

## FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN DALAM MEMUTUSKAN PEMBELIAN RUMAH SUBSIDI PADA PT PUTRA KALMARAYA KABUPATEN KUBURAYA

### *Factors That Influence Consumers Deciding To Buy Subsidized House At Pt Putra Kalmaraya Kuburaya District*

Fadila Munasha<sup>1\*</sup>, Yuni Firayanti<sup>2</sup>, Fidia Wulansari<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Prodi Manajemen – Fakultas Ekonomi – Universitas Nahdlatul Ulama Kalimantan Barat

Jl. Parit Derabak – Kubu Raya

<sup>2,3</sup>Program Studi Manajemen– Fakultas Ekonomi– Universitas Nahdlatul Ulama Kalimantan Barat

Jl. Parit Derabak – Kubu Raya

\*Penulis Korespondensi, email : munashafadila@gmail.com

#### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memutuskan pembelian rumah subsidi pada PT Putra Kalmaraya kabupaten kuburaya. Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. teknik pengumpulan data yang digunakan adalah pengamatan langsung (observasi), wawancara (interview) dan dokumentasi. Analisis dalam penelitian ini memakai Pengumpulan data dalam perihal ini berbentuk data-data mentah dari hasil penelitian, semacam: wawancara, dokumentasi, catatan lapangan serta sebagainya. Analisis data dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Setelah terpenuhinya kebutuhan primer selaku kebutuhan pokok manusia, baru manusia penuhi kebutuhan sekunder serta kebutuhan tertier. Pemenuhan terhadap kebutuhan rumah terus menjadi susah terpenuhi, bersamaan dengan perkembangan penduduk yang pesat menyebabkan harga tanah terus menjadi besar. Pada dasarnya, pemenuhan kebutuhan hendak rumah selaku tempat tinggal ataupun hunian ialah tanggung jawab warga itu sendiri. Perumahan ialah kebutuhan bawah manusia serta memiliki peranan yang sangat strategis dalam pembuatan sifat serta karakter bangsa serta agama.

Kata kunci: Konsumen, Perumahan, Subsidi.

#### ABSTRACT

*This study aims to determine the factors that influence consumers in deciding to purchase subsidized housing at PT Putra Kalmaraya, Kubu Raya district. This type of research uses a qualitative approach. Data collection techniques used were direct observation, interviews and documentation. The analysis in this study used data collection in this regard in the form of raw data from research results, such as: interviews, documentation, field notes and so on. Data analysis was carried out when data collection took place, and after completing data collection within a certain period. After the primary needs have been fulfilled as the basic human needs, then humans will fulfill their secondary needs and tertiary needs. Fulfillment of housing needs continues to be difficult to fulfill, along with rapid population growth causing land prices to continue to increase. Basically, fulfilling the need for a house as a place to live or shelter is the responsibility of the residents themselves. Housing is a basic human need and has a very strategic role in shaping the character and character of the nation and religion.*

*Keywords : Consumers, Housing, Subsidies.*

## PENDAHULUAN

Rumah sebagai salah satu kebutuhan primer manusia sehabis pangan dan sandang harus terpenuhi. Sehabis terpenuhinya kebutuhan primer sebagai kebutuhan pokok manusia, baru manusia memenuhi kebutuhan sekunder dan kebutuhan tertier. Kebutuhan merupakan sesuatu kemauan manusia buat mendapatkan benda serta jasa. perumahan ialah kebutuhan bawah di samping pangan serta sandang, tiap manusia di hadapkan pada 3 (tiga) kebutuhan bawah, ialah pangan (santapan), sadang (baju) serta papan (rumah) kebutuhan rumah selaku tempat tinggal ataupun hunian, baik di perkotaan ataupun di pedesaan terus bertambah bersamaan bertambahnya jumlah penduduk.

