

KEPUTUSAN KONSUMEN PADA PEMBELIAN RUMAH DI KABUPATEN SIKKA NTT

Maranatha Wijayaningtyas¹, Maria Magdalena Wata Puka², Sutanto Hidayat³

¹⁻³Program Studi Magister Teknik Sipil, Institut Teknologi Nasional Malang

E-mail: maranatha@lecturer.itn.ac.id

ABSTRAK

Persaingan pengembang/developer semakin marak terjadi di Kabupaten Sikka NTT khususnya di bidang property perumahan. Untuk menghadapi persaingan tersebut maka pihak pengembang melakukan strategi yang dapat membangkitkan motivasi konsumen untuk membelinya. Banyak faktor yang menjadi pertimbangan konsumen dalam mempengaruhi keputusan pembelian rumah mulai dari harga, tingkat penghasilan, lokasi, fasilitas, desain/tipe bangunan dan budaya. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi linear berganda. Hasil uji analisis ini menunjukkan bahwa Harga (X_1), Tingkat penghasilan (X_2), Lokasi (X_3), Fasilitas (X_4), Desain/tipe bangunan (X_5) secara bersama-sama berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian rumah (Y) dengan ditunjukkan nilai $F_{hitung} = 10,055 > F_{tabel} = 2,51$, namun dari hasil Uji T menunjukkan untuk variabel Desain/tipe bangunan = 3,431, dan Harga = 2,092 berpengaruh signifikan karena nilai $T_{hitung} > T_{tabel} = 199$ sedangkan untuk Lokasi = 0,817, Fasilitas = 0,755 dan tingkat penghasilan = 0,104 tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian rumah karena nilai $T_{hitung} < T_{tabel}$. Secara parsial Faktor Desain/tipe bangunan merupakan faktor yang dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian rumah pada Perumahan Safira Residence, Perumahan Purimas Residence, dan Perumahan Bukit Mas, hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien β terbesar yaitu 3,431. Strategi yang perlu dilakukan pengembang adalah meningkatkan berbagai macam desain/tipe bangunan dengan harga yang terjangkau oleh semua kalangan serta perlu memperhatikan lokasi yang strategis, mencari konsumen yang berpendapatan tinggi dan memberikan fasilitas yang memadai sehingga dapat meningkatkan laku jual rumah pada perumahan di Kabupaten Sikka, NTT.

Kata Kunci : Harga, Tingkat Penghasilan, Lokasi, Fasilitas, Desain bangunan, dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Developer competition is increasingly common in Sikka Regency, East Nusa Tenggara, especially in the field of residential property. To deal with this competition, the developers make a strategy that can arouse consumer motivation to buy it. Many factors are considered by consumers in influencing home purchase decisions ranging from price, income level, location, facilities, design / type of building and culture. This study uses descriptive analysis and multiple linear regression analysis. The results of this analysis test show that Price (X_1), Income level (X_2), Location (X_3), Facilities (X_4), Design / building type (X_5) together positively influence significant to the decision of buying a house (Y) by showing the value of $F_{count} = 10.055 > F_{table} = 2.51$, but the results of the T Test show for the variable Design / building type = 3,431, and Price = 2,092 have a significant effect because the value of $T_{count} > T_{table} = 199$ while for Location = 0.817, Facilities = 0.755 and income level = 0.104 did not have a significant effect on home purchase decisions because the value of $T_{hitung} < T_{table}$. Partially the Design Factor / building type is the dominant factor influencing the decision to purchase a house in the Safira Residence Housing, Purimas Residence Housing, and Bukit Mas Housing, this is indicated by the largest β coefficient value which is 3,431. The strategy that needs to be undertaken by the developer is to improve various designs / types of buildings at affordable prices by all groups and need to pay attention to strategic locations, look for high-income consumers and provide adequate facilities so as to increase housing sales behavior in housing in Sikka Regency, NTT.

Keywords: Price, Income Level, Location, Facilities, Design / type of building, and Purchase Decision.

PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis perumahan semakin marak dan tidak hanya terpusat di kota-kota besar tetapi meluas pada kota-kota kecil. Upaya pembangunan perumahan terus meningkat dan tetap memperhatikan syarat perumahan yang layak dan memenuhi standar kesehatan, sehingga dapat menunjang keberhasilan bisnis perusahaan dengan memperhatikan arti pemasaran. Arti pemasaran adalah *“marketing social and managerial process by which individual and group obtain what they need and want through creating and exchanging products and value with others”*, yang artinya adalah suatu proses sosial dan manajer pemasaran dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan produk-produk dan pertukaran dengan nilai yang lain. (philip kotler 2014:6).

Setiap manusia membutuhkan rumah sebagai tempat tinggal untuk berlindung. Menurut undang-undang republik indonesia nomor 1 tahun 2011 tentang perumahan dan kawasan pemukiman pada pasal 1 butir 2 mengatakan bahwa perumahan adalah kumpulan dari beberapa rumah baik yang ada di perkotaan maupun pedesaan yang dilengkapi dengan prasarana, sarana dan utilitas sehingga layak dihuni. Sedangkan dalam butir 7 mengatakan rumah adalah sebuah bangunan gedung yang berfungsi sebagai tempat tinggal yang layak di huni, sarana pembinaan keluarga, cerminan harkat dan martabat penghuninya dan sebagai aset untuk pemiliknya.

Dengan adanya permintaan terhadap suatu hunian yang semakin meningkat, para pengembang di bidang properti perumahan berusaha untuk mencukupi permintaan konsumen atau calon pembeli dengan menawarkan berbagai jenis atau tipe serta harga rumah dengan tujuan dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat.

Di kota maumere, permintaan masyarakat terhadap hunian yang layak dan nyaman terus bertambah, sehingga para pengusaha properti terus berupaya untuk membangun sebuah kompleks perumahan yang dapat menunjang kebutuhan konsumen. Selain itu dampak dari meningkatnya calon penghuni baru, memicu bermunculannya para pengembang di bidang properti sehingga terjadi persaingan antara developer di kota maumere. Untuk mencegah persaingan tersebut para pengembang harus mempunyai strategi untuk memberikan inovasi yang menarik kepada konsumen. Banyak faktor yang menjadi pertimbangan konsumen untuk membeli rumah di kota maumere antara lain harga rumah, lokasi, fasilitas, desain bangunan dan budaya konsumen, sehingga minat beli rumah pada perumahan dapat menyesuaikan dengan tingkat penghasilan.

Berdasarkan uraian diatas perlu adanya penelitian mengenai Analisis faktor-faktor yang

mempengaruhi keputusan pembelian rumah pada perumahan di Kabupaten Sikka NTT. Berikut ini data transaksi penjualan rumah pada perumahan Di Kabupaten Sikka NTT pada tahun 2015-2017 :

Tabel 1 Data Transaksi Penjualan Rumah Periode 2015-2017

No	Periode	Total Transaksi Penjualan Perumahan Pesona Safira Residence (Unit)	Total Transaksi Penjualan Perumahan Citramas Village (Unit)	Total Transaksi Penjualan Perumahan Bukit Mas Residence (Unit)
1	2015	150	-	-
2	2017	-	84	22
Jumlah		150	84	22
Total		256 unit		

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan cara ilmiah untuk memecahkan suatu masalah dan untuk menembus batas-batas ketidaktahuan manusia. Kegiatan Penelitian ini menggunakan jenis penelitian *Quantitatif deskriptif* dan analisis faktor yaitu mendeskripsikan objek penelitian ataupun hasil penelitian. Deskriptif adalah metode untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data atau sampel yang terkumpul sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku umum (Sugiyono, 2011:3).

Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilaksanakan pada Perumahan Di Kabupaten Sikka, Kota Maumere Yaitu Perumahan Pesona Safira Residence Perumahan Citramas Village dan Perumahan Bukit Mas Residence.

Populasi dan sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2011). Jumlah populasi yang didapatkan adalah sebanyak 256 (dua ratus lima puluh enam) konsumen dari data jumlah unit rumah yang terjual pada 3 (tiga) perumahan di Kabupaten Sikka yaitu Pesona Safira Residence Perumahan Citramas Village dan Perumahan Bukit Mas Residence di Kabupaten Sikka. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2011). Pengambilan sampel menurut Slovin sebanyak 72 (tujuh puluh dua) sampel. Sampel terdiri dari 3 (tiga) bagian yaitu : responden yang tinggal di Perumahan Pesona Safira Residence di ambil secara random sebanyak 42 (empat puluh dua) sampel. Responden yang tinggal di Perumahan

Citramas Village sebanyak 24 (dua puluh empat) sampel dan responden pada perumahan Bukit Mas Residence sebanyak 6 (enam) sampel.

Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data menggunakan metode :

1. Observasi

Mengadakan pengamatan langsung terhadap objek yang hendak diteliti yaitu pada kawasan Perumahan Pesona Safira Residence, Perumahan Citramas Village dan Perumahan Bukit Mas Residence.

2. Wawancara

Melakukan wawancara langsung kepada staf, karyawan, pengembang/ developer dan pihak-pihak yang terkait dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan penelitian.

3. Kuisioner

Ada dua Teknik penyebaran kuisioner yaitu: Melakukan penyebaran kuisioner kemudian diisi oleh responden dan langsung bertatap muka dengan konsumen melakukan wawancara / memberikan pertanyaan langsung kepada responden (Sekaran 2016).

Skala Pengukuran Variabel

Jenis skala interval yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *Likert*. Skala *Likert* adalah skala yang menunjukkan seberapa kuat tingkat setuju atau tidak setuju terhadap suatu pernyataan (McDaniel dan Gates, 2013: 315). Ada tiga alasan peneliti menggunakan skala *Likert*. Alasan pertama adalah karena memudahkan responden untuk menjawab kuisioner apakah setuju atau tidak setuju (Malhotra, 2012: 308). Alasan kedua adalah mudah digunakan dan mudah dipahami oleh responden (McDaniel dan Gates, 2013: 307). Alasan ketiga adalah secara visual menggunakan skala *Likert* lebih menarik dan mudah diisi oleh responden (Sugiyono, 2011: 96).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengujian Instrumen

1. Hasil Uji Validitas

Hasil uji validitas yang diperoleh melalui program bantu SPSS 21 dengan menggunakan 72 sampel responden dengan α : 5 % diperoleh nilai r_{tabel} sebesar 0,2319.

Berikut ini adalah tabel hasil uji validitas:

Tabel 2 Hasil Uji Validitas

Variabel	Koefisien korelasi (r_{hitung})	R_{tabel}	Hasil ($r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$)
X1 (Harga)	0,626	0,2319	Valid
	0,877	0,2319	Valid
	0,749	0,2319	Valid
X2 (Tingkat Penghasilan)	0,829	0,2319	Valid
	0,901	0,2319	Valid

X3 (Lokasi)	0,836	0,2319	Valid
	0,665	0,2319	Valid
	0,910	0,2319	Valid
	0,941	0,2319	Valid
	0,889	0,2319	Valid
	0,916	0,2319	Valid
X4 (Fasilitas)	0,868	0,2319	Valid
	0,641	0,2319	Valid
	0,775	0,2319	Valid
X5 (Desain Bangunan)	0,852	0,2319	Valid
	0,788	0,2319	Valid
	0,848	0,2319	Valid
X6 (Budaya)	0,822	0,2319	Valid
	0,483	0,2319	Valid
	0,723	0,2319	Valid
Y (Keputusan Pembelian)	0,552	0,2319	Valid
	0,866	0,2319	Valid
	0,838	0,2319	Valid
	0,90	0,2319	Valid

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui jika semua variabel Harga (X₁), Tingkat Penghasilan (X₂), Lokasi (X₃), Fasilitas (X₄), Desain / tipe bangunan (X₅), dan Budaya (X₆) terhadap keputusan pembelian (Y) dibandingkan dengan r_{tabel} sebesar 0,2319 maka semua pertanyaan / instrumen dinyatakan valid. Oleh karena itu sehingga kuisioner dapat digunakan untuk pengambilan data penelitian dan dilanjutkan ke analisis berikutnya.

2. Hasil Uji Reliabilitas

Pengujian ini menggunakan uji statistik *Cronbach alpha* (α). Suatu instrumen dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach alpha* (α) > 0,60.

