



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Purchase Intention

Menurut Wu *et al.* (2011) purchase intention adalah sebuah kesiapan pembeli untuk membeli sebuah produk atau jasa di masa depan. Sedangkan menurut Han dan Kim, (2010) purchase intention merupakan salah satu keadaan dimana pengaruh dari sebuah faktor yang tidak tertentu akan membangun keinginan untuk membeli individu. Intention sendiri merupakan sebuah keadaan yang terjadi untuk memotivasi dan memberikan pengaruh untuk mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu di kedepannya (Ajzen, 1991).

2.2 Attitude

Attitude adalah sebuah perilaku yang dikeluarkan seseorang dengan cara memberikan reaksi yang diinginkan atau tidak diinginkan terhadap keadaan yang terjadi (Robbins *et al.*, 2015). Menurut Ajzen (1991) Attitude dapat diartikan sebagai kesesuaian atau ketidaksesuaian seseorang terhadap objek fisik yang masih memiliki perspektif yang berbeda. Menurut (Thurstone, 1931) definisi dari attitude adalah efek atau pengaruh membela atau menolak sebuah objek fisik, Attitude dari seseorang dapat diukur melalui skala pernyataan dan tidak bisa ditentukan melalui angka.

2.3 Subjective Norm

Dalam teori Ajzen (1991) subjective norm dianggap sebagai faktor sosial yang memberikan tekanan dalam menentukan sebuah pilihan. Menurut Ravis dan Sheeran (2003), Subjective Norm adalah sebuah kepercayaan individu dalam

membuat sebuah keputusan yang dikarenakan pengaruh dari orang lain. Pengaruh orang lain akan memberikan tekanan kepada individu dalam melakukan sesuatu sehingga individu tersebut akan melakukan keputusan. Sedangkan menurut Park (2000), Subjective norms merupakan sebuah ekspektasi dan motivasi yang didorong oleh orang lain. Dengan kata lain, Park (2000) menjelaskan bahwa subjective norm adalah sebuah tekanan sosial yang dirasakan oleh individu dalam menghadapi sebuah pilihan menentukan sesuatu.

2.4 Perceived Behavior Control

Berdasarkan Godin (1993), perceived behavior control dapat mempengaruhi keinginan untuk melakukan sesuatu dan juga mempengaruhi subjective norm, perceived behavior control juga dapat memprediksikan tindakan yang akan dilakukan oleh seorang individu dimana tindakan tersebut tidak dalam kendali individu. Menurut Ajzen (1991), perceived behavior control faktor yang paling penting dalam mengendalikan perilaku adalah tindakan yang terbukti dilakukan oleh diri sendiri, perceived behavioral control dilihat dari kemudahan dan kesulitan orang dalam melakukan sebuah tindakan. Seseorang dengan perceived behavioral control yang tinggi diekspektasikan untuk melakukan tindakan dengan upaya dan usaha yang juga tinggi. Sedangkan orang dengan perceived behavioral control yang rendah akan lebih tidak bermotivasi dalam melakukan tindakan (Yzer, 2012).

2.5 Location Factor

Menurut Nasar dan Manoj (2015) Location Factor adalah faktor dari lokasi dimana lokasi berdekatan dengan semua layanan darurat yang penting, aksesnilitas transportasi. Lokasi telah menjadi hal penting untuk kepentingan atas servis darurat, aksesibilitas transportasi telah menjadi peringkat ke tiga setelah harga dan faktor

kualitas dalam sentral Kerala, India. Menurut Yoke et al (2018) Lokasi yang strategis memiliki akses menuju shopping center, transportasi publik, sekolah, rumah sakit dan tempat kerja dengan biaya yang efektif. Berdasarkan Crane (1996) jarak pendek ke tempat kerja, pengeluaran biaya yang rendah, pergantian pekerjaan yang sedikit, biaya transportasi rendah dan waktu yang ada lebih banyak terutama oleh orang-orang muda terhadap jarak ke tempat kerja dan kesiapan dari fasilitas yang ada.

