



**PENGARUH HARGA DAN TIPE RUMAH TERHADAP VOLUME PENJUALAN DI
PERUMAHAN PESONA BOUGENVILLE PONOROGO**

Kurniya Damayanti
Program Studi Pendidikan Akuntansi - FPIPS
IKIP PGRI MADIUN

ABSTRAK

Tujuan dalam penelitian ini adalah (1) Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh harga terhadap volume penjualan di Pesona Perumahan Bougenville Ponorogo (2) Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh tipe terhadap volume penjualan di Pesona Perumahan Bougenville Ponorogo (3) Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara harga dan tipe terhadap volume penjualan di Pesona Perumahan Bougenville Ponorogo. Penelitian ini menggunakan metode eksperimen. Populasi penelitian adalah seluruh warga perumahan pesona bougenville ponorogo. Responden dalam penelitian ini sejumlah 45 responden/konsumen. Dalam menganalisis data menggunakan SPSS 16. Pengambilan sampel menggunakan teknik sampling jenuh. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, observasi, wawancara. Data yang diperoleh dianalisis dengan metode statistik. Teknik analisis data menggunakan uji validitas, uji reabilitas, uji regresi linier berganda, uji asumsi klasik.

Kesimpulan penelitian ini adalah menunjukkan (1) Harga memiliki hubungan negatif dan signifikan dengan volume penjualan pada perumahan Pesona Bougenville Ponorogo. (2) Tipe rumah memiliki hubungan positif dan signifikan dengan volume penjualan pada perumahan Pesona Bougenville Ponorogo (3) Harga dan tipe rumah secara bersama-sama memiliki hubungan yang positif dan signifikan dengan volume penjualan pada perumahan Pesona Bougenville Ponorogo. Harga yang ditawarkan akan mempengaruhi juga menyesuaikan dengan tipe rumah yang dijual.

Kata Kunci : Harga, Tipe Rumah, Volume Penjualan

PENDAHULUAN

Saat ini kebutuhan akan sebuah rumah semakin banyak karena terbatasnya lahan tanah yang akan digunakan untuk membuat rumah, semakin mahal harga tanah, biaya untuk pembuatan rumah dan membuat sertifikat rumah itu sendiri. Selain itu keinginan masing-masing orang ingin mempunyai sebuah rumah dengan luas dan model rumah yang berbeda-beda. Banyak orang kesulitan mempunyai sebuah rumah karena mahal biaya pembuatan rumah, semakin mahal material bangunan, dan lahan tanah yang digunakan.

Property merupakan salah satu bisnis yang sedang berkembang saat ini. Perumahan termasuk dalam salah satu bisnis properti selain apartemen, pusat perbelanjaan, perkantoran ada banyak alasan yang mendorong seseorang dalam pengambilan keputusan untuk membeli suatu produk terlebih untuk sebuah produk rumah. Rumah yang diidam-idamkan tentu saja yang berada di lingkungan yang baik, desainnya yang tidak ketinggalan zaman, fasilitas yang memadai dan yang terpenting harganya terjangkau.

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian latar belakang dan batasan masalah di atas, maka dirumuskan bahwa:

1. Apakah ada pengaruh harga terhadap volume penjualan di Perumahan Pesona Bougenville Ponorogo?
2. Apakah ada pengaruh tipe rumah terhadap volume penjualan di Perumahan Pesona Bougenville Ponorogo?
3. Apakah ada pengaruh antara harga dan tipe rumah terhadap volume penjualan di Perumahan Pesona Bougenville Ponorogo?

KAJIAN PUSTAKA

Volume Penjualan

Volume Penjualan salah satu komponen yang penting dalam kegiatan Bisnis Property. Namun permasalahan utama dalam kegiatan Bisnis Property adalah menentukan volume penjualan yang harus dicapai. Volume Penjualan adalah target atau omzet penjualan yang direncanakan oleh suatu perusahaan untuk memenuhi penjualan yang dilakukan oleh perusahaan.

Anggaran Penjualan

Pihak property sebelum membuat anggaran penjualan harus menentukan lahan mana yang akan di bidik untuk di jadikan hunian dan akan di jual ke konsumen. Pihak property setelah memperoleh lahan yang akan digunakan untuk hunian, harus menggunakan bisnis plan yang di gunakan dalam proyek. Anggaran yang di keluarkan di sesuaikan dengan unit yang di jual.

