

**CONSUMER BEHAVIOUR IN MAKING A PURCHASE DECISION FOR  
A HOUSE AT GAYUNGSARI REGENCY SURABAYA**

**ABSTRACT**

*The industry of property have grown increasely each and every year, This situation have an impact towards the people Surabaya. The population that keeps growing have become an opportunity for property companies to create a housing / real estate that people wants. There for, a research on consumer's behaviours can be helpful for the company to understand. Consumer's decision making towards purchasing a house. at Gayungsari Regency Surabaya. This study focus on the visitors at housing expo and the tenants at gayungsari residence. A Deskritif method has been chosen for this research. So it can describe object just the way it is. There is a survey. Conduct using questioner to 122 respondents. Afterward a diskriminan analisis is use to get the fact than beetwen the buyer and the cancelling to buy. There is a financial variable that matters the most. The result is that consumers behaviour in decision making is influence by aspect of nature, here are the aspect hierarchy from highest order ; free from flood, security staff, esthetical, comfort, religious facility, social environment and children playground.*

*Keyword key : Property, Consumer Behaviour, Interest Buys.*

# **PERILAKU KONSUMEN DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN RUMAH PADA PERUMAHAN GAYUNGSARI REGENCY SURABAYA**

## **ABSTRAK**

Perkembangan industri properti setiap tahun semakin meningkat, hal ini juga dirasakan langsung oleh masyarakat kota Surabaya, pertumbuhan penduduk yang semakin padat setiap tahunnya menjadikan peluang bagi perusahaan properti untuk membuat suatu perumahan yang banyak di inginkan masyarakat setempat. Untuk itu diperlukan penelitian terhadap perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian rumah pada perumahan gayungsari regency Surabaya. Penelitian ini difokuskan kepada pengunjung pameran perumahan dan penghuni perumahan gayungsari regency Surabaya. Metode penelitian yang digunakan ialah metode deskriptif hal ini dilakukan agar dapat menggambarkan objek sesuai dengan apa adanya dan pengumpulan data ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner dengan jumlah 122 responden. Setelah data diolah dengan analisis diskriminan, maka hasilnya menyatakan bahwa antara perbedaan perilaku konsumen yang jadi membeli dan yang tidak jadi adalah yang variabel kemampuan responden dalam pengeluaran biaya setiap bulannya. Kesimpulan yang dapat disampaikan yaitu perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan dalam pembelian rumah lebih cenderung terhadap aspek lingkungan, hal ini terlihat pada hasil pengelolaan data dibawah ini, berikut ini diurutkan aspek yang paling penting dalam menentukan sebuah perumahan ; Lokasi bebas banjir, Keamanan dan Petugas, Keindahan dan Kenyamanan lingkungan perumahan, Kebersihan, Fasilitas Ibadah, Fasilitas Olahraga, Lingkungan Sosial dan Tempat bermain anak.

Kata kunci : Properti, Perilaku Konsumen, Minat Pembelian.