2.6 Living Space

Menurut Zeng (2013) living space adalah sebuah atribut dari hunian properti yang terdiri dari jumlah beserta ukuran kamar tidur, ruang keluarga, ruang makan dan kamar mandi. Apartemen adalah sebuah unit territorial yang memiliki satu level hirarki pada living spaces. Mereka terbuat dalam unit ruangan yang lebih kecil (Schefflen, 1971). Jumlah dari ruangan yang dibutuhkan oleh kepemilikan keluarga juga dapat mempengaruhi *relocation* dari tempat yang diinginkan (Hurtubia *et al.*, 2010).

2.7 Financial Factor

Berdasarkan Saw dan Tan (2014) Financial factor adalah beberapa faktor finansial yang meliputi tingkat suku bunga, pendapatan, harga rumah, dan kemampuan untuk pendanaan properti. Reed dan Mills (2007) menyatakan bahwa financial factor memiliki hampir 30 persen dari varian dan variabel yang termasuk seperti rate bunga, harga rumah, kemampuan untuk menyimpan deposit dan deposit pemilikan rumah.

2.8 Hipotesis Penelitian

2.8.1 Pengaruh Positif *Attitude* Terhadap *Purchase Intention*

Menurut Kamal *et al.* (2016) terdapat hubungan yang erat dan tetap antara *attitude* dan *purchase intention*. Dalam penelitian Al-Nahdi *et al* (2015), penelitian tersebut menjelaskan bahwa *attitude* adalah salah satu determinan yang memberikan pengaruh sikap seorang individual dalam melakukan keinginan konsumen untuk membeli.

2.8.2 Pengaruh Positif *Subjective Norm* Terhadap *Purchase Intention*

Sangkakoon *et al.* (2014) menjelaskan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara *subjective norm* dengan *purchase intention*. *Subjective norm* dibagi menjadi berbagai faktor yang dapat mempengaruhi keinginan untuk membeli dari konsumen melalui kelompok. Menurut Zhang *et al.*(2018), terdapat pengaruh yang signifikan antara *subjective norm* dengan *purchase intention* yang dilakukan oleh pemuda China dalam melakukan keinginan untuk membeli *green housing* di China. Sedangkan menurut Al-Nahdi *et al* (2015) *subjective norm* memberikan pengaruh positif kepada *purchase intention* dilihat dari grup referen berupa

pengaruh dari teman maupun pengaruh dari kelompok lainnya dalam keinginan melakukan pembelian *real estate*.

2.8.3 Pengaruh Positif *Perceived Behavior Control* Terhadap *Purchase Intention*

Intention

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Omar *et al.* (2012), dalam penelitiannya dijelaskan bahwa terdapat pengaruh positif dari *perceived behavioral control* terhadap *purchase intention*. Menurut penelitian Teo dan Lee (2010), *perceived behavioral control* memiliki pengaruh positif terhadap *purchase intention*. Hubungan positif tersebut di implikasikan dalam *real estate industry* (Al-Nahdi *et al.*, 2015). Tetapi, dalam penelitian Al-Nahdi *et al* (2015) ditemukan bahwa tidak ada hubungan antara *perceived behavioral control* terhadap *purchase intention real estate*.

2.8.4 Pengaruh Positif *Location Factor* Terhadap *Purchase Intention*

Menurut penelitian Abdullah *et al* (2012), *location factor* berada pada peringkat pertama setelah *financial* dalam peringkat faktor yang menjadi pertimbangan pembelian residential yang membuktikan bahwa *location factor* berpengaruh positif terhadap *purchase intention*. Menurut Nasar dan Manoj (2015), *location factor* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *purchase intention*, dimana lokasi tersebut berhubungan dengan servis yang ada untuk pelanggan.