PT. Putra Kalmaraya yang bergerak di bidang industri dan jasa konstruksi, perusahaan tersebut berdiri pada tanggal 10 oktober 2012. Sesuai visi misi dari PT. Putra Kalmaraya ialah visi dengan semangat dan profesionalisme yang tinggi PT. putra kalmaraya memiliki visi menjadi perusahaan terkemuka dibidang industry jasa konstruksi dan penyedia rumah di Kalimantan Barat. Adapun misi PT. Putra Kalmaraya ialah (1) Menyediakan rumah dengan harga terjangkau, (2) Membantu masyarakat berpenghasilan rendah untuk memiliki rumah dengan mudah, (3) Meningkatkan sumber daya manusia perusahaan untuk memberikan pelayanan terbaik bagi jasa konstruksi dan property.

Pembangunan perumahan bersubsidi terus dikembangkan oleh PT. Putra Kalmaraya, perusahaan tersebut membangun dengan peminat yang 60% dari kalangan masyarakat dengan lokasi yang sangat strategis dengan fasilitas lengkap seperti masjid dan fasilitas umum lain nya sehingga menarik minat konsumen untuk membeli rumah bersubsidi type 36. Serta dapat melindungi dan memajukan kesejahteraan masyarakat yang membeli perumahan bersubsidi tersebut. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pembelian rumah subsidi pada PT. Putra Kalmaraya.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kualitatif, pendekatan kualitatif ialah penelitian yang menciptakan informasinya berbentuk perkata, tulisan ataupun lisan dari orang yang di cermat. Penelitian kualitatif ialah penelitian yang dimaksudkan buat mengumpulkan data menimpa status serta indikasi yang terdapat ialah indikasi bagi apa terdapatnya pada dikala penelitian dicoba. dengan kata lain penelitian kualitatif bertujuan buat mendapatkan informasi- informasi menimpa kondisi dikala ini serta memandang kaitan antara variabel-variabel yang terdapat.

Tipe penelitian ini ialah penelitian lapangan (*field rasearch*). Penelitian lapangan merupakan penelitian yang di laksanakan dengan turun langsung ke lapangan memandang serta mengamati langsung apa yang terjalin. Penelitian ini berlangsung di PT. Putra Kalma Raya Komplek Kota Raya No.1 Jl. Raya Desa Kapur Kabupaten Kuburaya. Penelitian ini di mulai dari bulan Mei sampai dengan bulan Juli 2023.

Jadi ilustrasi penelitian disini merupakan perwakilan dari segala masyarakat yang ialah penunggu senantiasa perumahan bersubsidi di 3 posisi perumahan bersubsidi yang seleksi. Pengambilan ilustrasi penelitian dicoba dengan tata cara random sampling. Dimana jumlah responden hendak ditetapkan sebanyak 10 orang yang hendak diseleksi secara acak tersebar pada 20% posisi perumahan terpilih.

Teknik analisis data dalam penelitian ini memakai tata cara analisis data miles serta hubermen. Analisis dalam penelitian ini memakai Pengumpulan data dalam perihal ini berbentuk data-data mentah dari hasil penelitian, semacam: wawancara, dokumentasi, catatan lapangan serta sebagainya. Analisis data dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu.