Gunawan dan Marwan (2003: 121) menyatakan pada umumnya kemampuan yang dimiliki oleh suatu perusahaan untuk menjual hasil produksinya adalah terbatas. Dengan demikian tidak ada perlunya membeli material, menghasilkan barang/ jasa, mencari modal atau membeli mesin-mesin yang lebih besar dari pada kemampuan menjual. Sehingga dapat dikatakan bahwa anggaran penjualan merupakan dasar dilakukannya aktivitas-aktivitas yang lain, dan pada umumnya anggaran penjualan disusun paling dahulu dari anggaran-anggaran lainnya.

Harga

Dalam definisi harga masih menjadi permasalahan bagi banyak orang dalam menafsirkannya karena disebabkan pendapat yang berbeda-beda. Harga adalah nilai suatu barang yang dikaitkan atau dinyatakan dalam bentuk nominal dan harga sebagai jumlah yang harus dibayarkan oleh pembeli.

Sebagaimana diungkapkan Basu Swastha (2007: 147) dalam teori ekonomi, harga, nilai dan faedah merupakan istilah-istilah yang saling berhubungan. *Faedah* adalah atribut suatu barang yang dapat memuaskan kebutuhan. Sedangkan *nilai* adalah ungkapan secara kuantitatif tentang kekuatan barang untuk dapat menarik barang lain dalam pertukaran. Tetapi perekonomian kita bukan menarik barang lain dalam pertukaran. Atas atau untuk mengukur nilai suatu barang kita menggunakan uang, dan istilah yang dipakai adalah *harga*. Jadi *harga* adalah nilai yang dinyatakan dalam rupiah.

Harga jual produk adalah salah satu elemen dalam bauran pemasaran yang menghasilkan *revenue* penjualan, sedangkan elemen lain dari bauran itu menghasilkan biaya-biaya.

Sebagaimana diungkapkan Philip Kotler dan Gary Amstrong terjemahan Bob Sabran, (2006: 345) harga (*price*) adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa. Lebih



**The 5th FIPA (Forum Ilmiah Pendidikan Akuntansi)
Program Studi Pendidikan Akuntansi – FPIPS
IKIP PGRI MADIUN**

luas lagi, harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.

Tipe Rumah

Tipe rumah merupakan salah satu komponen penting dalam sebuah hunian. Namun permasalahan yang dihadapi konsumen saat membeli hunian adalah menentukan tipe yang seperti apa yang akan di pilih. Tipe rumah adalah model-model desain interior hunian yang sesuai dengan ukuran luas bangunan dan luas tanah beserta aksesoris yang menunjangnya. Tipe- tipe rumah beragam jenisnya ada yang hunian tipe kecil, sedang dan besar tergantung luas bangunannya.