2.8.5 Pengaruh Positif *Living Space* Terhadap *Purchase Intention*

Menurut Saw dan Tan (2014) *living space* memiliki pengaruh positif terhadap *purchase intention*, hal tersebut dilihat dalam hasil penelitiannya yang menjelaskan bahwa orang ingin melakukan pembelian melalui pertimbangan melihat

dari ukuran ruang tamu, jumlah kamar mandi, jumlah kamar tidur dan jumlah ruangan serta struktur eksternal dan internal residensialnya. Dalam penelitian Zadkarim dan Emari (2011) dikatakan bahwa *living space* memiliki pengaruh terhadap *purchase intention* konsumen karena *living space* merupakan faktor utama dalam memutuskan keputusan dalam membeli sebuah residensial.

2.8.6 Pengaruh Positif *Financial Factor* Terhadap *Purchase Intention*

Berdasarkan Abdullah *et al* (2012) *financial factor* memiliki pengaruh positif terhadap *purchase intention*, hal tersebut dilihat pada penelitiannya dimana *financial factor* berada di peringkat ke dua setelah *location factor* dalam mempengaruhi pelanggan dalam memutuskan kepemilikan residensial di Malaysia. Saw dan Tan (2014) menemukan bahwa *financial factor* adalah pertimbangan utama investor dalam melakukan investasi untuk melakukan transaksi untuk pasar properti.

2.9 Penelitian Terdahulu

Untuk mendukung hipotesis penelitian yang peneliti susun, terdapat penelitian-penelitian terdahulu yang digunakan oleh peneliti. Berikut ini adalah penelitian terdahulu yang digunakan oleh peneliti untuk menyusun penelitian.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti	Judul Penelitian	Temuan Inti
1	(Wu <i>et al</i> , 2011)	<i>The effect of Store Image and Service Quality on Brand Image and Purchase Intention for Private Label Brands</i>	1. Definisi teori <i>purchase intention</i>

2	(Han & Kim, 2010)	<i>An Investigation of green hotel customers? Decision formation: Developing an extend model of Theory Planned Behavior</i>	1. Definisi teori <i>purchase intention</i>
3	(Ajzen, 1991)	<i>The Theory of Planned Behavior</i>	1. Definisi teori <i>purchase intention</i> 2. Definisi teori <i>attitude</i> 3. Definisi teori <i>subjective norm</i> 4. Definisi teori <i>perceived behavioral control</i>
4	(Thurstone, 1931)	<i>The Measurement of Social Attitudes</i>	1. Definisi Teori <i>attitude</i>
5	(Rivis & Sheeran, 2003)	<i>Descriptive Norms as an Additional Predictor in the Theory of Planned Behavior: A Meta-Analysis</i>	1. Definisi teori <i>subjective norm</i>
6	(Park, 2000)	<i>Relationships among attitudes and subjective norms: Testing the theory of reasoned action across cultures</i>	1. Definisi teori <i>subjective norm</i>
7	(Godin <i>et al</i> , 1993)	<i>The Pattern of Influence of Perceived Behavioral Control upon Exercising Behavior: An Application of Ajzen's Theory of Planned Behavior</i>	1. Definisi teori <i>perceived behavioral control</i>

8	(Yzer, 2012)	<i>Perceived Behavioral Control in Reasoned Action Theory: A Dual-Aspect Interpretation</i>	1. Definisi teori <i>perceived behavioral control</i>
9	(Nasar & Manoj, 2015)	<i>Purchase decision for apartments: A closer look into the major influencing factor</i>	1. Definisi teori <i>location factor</i> 2. <i>Location factor</i> berpengaruh positif terhadap <i>purchase intention</i>
10	(Crane, 1996)	<i>The Influence of Uncertain Job Location on Urban Form and the Journey to Work</i>	1. Definisi teori <i>location factor</i>
11	(Yoke et al, 2018)	<i>Purchase Intention of Residential Property in Greater Kuala Lumpur, Malaysia</i>	1. Definisi teori <i>location factor</i>
12	(Zeng, 2013)	<i>Attributes influencing home buyers' purchase decisions: a quantitative study of the Wuhan residential housing market</i>	1. Definisi teori <i>living space</i>
13	(Scheflen, 1971)	<i>Living Space in an Urban Ghetto</i>	1. Definisi teori <i>living space</i>
14	(Hurtubia et al, 2010)	<i>Attributes of Household, Locations and Real Estate for Land use Modeling</i>	1. Definisi teori <i>living space</i>
15	(Saw & Tan, 2014)	<i>Factors Affecting the Purchase Decision of</i>	1. Definisi teori <i>financial factor</i>