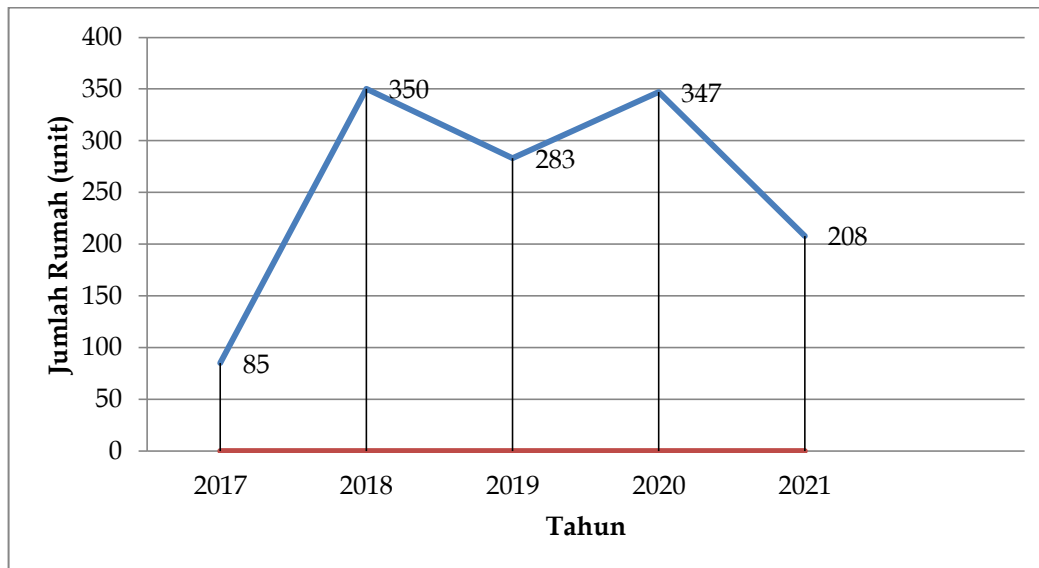
## HASIL DAN PEMBAHASAN

Adapun deskripsi paparan data dari hasil wawancara mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pembelian rumah subsidi pada PT Putra Kalmaraya pertanyaan-pertanyaan mengenai fokus penelitian. Penelitian ini menggunakan teknik penyajian data berdasarkan observasi dan wawancara yang dipaparkan secara mendalam, beruntung dan sistematis sesuai dengan hasil wawancara terhadap beberapa informan di lapangan dari teknik penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui hasil pertanyaan diatas, maka peneliti uraikan sebagai berikut:

**Tabel. 1** Perbandingan Harga Dp Dan Akad Perumahan Bersubsidi  
Pontianak-Kuburaya

| No | Nama perusahaan         | Komplek                      | Harga DP dan akad perumahan |
|----|-------------------------|------------------------------|-----------------------------|
| 1. | PT. Fahri Property      | Grand ambassador residence   | Rp.9.000.000                |
| 2. | Gerbang duabelas        | Hokilend village             | Rp.9.000.000                |
| 3. | Katnis Royal            | Katnis Royal Kemuning        | Rp.7.500.000                |
| 4. | PT. Rumah Bagia Bersama | Komplek senayan residen      | Rp.8,5.000.000              |
| 5. | PT.Rinaldi Property     | Citra Permata 2              | Rp.28.000.000               |
| 6. | PT.Alfi Kher Property   | Komplek Alfi Kher Property 1 | Rp.5.000.000                |
| 7. | PT.Putra Kalmaraya      | Komplek Kota RayaAsri        | Rp.1.000.000                |

Sumber: Data Setelah di Olah, 2023



**Gambar 1.** Permintaan Masyarakat Terhadap Perumahan Bersubsidi  
PT. Putra Kalmaraya Tahun 2017 - 2021.

Sumber: Data Setelah di Olah, 2023

### 1. Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pembelian rumah subsidi pada PT Putra Kalmaraya?

Berdasarkan hasil wawancara secara mendalam bersama informan-informan salah satu faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pembelian rumah subsidi di PT. Putra

Kalmaraya ialah kondisi sosial dan ekonomi masyarakat setempat yang berpenghasilan menengah ke bawah dengan demikian faktor diantaranya ialah lokasi, budaya dan sosial.