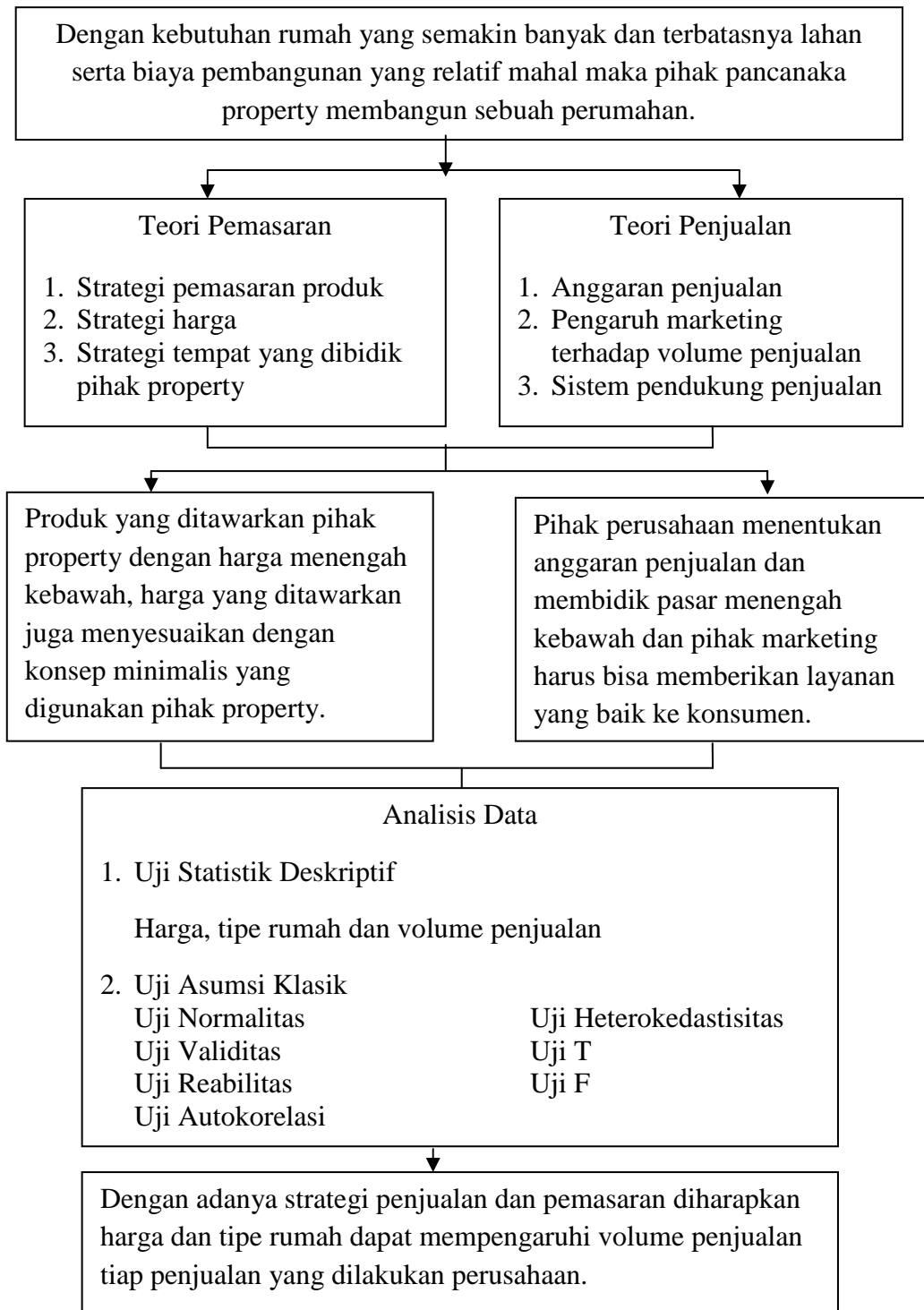
Tipe rumah adalah dinamika harga properti perumahan berbeda antara perumahan tipe kecil, menengah dan tipe besar.

Kriyoadi dan Anditya (2013: 5) menyatakan dari namanya, rumah minimalis merupakan rumah dengan tampilan tampak dan tata ruang yang simple (minimal). Adapun definisi utama dari desain minimalis adalah penyederhanaan bentuk.

KERANGKA BERFIKIR

Mengacu pada telaah pustaka yang telah diuraikan di atas, maka penulis melakukan analisis dan diagnosis untuk mengidentifikasi harga dan tipe rumah berpengaruh dalam perusahaan sebagai variabel independen (bebas) dengan permasalahan utama yaitu peningkatan volume penjualan sebagai variabel dependen (terikat).

Kerangka pemikiran yang akan dikembangkan dalam penelitian ini dijabarkan pada gambar berikut ini:



Gambar 2.1 Kerangka Berfikir

HIPOTESIS PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka hipotesis dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

- H1: Harga Rumah berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan di Perumahan Pesona Bougenville Ponorogo
- H2: Tipe Rumah berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan di Perumahan Pesona Bougenville Ponorogo
- H3: Harga dan Tipe Rumah berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan di Perumahan Pesona Bougenville Ponorogo

METODE PENELITIAN

Dalam menyelesaikan penelitian ini perlu digunakan cara atau metode yang tepat agar hasil penelitian dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah. Metode yang digunakan adalah metode regresi linear berganda yaitu metode yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel-variabel

POPULASI DAN SAMPEL

Sumber data primer adalah data yang diperoleh langsung dari objek penelitian dengan mengenakan alat pengukuran atau alat pengambilan data langsung pada subjek sebagai sumber informasi yang dicari. Populasi yang terdapat dalam penelitian ini adalah konsumen di Perumahan Pesona Bougenville Ponorogo sebanyak 84 rumah yang dijual. Sampel yang digunakan merupakan sampel populasi.