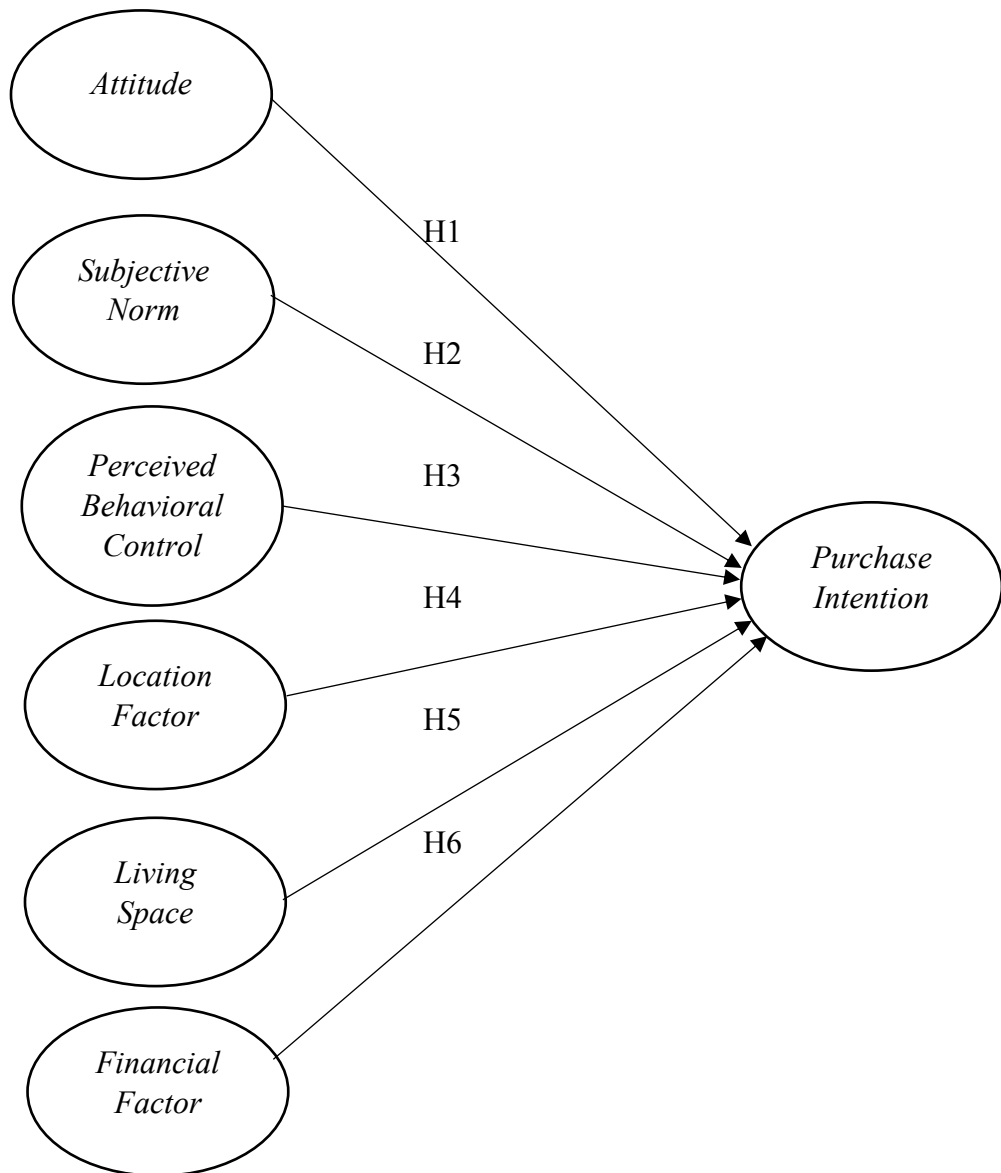
		<i>Investors in Residential Property Market in Malaysia</i>	<ul style="list-style-type: none"> 2. <i>Living Space</i> berpengaruh positif terhadap <i>purchase intention</i> 3. <i>Financial Factor</i> berpengaruh positif terhadap <i>purchase intention</i>
16	(Reed & Mills, 2007)	<i>Identifying the Drivers Behind Housing Preference of First-time Owners</i>	<ul style="list-style-type: none"> 1. Definisi teori <i>financial factor</i>
17	(Kamal <i>et al</i> , 2016)	<i>Investigation of Market Factors That Affect Customers' Buying Attitude towards Apartment Buying: An Opportunity Analysis from Bangladesh Perspective</i>	<ul style="list-style-type: none"> 1. <i>Attitude</i> berpengaruh positif terhadap <i>purchase intention</i>
18	(Al-Nahdi <i>et al</i> , 2015)	<i>Behavioral Factors Affecting Real Estate Purchasing</i>	<ul style="list-style-type: none"> 1. <i>Attitude</i> berpengaruh positif terhadap <i>purchase intention</i> 2. <i>Subjective norm</i> berpengaruh positif terhadap <i>purchase intention</i> 3. <i>Perceived behavioral control</i> berpengaruh positif terhadap