a.) Lokasi

Berdasarkan dari hasil wawancara dilapangan bersama informan 1 di PT. Putra Kalmaraya mengatakan bahwa lokasi yang disediakan untuk perumahan yang masyarakat inginkan itu sudah sesuai dengan standar lokasinya yang bagus dekat fasilitas umum juga seperti pasar dan sekolah. Informan 2 juga mendukung sebagai konsumen yang sudah mengambil rumah subsidi dan bertempat tinggal selama 1 tahun mengatakan bahwa untuk kualitas lokasi perumahan PT Putra Kalmaraya ini termaksud lokasi yang strategis karna dekat dengan bandara, gaia moll dan kampus untan. Kemudian informan 5 menegaskan selaku konsumen mengatakan kualitas lokasi rumah subsidi di PT Putra Kalmaraya sendiri ini menurut saya sangat bagus sangat strategis karna saya udah pernah, saya sendirikan sebagai warga komplek ini kan untuk akses kemana-mana itu lebih mudah.

b.) Budaya

Berdasarkan dari hasil wawancara dilapangan bersama informan 1 mengatakan bahwa di PT. Putra Kalmaraya tentang budaya saya sebagai SPV yang saya ketahui ketika ada kegiatan kebudayaan atau kegiatan sosial di komplek kita, kita itu kan sudah menyediakan fasilitas umum seperti possum ya di setiap komplek atau blok itu kita sediakan possum dan kita juga sediakan masjid jadi ketika ada kegiatan kebudayaan atau kegiatan sosial jadi masyarakat komplek Kotaraya tidak kesusahan atau tidak kesulitan juga untuk melaksanakan kegiatan tersebut karena sudah ada fasilitas umum yang memang kita sediakan. Dan dari informan 2 juga mengatakan selaku konsumen mengatakan untuk budaya karna saya di sini juga baru untuk budaya kemaren itu baru ada kuda lumping, kuda lumping kan termaksud budaya jawa ya menurut saya itu bagus karnakan bisa menyatuhkan bisa juga membuat masyarakat komplek bisa saling kenal. Informan 7 juga menegaskan Untuk kegiatan budaya nya sangat baik dan warga kompleknya juga toleransi sesama budaya.

c.) Sosial

Dari hasil wawancara bersama informan 1 di PT. Putra Kalmaraya di lokasi penelitian mengatakan adapun dengan kegiatan sosial ya sesuai yang tadi saya jelaskan semua fasilitas dari perusahaan sudah kami sediakan seperti fasilitas umum dan kegiatan dan masjid ya jadi untuk kegiatan sosial masyarakat sudah lumayan bagus dan enak karena sudah ada fasilitas nya. Dan begitu juga informan 4 mengatakan Menurut saya sih untuk kegiatan sosial di PT Putra Kalmaraya sih cukup ramah lah antara satu dengan yang lainnya tidak ada yang saling cemburu sosial segala macam sebagai penghuni komplek sesama tetangga kan mesti baik kalau sosial sih hubungan nyan baik lah antara sesamanya tidak ada yang desas desus karna perbedaan ras segala macam suku.

**2. Apa program PT. Putra Kalmaraya dalam memenuhi kebutuhan rumah bersubsidi pada PT. Putra Kalmaraya?**

a.) Harga

Berdasarkan hasil wawancara bersama informan 1 mengatakan bahwa harga rumah dan DP Akad di perusahaan kami mungkin sudah paling murah ya karena sesuai visi misi kami, kami menjadikan rumah yang murah dan terjangkau bagi masyarakat kalangan menengah ke bawah karena memang kita menyediakan dari rumah dan dp akad itu cukup 1 juta aja jadi kami sangat ingin membantu masyarakat menengah ke bawah agar dapat mempunyai rumah dengan harga yang terjangkau dan tidak mempersulit

masyarakat. Dan informan 3 juga menegaskan bahwa Kalau menurut saya harga dp akad rumah di PT Putra Kalmaraya itu sendiri sesuai dengan kualitas rumah bahkan melebihi standar kalau menurut saya karna bangunan nya itu sangat kokoh dan bahan-bahan nya pun berkualitas.