TEKNIK ANALISIS DATA

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian kuantitatif yaitu untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Dalam penelitian ini teknik analisis data menggunakan program SPSS (*Statistical Package For The Social Science*) for windows versi 19.0 dengan tahap-tahap analisis sebagai berikut:

1. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengukur valid tidaknya suatu item pertanyaannya, sedangkan uji reabilitas bertujuan untuk mengukur konsistensi tidaknya jawaban seseorang terhadap item-item pertanyaan di dalam sebuah kuesioner

Variabel	No item	R hitung	Keterangan	Cronbach's alpha	Keterangan
Harga (X1)	Item1	0,509	Valid	0,705	Reliabel
	Item2	0,639	Valid		
	Item3	0,332	Valid		
	Item4	0,430	Valid		
	Item5	0,394	Valid		
	Iem 6	0,649	Valid		
	Item 7	0,508	Valid		
	Item 8	0,596	Valid		
	Item 9	0,461	Valid		
	Item 10	0,330	Valid		

Tipe Rumah (X ₂)	Item1	0,565	Valid	0,711	Reliabel
	Item2	0,360	Valid		
	Item3	0,425	Valid		
	Item4	0,552	Valid		
	Item5	0,511	Valid		
	Item 6	0,466	Valid		
	Item 7	0,471	Valid		
	Item 8	0,421	Valid		
	Item 9	0,449	Valid		
	Item 10	0,615	Valid		

Sumber : Data diolah dengan IBM SPSS 16,0 2010

Berdasarkan table 4.8 hasil uji validitas dapat diketahui bahwa semua item pertanyaan variabel harga, tipe rumah dan volume penjualan dinyatakan valid karena dari hasil korelasi antara hasil jawaban responden pada tiap item pertanyaan dengan skor total di dapat hasil yang signifikan, yaitu nilai sig < 0,05.

2. Uji Reabilitas

Repeated Measure atau pengukuran berulang. Disini pengukuran dilakukan berulang-ulang pada waktu yang berbeda, dengan kuesioner atau pertanyaan yang sama. Hasil pengukuran dilihat apakah konsisten dengan pengukuran sebelumnya.

One Shot. Pada teknik ini pengukuran dilakukan hanya pada satu waktu, kemudian dilakukan perbandingan dengan pernyataan yang lain atau dengan pengukuran korelasi antarjawaban. Pada SPSS, metode ini dilakukan dengan metode Cronbach Alpha, dimana suatu kuesioner dikatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,60.

Hasil Uji Reliabilitas Variabel X₁, dan X₂

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Harga (X ₁)	0,705 > 0,60	Reliabel
Tipe Rumah (X ₂)	0,711 > 0,60	Reliabel

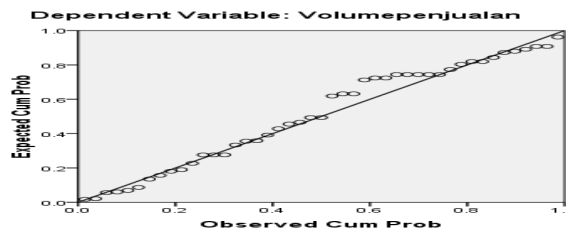
Sumber : Data diolah dengan IBM SPSS 16,0 2010

Hasil uji reliabilitas pada tabel memperlihatkan nilai *cronbach's alpha* semua variabel di atas 0,60, sehingga dapat disimpulkan indikator yang digunakan oleh variabel harga, tipe rumah dan volume penjualan dipercaya atau handal untuk digunakan sebagai alat ukur variabel

3. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan uji F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid dan jumlah sampel kecil

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Hasil grafik normal *probability plot* pada gambar di atas diketahui bahwa titik-titik menyebar dan mengikuti garis diagonal, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi secara normal. Jadi kedua grafik tersebut menunjukkan bahwa model regresi layak dipakai karena memenuhi asumsi normalitas

4. Asumsi Klasik

Variabel yang digunakan sebelum digunakan untuk di analisis lebih lanjut maka akan dilakukan pengujian terlebih dahulu. Tujuannya adalah untuk mengetahui penyimpangan asumsi dalam variabel dengan menggunakan Uji Asumsi Klasik. Perhitungan data dilakukan dengan menggunakan SPSS 16.0 *for Windows*. Pengujian yang digunakan dalam Uji Asumsi Klasik meliputi:

- a. Uji asumsi multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukannya adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol.

b.

