Universitas Indonesia Library >> UI - Tesis Membership

Analisis perilaku konsumen rumah mengengah keatas pada masa property crash

Maya Vianti Fibriani, author

Deskripsi Lengkap: https://lib.ui.ac.id/detail?id=20439020&lokasi=lokal

---

Abstrak

ABSTRAK
Krìsis moneter yang melanda Indonesia sejak Juli 1997, membawa dampak yang buruk bagi perekonomian bangsa Indonesia. Baik dan buruknya perekonomian nasional membawa dampak yang luas pada permintaan produk properti. Meningkatnya depresiasi rupiah terhadap dolar, menyebabkan turunnya daya beli masyarakat. Pukulan diterima para pengembang ketika bunga KPR dan kredit kontruksi melambung bahkan KPR menghilang dari kalangan bank swasta. Hal ini merupakan pukulan bagi pengembang karena sekitar 95 % pembelian melalui KPR, hanya 5% pembelian saja yang tunai, dan itulah pasar yang harus diperebutkan pada masa property crash. Keadaan ini dimulai ketika krisis moneter mulai menimpa Indonesia dan puncaknya adalah setelah bulan Mei 1998 dimana kerusuhan yang terjadi dan ketidak pastian politik di Indonesia menyebabkan keadaan perekonomian semakin buruk.OIeh karena ¡tu pemasaran merupakan salah satu ujung tombak dalam mempertahankan perusahaan dengan memperebutkan pasar yang semakin kecil.

Penelitian mi dilakukan dengan dugaan bahwa masyarakat yang menjadi target dari perumahan menengah keatas yang tidak sensitif terhadap harga, menga!ami perubahan perilaku terhadap pembelian rumah pada masa property crash. Penelitian menggunakan metode wawancara baik terhadap 60 responden yang dipilih secara acak. Kuesioner yang diajukan kepada responden berupa pertanyaan terbuka dan pertanyaan tertutup. Penelitian ini diinaksudkan untuk melihat seberapa besar perubahan perilaku yang terjadi terhadap konsumen rumah menengah keatas. Analisa menggunakan tehnik distribusi frekuensi, Chi Square dan t-test untuk mengetahui perubahan dan perbedaan yang terjadi pada masa krisis.

Studi ini menemukan telah terjadi beberapa perubahan dalam pembelian rumah, seperti (1)tujuan pembelian rumah pada masa sebelum property crash dan dalam masa property crash, (2)preferensi investasi yang dilakukan oleh konsumen, dan (3)perubahan sumber informasi yang diandalkan dalam pembelian rumah. Penelitian ini juga didapat atribut-atribut yang diperhatikan oleh konsumen kelas menengah keatas dalam memutuskan pembelian rumah. Strategi penurunan harga bukanlah strategi yang tepat karena konsumen tidak sensitif terhadap harga.