b.) Produk

Sesuai dengan hasil wawancara bersama informan 1 di PT. Putra Kalmaraya tentang segi kualitas yang disediakan kami iya tentunya bagus ya dari segi kualitas karena kita pakai terstandar dari segi fondasi besi kerangka rumah dari bagian semen pasir itu sesuai standar dari pemerintah jadi kalau ditanyakan dari segi kualitas nya bagus sekali karena kita sudah memenuhi standar dari pemerintah. Dan informan 10 menegaskan bahwa Kualitas nya baik walaupun harga murah PT Putra Kalmaraya ini masih memberikan kualitas rumah seperti rumah mewah yang mahal.

**3. Bagaimana kendala yang di hadapi PT. Putra Kalmaraya untuk memenuhi kebutuhan rumah bersubsidi pada PT. Putra Kalmaraya?**

a.) Promosi

Sesuai dengan hasil wawancara bersama informan 1 di PT. Putra Kalmaraya tentang promosi Kalau dari segi kendala mempromosikan rumah sih nggak ada kendala sih cuman ada sih kadang dari pihak konsumen sih karena kan kita fokus di bidang pemasaran online yang pakai Facebook YouTube Instagram Tiktok gitu kan jadi kan kadang ada konsumen yang umurnya agak tua gitu kan misalkan 40 mereka kan nggak aktif di medsos ya jadi yang kendalanya kita menjangkau orang orang yang belum aktif di medsos sini tapi kalau orang yang memang udah pakai media sosial seperti Facebook YouTube Tiktok Instagram sih kita enak enak aja nggak ada kendala kendala sendiri tadi ya itulah masyarakat yang kurang memakai medsos jadi itu berkendala kita untuk menjangkau mereka. Dan informan 8 juga menegaskan bahwa Kemaren itu saya hanya berkendala belum memiliki npwp nah alhamdulillahnya marketingnya itu memberikan kemudahan untuk membantu saya membuatkan npwp tersebut.

**4. Bagaimana strategi pemasaran di PT Putra Kalmaraya dalam memasarkan perumahan bersubsidi kepada konsumen**

a.) Teknologi

Sesuai dengan hasil wawancara bersama informan 1 di PT. Putra Kalmaraya tentang teknologi Kalau dari pertama sampai sekarang sih saya kerja di sini sebagai spv saya mengutamakan marketing marketing itu pakai teknologi Facebook YouTube Instagram Tiktok media media sosial sih kalau untuk pemasarannya karena kan media sosialnya lebih efektif untuk menjangkau konsumen apalagi kalangan Millennial yang umurnya dari 25 tahun sampai ke 34 tahun kan mereka masih aktif di media sosial jadi untuk menjangkau mereka untuk memasarkan rumah kita itu sangat gampang. Dan begitu juga menurut informan 6 menegaskan selaku konsumen mengatakan Untuk Media teknologi hp untuk saya dapatkan informasi tentang rumah subsidi media teknologi hp untuk saya dapatkan informasi tentang rumah subsidi.



**Gambar 2.** Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Konsumen dan Program PT Putra Kalmaraya Dalam Memenuhi Kebutuhan Rumah



**Gambar 3.** Kendala dan Strategi

## SIMPULAN

Berdasarkan paparan data dan pembahasan yang dipaparkan peneliti di BAB IV maka dapat di simpulkan sebagai berikut:

1. Faktor yang mempengaruhi konsumen salah satunya lokasi yang di mana bahwa lokasi Menurut informan-informan di PT Putra Kalmaraya sesuai yang disediakan oleh perusahaan lokasi yang disediakan untuk perumahan yang masyarakat inginkan, sesuai dengan standar lokasinya yang bagus dekat fasilitas umum juga seperti pasar dan sekolah jadi menurut saya sudah lumayan bagus sekali rumahnya.
2. Salah satu program PT Putra Kalmaraya ialah harga dimana Menurut para informan dengan harga rumah dan DP Akad di PT Putra Kalmaraya sudah paling murah ya karena sesuai visi misi perusahaan, menjadikan rumah yang murah dan terjangkau bagi masyarakat kalangan menengah ke bawah karena memang perusahaan menyediakan dari rumah dan dp akad itu cukup 1 juta saja jadi sangat ingin membantu masyarakat