Variabel	Collinearity Statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
Harga (X1)	0,884	1,131	Tidak ada Multikolonieritas
Tipe Rumah (X2)	0,884	1,131	Tidak ada Multikolonieritas

Sumber : Data diolah dengan IBM SPSS 16, 2010

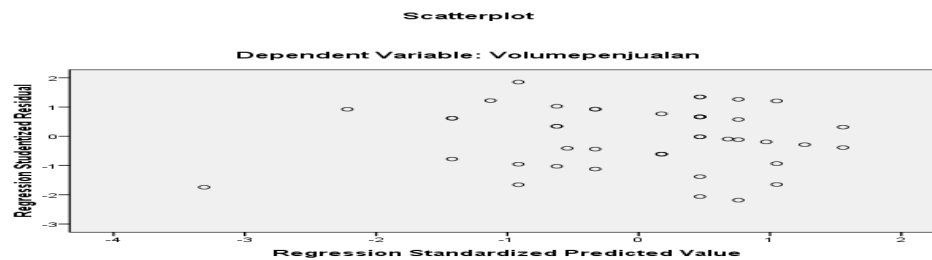
Hasil pengujian multikolonieritas menunjukkan bahwa antar variabel harga dan tipe rumah semuanya tidak terjadi multikolonieritas, karena nilai tolerance masing-masing variabel independen berada di atas 0,1 dan nilai VIF masing-masing variabel independen berada di bawah 10.

- c. Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antar kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Masalah ini timbul karena residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari satu observasi lainnya.

Keterangan	dU	dW	2-dU
Nilai	1,666	1,256	1,614

Dari Tabel di atas nilai DW 1.256 sedangkan dari tabel DW dengan signifikansi 0.05 dan jumlah data (n) = 45, serta $k = 2$ diperoleh nilai $dU = 1.6662 > DW = 1.256$ $4 - dU = 1.614$. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi.

- d. Uji heterokedastitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Kebanyakan data crosssection mengandung situasi heteroskedastitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang dan besar).



Dari grafik di atas terlihat titik-titik yang menyebar secara acak, tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas, serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Sehingga model regresi ini tidak terjadi heteroskedastisitas dan layak dipakai untuk memprediksi pengaruh harga dan tipe rumah terhadap volume penjualan.

- e. Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel-variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel-variabel dependen amat terbatas

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.315 ^a	.099	.056	1.48776

a. Predictors: (Constant), Tiperumah, Harga

b. Dependent Variable: Volumepenjualan

Berdasarkan Tabel diatas dapat diketahuinilai koefisien determinasi yang disesuaikan (*Adjusted R Square*) adalah 0,056. Jadi sumbangan pengaruh dari variabel independen yaitu 0,56% sedangkan sisanya sebesar 99,44 % dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti.

5. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda merupakan pendekatan yang digunakan untuk mendefinisikan hubungan matematis antara variabel output/ dependen (y) dengan satu atau beberapa variabel input/ independen (x).

Bentuk umum persamaan regresi berganda ini adalah:

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \dots + b_nX_n + e$$

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
1 (Constant)	8.382	2.596
Harga	.141	.217
Tiperumah	.385	.225

a. Dependent Variable: Volume penjualan

Dari persamaan tersebut, dapat diidentifikasi beberapa hal sebagai berikut

a. Nilai konstanta $b_0 = 8,382$

Artinya jika Harga (X_1), Tipe Rumah (X_2) adalah 0, maka Volume Penjualan (Y) nilainya sebesar 8,382

b. Nilai koefisien $b_1 = 0,141$

Artinya jika Harga (X_1) ditingkatkan sebesar 1 satuan, maka akan meningkat Volume Penjualan (Y) sebesar 0,141 satuan.

c. Nilai koefisien $b_2 = 0,385$

Artinya jika Tipe Rumah (X_2) ditingkatkan sebesar 1 satuan, maka akan meningkatkan Volume Penjualan (Y) sebesar 0,385

6. Uji F

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Pengujiannya sebagai berikut :

1) Dimana $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_1 diterima atau secara bersama-sama variabel bebas dapat menerangkan variabel terikatnya secara serentak.

2) Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima atau secara bersama-sama variabel bebas tidak memiliki pengaruh terhadap variabel terikat

Hasil uji-F sebesar 10,236 dengan sig. 0,012. Nilai sig. diperoleh nilai lebih kecil (<) dari 0,05 dan $F_{hitung} > F_{tabel}$, sehingga membuktikan H_0 ditolak H_a diterima yang menyatakan bahwa harga dan tipe rumah berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan secara simultan diterima.

7. Uji T

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Dimana pengambilan keputusan disini yaitu :

1) $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ jadi H_0 ditolak.

2) $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $t_{hitung} < t_{tabel}$ jadi H_0 diterima.

- 3) Pengambilan signifikansi $> 0,05$ jadi H_0 diterima, dan jika signifikansi $\leq 0,05$ jadi H_0 ditolak.