			<i>purchase intention</i>
19	(Sangkakoon <i>et al</i> , 2014)	<i>The Influence of Group References in Home Purchase Intention in Thailand</i>	1. <i>Subjective norm</i> berpengaruh positif terhadap <i>purchase intention</i>
20	(Zhang <i>et al</i> , 2018)	<i>Investigating Young Customers' Purchasing Intention of Green Housing in China</i>	1. <i>Subjective norm</i> berpengaruh positif terhadap <i>purchase intention</i>
21	(Omar <i>et al</i> , 2012)	<i>The Direct Effects of Halal Product Actual Purchase Antecedents among the International Muslim Consumers</i>	1. <i>Perceived behavioral control</i> berpengaruh positif terhadap <i>purchase intention</i>
22	(Teo & Lee, 2010)	<i>Explaining the intention to use technology among student teachers</i>	1. <i>Perceived behavioral control</i> berpengaruh positif terhadap <i>purchase intention</i>
23	(Abdullah <i>et al</i> , 2012)	<i>First-time Home Buyers: Factors Influencing Decision Making</i>	1. <i>Location factor</i> berpengaruh positif terhadap <i>purchase intention</i> 2. <i>Financial factor</i> berpengaruh positif terhadap

			<i>purchase intention</i>
24	(Zadkarim & Emari, 2011)	<i>Determinants of Satisfaction in Apartment Industry: Offering a Model</i>	1. <i>Living space</i> berpengaruh positif terhadap <i>purchase intention</i>

2.10 Model Penelitian

Pada penelitian yang dilakukan peneliti ini, peneliti merujuk terhadap penelitian Yoke *et al* (2018) dalam jurnalnya yang berjudul *Purchase Intention of Residential Property in Greater Kuala Lumpur, Malaysia*. Peneliti menggunakan variabel *attitude, subjective norm, perceived behavioral control, location factor, living space, financial factor* dan *purchase intention*.



Sumber: (Yoke *et al*, 2018)

Gambar 2.1 Model Penelitian