian (Tang et al., 2022) yang menunjukkan heterogenitas preferensi konsumen dalam pasar properti. Implikasi dari temuan ini signifikan bagi pengembang properti dan pembuat kebijakan urban. Pengembang dapat memanfaatkan informasi ini untuk merancang dan memasarkan proyek perumahan yang lebih sesuai dengan kebutuhan target konsumen. Sementara itu, pembuat kebijakan dapat menggunakan hasil studi ini sebagai pertimbangan dalam perencanaan tata kota yang lebih responsif terhadap dinamika pasar properti residensial. Meskipun studi ini memberikan wawasan berharga, terdapat beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan. Pertama, penelitian ini berfokus pada Bekasi, Jawa Barat, sehingga generalisasi ke konteks geografis lain memerlukan kehati-hatian. Kedua, faktor-faktor yang diteliti, meskipun komprehensif, mungkin tidak mencakup seluruh variabel yang relevan dalam keputusan pembelian rumah. Penelitian selanjutnya dapat memperluas cakupan geografis dan memasukkan variabel tambahan seperti preferensi gaya hidup atau proyeksi pertumbuhan ekonomi wilayah. Selain itu, pendekatan longitudinal dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang perubahan preferensi konsumen seiring waktu, sebagaimana disarankan oleh (Tang et al., 2022) dalam studi mereka tentang dinamika pasar properti.

KESIMPULAN

Penelitian ini mengungkapkan bahwa aksesibilitas memiliki pengaruh paling signifikan terhadap keputusan pembelian rumah di Bekasi, Jawa Barat, diikuti oleh faktor harga, kualitas bangunan, dan lingkungan sekitar. Temuan ini menegaskan kompleksitas proses pengambilan keputusan dalam pembelian properti residensial, di mana konsumen mempertimbangkan

berbagai aspek secara simultan. Aksesibilitas yang mencakup kedekatan dengan pusat kota, fasilitas publik, dan kemudahan transportasi menjadi prioritas utama, mencerminkan kecenderungan masyarakat urban yang menghargai efisiensi dan konektivitas. Variasi preferensi berdasarkan demografi konsumen juga teridentifikasi, menunjukkan pentingnya segmentasi pasar dalam industri properti. Hasil studi ini memberikan implikasi penting bagi pengembang properti dalam merancang dan memasarkan proyek perumahan, serta bagi pembuat kebijakan dalam perencanaan tata kota yang responsif terhadap kebutuhan masyarakat. Meskipun terbatas pada konteks Bekasi, Jawa Barat, penelitian ini memberikan landasan untuk studi lebih lanjut tentang dinamika pasar properti residensial di berbagai konteks geografis dan sosial-ekonomi.

SARAN

1. Bagi Pengembang Properti:

- Prioritaskan pengembangan proyek di lokasi dengan aksesibilitas tinggi.
- Tawarkan variasi harga untuk mengakomodasi berbagai segmen pasar.
- Tingkatkan kualitas bangunan dan desain yang sesuai dengan preferensi konsumen.
- Kembangkan komunitas yang menarik dengan memperhatikan aspek lingkungan sekitar.

2. Bagi Pembuat Kebijakan:

- Integrasikan perencanaan transportasi dengan pengembangan properti residensial.
- Implementasikan kebijakan yang mendorong pembangunan perumahan terjangkau di lokasi strategis.
- Tingkatkan fasilitas publik dan infrastruktur untuk meningkatkan aksesibilitas di berbagai wilayah.

3. Untuk Penelitian Selanjutnya:

- Perluas cakupan geografis penelitian ke wilayah lain untuk komparasi.
- Lakukan studi longitudinal untuk memahami perubahan preferensi konsumen seiring waktu.
- Inkorporasikan variabel tambahan seperti preferensi gaya hidup atau proyeksi ekonomi wilayah.
- Gunakan metode analisis lanjutan seperti model persamaan struktural untuk menguji hubungan antar variabel.

4. Bagi Konsumen:

- Pertimbangkan faktor aksesibilitas sebagai prioritas utama dalam pemilihan properti.
- Evaluasi secara komprehensif aspek harga, kualitas bangunan, dan lingkungan sekitar.
- Sesuaikan pilihan properti dengan kebutuhan jangka panjang dan gaya hidup.

5. Untuk Industri Properti:

- Kembangkan strategi pemasaran yang menekankan aspek aksesibilitas properti.
- Inovasi dalam desain properti yang memaksimalkan aksesibilitas dan kualitas hidup.
- Lakukan riset pasar secara berkala untuk memahami perubahan preferensi konsumen.