Berdasarkan hasil pengolahan dengan program *SPSS IBM 16.0* maka di dapat hasil uji statistik t sebagai berikut:

Tabel 4.16. Uji T

Variabel	Koefisien β	t hitung	t tabel	Signifikan	Keterangan
Konstanta	8.382	3.228	1,679	0,002	Signifikan
Harga	0,141	0,651	1,679	0,519	Tidak signifikan
Tipe rumah	0,385	1,707	1,679	0,095	Signifikan
<i>R Square</i>		= 0.315			
<i>Adjusted R Square</i>		= 0.056			
F hitung		= 2.312			
F table		= 2.403			
Signifikan		= 0,002			

Sumber : Data diolah dengan IBM SPSS 16, 2010.

Dengan demikian, persamaan regresi berganda dapat dinyatakan sebagai berikut:

$$Y = 8.382 + 0.141X_1 + 0.385X_2 + e$$

Keterangan :

- Y = Volume Penjualan
- X_1 = Harga
- X_2 = Tipe Rumah
- b1, b2 = Koefisien regresi
- b0 = Intersep Y atau Konstanta
- e = Random Error

Persamaan regresi tersebut mempunyai makna sebagai berikut :Konstanta = 8.382 nilai tersebut diambil dari unstandardized coefficients. Koefisien $X_1 = 0,141$, Koefisien $X_2 = 0,385$.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Harga Terhadap Volume Penjualan (X_1)

Dalam sebuah perusahaan property, dibutuhkan suatu penetapan harga yang menjadi suatu acuan dalam penjualan. Hal ini digunakan agar harga dapat dijadikan suatu transaksi dalam sebuah hunian. Harga yang relative terjangkau dapat dijadikan alat sebagai pemasaran sebuah hunian yang dijual oleh pihak property. Harga yang sudah ditetapkan sebuah perusahaan akan membantu dalam proses penjualan, sebuah hunian yang harganya naik secara signifikan akan membuat sebuah hunian yang dijual pihak property memiliki nilai yang tipe.

Pihak property juga menawarkan harga sesuai dengan tipe rumah yang akan dijual dan dengan sistem pembayaran secara kredit sedikit mengurangi beban konsumen dalam melakukan pembelian hunian secara langsung. Pada perusahaan Pancanaka Property, harga menjadi faktor yang tidak berpengaruh signifikan

dalam meningkatkan volume penjualan. Harga yang ditetapkan oleh perusahaan Pancanaka Property juga menyesuaikan dengan memilih lokasi yang dijadikan sebuah hunian.

Dalam penelitian ini didapat nilai koefisien regresi sebesar 0,141 dan mempunyai hubungan positif terhadap volume penjualan. Uji t menunjukkan bahwa harga yang ditawarkan dalam suatu perusahaan harga berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan secara parsial ditolak.

2. Pengaruh Tipe Rumah Terhadap Volume Penjualan (X2)

Dalam perusahaan property selain harga dalam proses pemasaran dan penjualan ada pula yang harus diketahui selain harga yaitu tipe rumah. Perusahaan juga harus memilih tipe rumah yang sesuai dengan selera konsumen. Tipe rumah juga mempunyai peranan penting dalam proses penjualan hunian. Dalam perusahaan Pancanaka Property ini ada 3 tipe rumah yang akan ditawarkan ke konsumen yaitu tipe 39, tipe 45 dan tipe 57. Tipe 39 ini merupakan tipe yang ukuran bangunannya relative kecil jika dibanding dengan tipe 45 dan 57. Jika tipe 45 merupakan tipe yang ukuran bangunannya sedang atau agak besar jika dibanding rumah tipe 39.

Sedangkan rumah tipe 57 merupakan tipe yang ukuran bangunannya lebih besar jika dibanding rumah tipe 39 dan tipe 45. Perusahaan Pancanaka Property menawarkan tipe rumah yang sudah dijelaskan di atas ada tujuannya. Pihak property membidik pasar menengah ke bawah untuk pemasarannya. Sehingga pihak property memilih menggunakan tipe-tipe rumah tersebut. Konsumen mempunyai pilihan tipe-tipe rumah apabila akan membeli sebuah hunian, pihak Pancanaka property menawarkan tipe-tipe rumah yaitu tipe 39, tipe 45 dan tipe 57. Tipe-tipe rumah yang dipilih konsumen nantinya juga akan mempengaruhi volume penjualan perusahaan.