- menengah ke bawah agar dapat mempunyai rumah dengan harga yang terjangkau dan tidak mempersulit masyarakat.
3. Untuk kendala dalam promosi dari segi kendala mempromosikan rumah nggak ada kendala hanya ada kadang dari pihak konsumen karena kita fokus di bidang pemasaran online yang pakai Facebook, YouTube, Instagram dan Tiktok jadi kadang ada konsumen yang umurnya sudah tua misalnya 40 mereka kan nggak aktif di media sosial ya jadi yang kendalanya kita menjangkau orang-orang yang belum aktif di media sosial tapi kalau orang yang memang sudah menggunakan media sosial seperti Facebook, YouTube, Tiktok dan Instagram kita enak-enak aja nggak ada kendala kendala sendiri tadik ya itulah masyarakat yang kurang memakai medsos jadi itu berkendala kita untuk menjangkau mereka.
  4. Untuk strategi pemasaran sendiri informan-informan menggunakan teknologi handphone yang bisa orang dapatkan informasi perumahan dari media sosial.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Baeningsih, R. (2022, Maret 10). *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Dalam Membeli Rumah Pada PT Lombok Royal Properti*.
- Cahyaningtiyas, A., Wahab, A. A., & Fajri, A. (2023). Upaya Rebranding Produk Property Pada Perumahan dalam Meningkatkan Kredibilitas Pembeli Pada PT. Cendana Indo Pratama.
- Danang Sunyoto. 2019. *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi dan Kasus)*. Cetakan Ke-3. Jakarta: PT. Buku Seru.
- Delivia apriliani putri, 202, *dampak pandemi covid 19 terhadap penjualan produk rumah bersubsidi pada PT. Fahri Property land, institusi agama islam negeri pontianak*
- Dewi wulandari marchat, 2011, *keefektifan kebijakan pemerintah subsidi KPR/BTN serta sarana dan prasarana pemukiman pucang gading cabang smarang*. Skripsi serjana semarang. Universitas negeri semarang.
- Fathur rohman, 2021, *dampak pengembangan pembangunan perumahan terhadap ketersediaan lapangan kerja di desa kapur kabupaten kuburaya*, skripsi serjana, institusi agama islam negeri pontianak
- Hendra, W. (2020, Desember 20). *Pengaruh lokasi, harga dan citra merek terhadap keputusan konsumen untuk pengambilan pembiayaan kepemilikan perumahan iB hasanah pada pt rizki pabitei putra kota bengkulu*. Diambil kembali dari repository:  
<http://repository.iainbengkulu.ac.id/6509/1/skripsi%20walya.pdf>
- Heri muniarti, 2010, *subsidi KPR-RSH pada perumahan bumi sudiang permai*, Tesis, Semarang : universitas diponegoro.
- Iqwal hasan, 2008, *analisis data penelitian dengan statistik*, jakarta: bumi aksara.
- Joko subagyo, 2004, *Metodologi penelitian dalam teori dan praktek*. Jakarta: PT. asdi mahasatya.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management*. London : Pearson Education,, 714, [118].
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Lestari, A., & Hasibuan, M. Z. (2021). Pengaruh dan lokasi kualitas produk terhadap keputusan pembelian perumahan subsidi mulia garden (studi kasus perumahan susbsidi mulia garden desa naga rejo). *Mutiara manajemen* , 4656.
- Luthfi, A. (2017, Juni 15). *Analisis faktor faktor yang mempengaruhi permintaan rumah subsidi di kabupaten jembar*. Diambil kembali dari repository.unej.ac.id:  
[https://repository.unej.ac.id/bitstream/handle/123456789/80346/F.%20EB\\_Lap.%200Penelitian\\_Agus%20L\\_Analisis%20faktorfaktor.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repository.unej.ac.id/bitstream/handle/123456789/80346/F.%20EB_Lap.%200Penelitian_Agus%20L_Analisis%20faktorfaktor.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