6. Bagi Institusi Keuangan:

- Tawarkan produk pembiayaan yang mempertimbangkan nilai jangka panjang properti berdasarkan aksesibilitasnya.
- Kembangkan skema kredit yang mendukung pembelian properti di lokasi strategis.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, L., Nor, I., Jumadi, N., & Arshad, H. (2012). *FIRST-TIME HOME BUYERS: FACTORS INFLUENCING DECISION MAKING*.
- Ahn, T., Ryu, S., & Han, I. (2004). The impact of online and offline features on the user

- acceptance of Internet shopping malls. *Electronic Commerce Research and Applications*, 3, 405–420. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2004.05.001>
- Al-Fadhat, F. (2022). *Ekonomi Politik Asia Timur: Ekspansi Kapital dan Kontestasi Geopolitik*.
- Alexander, R., Jaolis, F., Pemasaran, P. M., Petra, U. K., & Siwalankerto, J. L. (2016). *ANALISA PENGARUH LOCATION INFLUENCE*.
- Bakti A R F. (2023). *PERSEPSI PENGARUH KOTA PINTAR TERHADAP PENENTU MENJADI SEORANG WIRAUSAHA*. R Ferry Bakti A. 03, 1.
- Edwita, R., & Kusumawati, R. (2022). 1) 2) 2)*. 1(2), 64–79.
- Ghoni, A., & Bodroastuti, T. (2012). Pengaruh Faktor Budaya , Sosial , Pribadi Dan Psikologi Terhadap Perilaku Konsumen (Studi Pada Pembelian Rumah di Perumahan Griya Utama Banjardowo Semarang) The Influence Of Factor Of Cultural , Social , Personality And Psychology On Customer Behavior S. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Manggala*, 1–23.
- Ilmiah, J. (2020). *HOTEL BERBASIS SYARIAH DI KOTA MALANG Disusun oleh :*
- Karlina. (2017). Analisis Faktor Pengaruh Lokasi Tempat Tinggal Jurnal. *Journal of Economics Research and Social Sciences*, 1(1), 32–39.
- Pramana, A. Y. E., & Efendi, H. (2019). Tingkat Aksesibilitas Transportasi Publik di Wilayah Peri-Urban Kawasan Perkotaan Yogyakarta. *Reka Ruang*, 2(1), 10–17. <https://doi.org/10.33579/rkr.v2i1.1128>
- Primaningtyas, M. (2012). *Jurnal sains pemasaran indonesia*. XI(3), 283–300.
- Rachmad, Y., Rahman, A., Judijanto, L., Pudjiarti, E., Runtunuwu, P. C., Lestari, N., Wulandari, D., Suhirman, L., Rahmawati, F., Mukhlis, I., Fatmah, aktisyahputra, Purba, A., Nopiah, R., Winarni, A., Fanani, A., & Mintarsih. (2024). *INTEGRASI METODE KUANTITATIF DAN KUALITATIF*.
- Rokhmad, O., & Wahyuningsih, S. (2014). *Validitas dan reliabilitas terhadap instrumen kepuasan kerja*. 51–58.
- Rumah, P., Bersalin, S., & Di, J. (2021). *Bisma, Vol 6. No 4, Agustus 2021*. 6(4), 700–711.
- Syafrina, A., Tampubolon, A. C., Suhendri, S., Hasriyanti, N., & Kusuma, H. (2018). Preferensi Masyarakat tentang Lingkungan Perumahan yang Ingin Ditinggali. *Review of Urbanism and Architectural Studies*, 16(1), 32–45. <https://doi.org/10.21776/ub.ruas.2018.016.01.3>
- Tang, A., Kusuma, H. E., & Riska, A. S. (2022). *Preferensi dalam Memilih Hunian Menapak dan Vertikal oleh Generasi Y dan Z di Indonesia*. 20(1). <https://doi.org/10.21776/ub.ruas.2022.020.01.9>
- Tifani, A. G., & Widiyanto, I. (2015). Minat Word of Mouth Pada Produk Perumahan Graha Padma Semarang. *Diponegoro Journal of Management*, 4, 1–10.
- Wadu Mesthrige, J., & Man, W. (2013). Effect of green labelling on residential property price: a case study in Hong Kong. *Journal of Facilities Management*, 11. <https://doi.org/10.1108/14725961311301457>
- Wardhana, A. (2024). *PERILAKU KONSUMEN DI ERA DIGITAL PENERBIT CV.EUREKA MEDIA AKSARA*.