Semakin banyak tipe yang dipilih konsumen untuk sebuah huniannya maka akan mempengaruhi juga sebagian penjualan perusahaannya. Karena perusahaan juga membuat target akan penjualan rumah tersebut.

Dalam penelitian ini didapat nilai koefisien regresi sebesar 0,385 dan mempunyai hubungan positif terhadap volume penjualan. Uji t menunjukkan t_{hitung} sebesar 1,707 dan sig. sebesar 0,095 dengan demikian variabel ini mempunyai pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap volume penjualan. Uji t menunjukkan bahwa tipe rumah yang ditawarkan dalam suatu perusahaan tipe rumah berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan.

Hal ini menunjukkan bahwa semakin banyak tipe rumah yang ditawarkan pada konsumen maka semakin tinggi pula hasil dari volume penjualan tersebut.

3. Pengaruh Harga dan Tipe Rumah Terhadap Volume Penjualan (X3)

Harga berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan secara simultan diterima, sebuah harga sudah ditetapkan oleh perusahaan, harga tersebut dapat berubah-ubah tergantung kondisi pasar. Apabila property semakin diminati konsumen maka harga tersebut juga akan mengalami kenaikan. Harga yang ditawarkan akan mempengaruhi juga menyesuaikan dengan tipe rumah yang dijual. Di Pancanaka property tipe rumah yang ditawarkan ada tipe 39, tipe 45 dan tipe 57. Harga tipe 39 yaitu $< 150.000.000$, harga pada tipe 45 yaitu $> 150.000.000$, dan harga tipe 57 yaitu $> 200.000.000$.

Tipe rumah berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan secara simultan diterima, semakin tinggi harga yang ditawarkan maka semakin besar tipe

yang digunakan. Apabila tipe yang diminati banyak hal tersebut juga mempengaruhi harga yang ditawarkan ke konsumen.

Dalam penelitian ini dapat dinilai koefisien regresi sebesar 0,141 dan mempunyai hubungan positif terhadap volume penjualan. Uji t menunjukkan t_{hitung} sebesar 8.382 dan sig. sebesar 0,095. Dengan demikian variabel ini mempunyai pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap volume penjualan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tipe rumah yang diberikan pada konsumen maka harga dan volume penjualan pun akan meningkat.

SIMPULAN

Hasil penelitian mengenai pengaruh harga dan tipe rumah terhadap volume penjualan dengan jumlah 45 responden, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Harga memiliki pengaruh negatif dan signifikan dengan volume penjualan di Perumahan Pesona Bougenville Ponorogo. Artinya bahwa harga menjadi faktor yang tidak berpengaruh signifikan dalam meningkatkan volume penjualan. Harga yang ditetapkan oleh perusahaan Pancanaka Property. Harga yang ditetapkan oleh perusahaan Pancanaka Property juga menyesuaikan dengan memilih lokasi yang dijadikan sebuah hunian.
2. Tipe Rumah memiliki pengaruh positif dan signifikan dengan volume penjualan di Perumahan Pesona Bougenville Ponorogo. Artinya bahwa semakin banyak tipe rumah yang ditawarkan pada konsumen maka semakin tinggi pula hasil dari volume penjualan, perusahaan juga membuat target penjualan rumah tersebut.
3. Harga dan Tipe Rumah secara bersama-sama memiliki pengaruh yang positif dan signifikan dengan volume penjualan di Perumahan Pesona Bougenville Ponorogo. Artinya bahwa harga tersebut sudah ditetapkan oleh perusahaan dan harga tersebut dapat berubah-ubah tergantung kondisi pasar. Apabila property semakin diminati konsumen maka harga tersebut juga akan mengalami kenaikan. Harga yang ditawarkan akan mempengaruhi juga menyesuaikan dengan tipe rumah yang dijual.