- Marisa, N. (2013). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap kawasan perumahan mustika plamong elok semarang. *Jurnal sains pemasaran indonesia*, 301-216.
- Mbake, I. N., Bahantwelu, M., & Hardy, I. G. (2021). Atribut faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada perumahan subsidi oleh konsumen. *undana*, 61-67.
- Mohdari, & Sylvia, R. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian perumahan subsidi pada pt absy property banjarmasin. *dinamika ekonomi*.
- Madalasi, 2004, *metode penelitian suatu pendekatan proposal*, Jakarta: bumi aksara
- Nusantara, Y. M. (2020, September 11). *Langkah-langkah menggunakan teknik analisis data kualitatif*. Diambil kembali dari DoLab: <https://www.dqlab.id/data-analisis-pahami-teknik-pengumpulandata#:~:text=Reduksi%20data%20merupakan%20tahap%20dari,dan%20mudahkan%20dalam%20penarikan%20kesimpulan>
- Pangestu, M. Y., & Singgih, S. (2020). Pengaruh persepsi dan preferensi konsumen terhadap kepuasan pembelian perumahan bersubsidi (studi kasus PT BSM properti). *National Conference on Applied Business*.
- Pangestu, r. b. (2021, Desember). *Pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian perumahan annisa asri 3 pada PT nusa indah kotabaru*. Diambil kembali dari unbari: <http://repository.unbari.ac.id/1817/1/SKRIPSI%20RANGGA%20BAGUS%20PANGESTU%20EKONOMI%20%281700861201102%29.pdf>
- Parmadi, A. A. (2018). Implementasi kebijakan program rumah bersubsidi di kecamatan banjar kabupaten buleleng. *Administrasi Publik*, 1.
- Primananda, A. (2010, September). *Faktor faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pembelian rumah*. Diambil kembali dari eprints.undip.ac.id: [http://eprints.undip.ac.id/23081/1/Skripsi\\_PDF.pdf](http://eprints.undip.ac.id/23081/1/Skripsi_PDF.pdf)
- Rudi, M., & Ikbal, M. (2019). Pengaruh faktor-faktor ekonomi terhadap penjualan rumah subsidi (studi kasus di perumahan bumi lappa mas kabupaten sinjai). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2527-5755.
- Setiyowati, R. E., & Khoirudin, R. (2022). Analisis keputusan pembelian rumah tipe MBR di kabupaten bantul, yogyakarta. *Jurnal ilmiah manajemen dan kewirausahaan*, 2809-2406.
- S, S. (2020, Oktober 6). *Analisis fraud syariah dalam mengukur efektivitas program kredit pemilikan rumah (KPR) bersubsidi di perumahan kecipir*. Retrieved from digilib.iain-palangkaraya: <http://digilib.iain-palangkaraya.ac.id>
- Septiana, C., Shinta, A., & Rohyati, E. (2021). Proses pengambilan keputusan pada konsumen untuk membeli rumah dari PT X berdasarkan alasan prolingkungan hidup. *Jurnal Psikologi*, 48-59.
- Sudarsono, Heri. 2020. *Manajemen Pemasaran*. Jember: Pustaka Abadi
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Retrieved from ALFABETA.
- Suharsimi arikunto, 200, *manajemen penelitian*. Jakarta: PT rineka cipta.
- Susanto, M. (2020). Identifikasi dan analisis faktor risiko kegagalan penyediaan prasarana dan sarana umum (PSU) perumahan subsidi di Indonesia. *J.Infras*, 25-37.