KETERBATASAN-KETERBATASAN

Keterbatasan-keterbatasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada lokasi penelitian yang terbatas yaitu konsumen perumahan Pesona Bougenville Ponorogo.
2. Penelitian ini hanya menggunakan dua variabel independen yaitu variabel harga, dan tipe rumah serta satu variabel dependen yaitu volume penjualan.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan dalam kesimpulan di atas, maka dalam penelitian ini disampaikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Untuk penelitian yang akan datang, sebaiknya lokasi penelitian tidak terbatas pada satu lokasi obyek penelitian untuk mendapatkan hasil yang lebih baik.
2. Untuk penelitian yang akan datang, sebaiknya menambahkan variabel independen lain seperti fasilitas, pemasaran, sistem pembayarannya dan lain sebagainya yang mungkin dapat memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap variabel dependen yaitu volume penjualan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Prawoto. 2003. *Teori dan Praktek Penilaian Property*. Yogyakarta: BPFE- Yogyakarta.
- Amir. M. Taufiq. 2005. *Managemen Ritel Panduan Lengkap Pengelolaan Toko Modern*. Jakarta: PPM, 2005.
- Basu Swastha. 2007. *Azas-Azas Marketing*. Cet Ke- 6 : Liberty Yogyakarta.
- _____. 2009. *Manajemen Penjualan Edisi 3*. Yogyakarta: BPFE- Yogyakarta.
- Buchari Alma. 2011. *Managemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Cet ke -10: Bandung : Alfabeta.
- Budi Santoso. 2008. *Profit Berlipat dengan Investasi Tanah dan Rumah*. Cet ke- 2. Jakarta : PT Gramedia.
- Burhan. 2005. *Metedologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi Ekonomi dan Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya*. Edisi 1, Cet Ke- 1: Jakarta.
- Blocher, Chen, Cokins, dan Lin. 2007. *Manajemen Biaya Penekanan Strategis*. Edisi 3. Jakarta : Salemba Empat.
- Cristina Widya Utami. 2008. *Manajemen Barang Dagangan Dalam Bisnis Ritel*. Malang: Bayumedia Publising.
- Gunawan Adisaputro. 2010. *Managemen Pemasaran Analisis untuk Perencanaan Strategis Pemasaran*. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Managemen YKPN.
- Gunawan dan Marwan. 2003. *Anggaran Perusahaan Buku 1 Edisi 2013/2014*. Yogyakarta: BPFE-YOGYAKARTA.
- Haryadi Sarjono dan Winda Julianita. 2011. *SPSS vs LISREL Sebuah Pengantar Aplikasi untuk Riset*. Jakarta: Salemba Empat.
- Imam Ghozali. 2012. *Aplikasi Analisis dengan Program SPSS*. Cet ke- 6 Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- J. Supranto. 2006. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Penerbit Rineka Cipta.
- Kasmir. 2012. *Kewirausahaan Edisi Revisi*. Jakarta : Rajawali Press.
- Kriyoadi dan Anditya. 2013. *Inspirasi Desain Kreatif Rumah Minimalis*. Surabaya: Media Cerdas.
- Pangestu dan Djarwanto. 2005. *Statistik Induktif Edisi 5 Cet 1*. Yogyakarta: BPFE-YOGYAKARTA.
- Philip Kotler dan Gary Amstrong Alih Bahasa Bob Sabran. 2006. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Philip Kotler dan Kevin Lane. 2008. *Manajemen Pemasaran*: Jakarta: Erlangga.
- Pengaruh Variabel Ekonomi, Spekulasi Pasar Dan Kebijakan Moneter Terhadap Harga Transaksi Property Perumahan Di Wilayah Perkotaan Di Indonesia Basuki Partamiharjal*
- (<http://search.tb.ask.com/search/ggweb.jhtml?searchfor=pengaruh%20harga%20dan%20tipe%20rumah%20terhadap%20volume%20penjualan%20di%20perumahan.pdf%20&cb=z7&p2=^z7^xpt005^yya^id&n=780bb4dc&qid=ff576f9c533343999522ddff7e510ca8&ptb=54b7c093-7d5f-4490-8077-21ef3ca51b57&ct=pn&pg=ggweb&ots=1398223322787&pn=5&ss=sub&st=hp&tp=hpshu g, diunduh 10 maret 2014>).
- Sofjan Assauri. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Cet ke- 10 Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Sofyan dan Heri. 2011. *SPSS Complete Teknik Analisis Statistik Terlengkap Dengan Software SPSS*. Cet- 3. Jakarta: Salemba Empat.
- Suharsimi Arikunto. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineke Cipta.



**The 5th FIPA (Forum Ilmiah Pendidikan Akuntansi)
Program Studi Pendidikan Akuntansi – FPIPS
IKIP PGRI MADIUN**

- Sugiono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Cet ke- 16. Penerbit Alfabeta.: Bandung.
- Sugiono. 2013. *Cara Mudah Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. Bandung: Alfabeta.
- Suparno Sastra M. 2006. *Konsep dan Desain Rumah Tinggal*. Edisi 2: Yogyakarta Andi.
- Property Plus Indonesia. 2010. *Strategi Membangun Bisnis Developer Property*. Cet 1: Penerbit Ufuk Press.