Berikut ini adalah tabel hasil uji Reliabilitas :

Tabel 3 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	N of items
Harga (X1)	0,613	3
Tingkat Penghasilan (X2)	0,815	3
Lokasi (X3)	0,930	6
Fasilitas (X4)	0,632	3
Desain Bangunan (X5)	0,749	3
Budaya (X6)	0,043	3
Keputusan Pembelian (Y)	0,827	3

Dari hasil analisis, bahwa semua butir pertanyaan kecuali variabel budaya pada kolom *Cronbach's Alpha* mempunyai nilai diatas 0,6. Kesimpulannya bahwa variabel yang reliabel adalah harga, tingkat penghasilan, lokasi, fasilitas, desain bangunan dan keputusan pembelian, sehingga analisis untuk tahap selanjutnya Variabel Budaya tidak digunakan disebabkan karena nilai *Cronbach's Alpha* pada budaya 0,043 $\geq$ 0,6 atau tidak reliabel.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 4 Hasil Analisis Secara Simultan dan Parsial

Variabel	Koefisien Regresi	t_{hitung}	t_{tabel}	Sig	Ket
Konstanta	3,072	2,077	1,99	0,042	Sig
Harga (X_1)	0,240	2,092	1,99	0,040	Sig
Tingkat Penghasilan (X_2)	0,013	0,104	1,99	0,918	Tidak Sig
Lokasi (X_3)	0,032	0,817	1,99	0,417	Tidak Sig
Fasilitas (X_4)	0,093	0,755	1,99	0,453	Tidak Sig
Desain Bangunan (X_5)	0,393	3,431	1,99	0,001	Sig
Koefisien Korelasi (R) = 0,658					
Koefisien Determinasi (R Square) = 4,32					
$F_{hitung} = 10,055$					
$F_{tabel} = 2,51$					
Nilai Sig = 0,0000					

a. Pengujian secara Simultan (Uji F)

Hasil analisis menunjukan nilai F_{hitung} yang diperoleh adalah sebesar 10,055. Didalam tabel distribusi F, didapatkan nilai F_{tabel} dengan *degrees of freedom* (df) $n_1 = n - 1 = 4$ dan $n_2 = n - k = 72 - 5 = 67$ dengan α 0,05 adalah sebesar 2,51. Berdasarkan hal tersebut kriteria pengambilan keputusannya adalah $F_{hitung} > F_{tabel}$ (10,055 > 2,51), artinya H_0 ditolak dan H_1 di terima. Kesimpulan : variabel bebas yaitu harga, tingkat penghasilan, lokasi, fasilitas dan desain/tipe bangunan, secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian rumah pada Perumahan Safira Residence, Perumahan Purimas Residence dan Perumahan Bukit Mas. Sehingga secara umum dapat disimpulkan bahwa hipotesis penelitian diterima.

b. Pengujian secara parsial (Uji T)

Pengaruh Harga (X_1) terhadap keputusan pembelian rumah menghasilkan Nilai t_{hitung} sebesar 2,092 > nilai t_{tabel} 1,99 dan nilai sig 0,040 > 0,05. Hal ini menunjukan bahwa variabel harga mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian rumah pada Perumahan Safira Residence, Perumahan Purimas Residence dan Perumahan Bukit Mas Residence.

Pengaruh Tingkat Penghasilan (X_2) terhadap keputusan pembelian rumah menghasilkan Nilai t_{hitung} sebesar 0,104 < 1,99 nilai t_{tabel} 1,99 dan nilai

sig 0,918 > 0,05. Hal ini menunjukan bahwa variabel tingkat penghasilan tidak mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian rumah pada Perumahan Safira Residence, Perumahan Purimas Residence dan Perumahan Bukit Mas Residence.

Pengaruh Lokasi (X_3) terhadap keputusan pembelian rumah menghasilkan Nilai t_{hitung} sebesar 0,817 < nilai t_{tabel} 1,99 dan nilai sig 0,417 > 0,05. Hal ini menunjukan bahwa variabel lokasi tidak mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian rumah pada Perumahan Safira Residence, Perumahan Purimas Residence dan Perumahan Bukit Mas Residence.

Pengaruh Fasilitas (X_4) terhadap keputusan pembelian rumah menghasilkan Nilai t_{hitung} sebesar 0,755 < nilai t_{tabel} 1,99 dan nilai sig 0,453 > 0,05. Hal ini menunjukan bahwa variabel fasilitas tidak mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian rumah pada Perumahan Safira Residence, Perumahan Purimas Residence dan Perumahan Bukit Mas Residence.

Pengaruh Desain / Tipe bangunan (X_5) terhadap keputusan pembelian rumah menghasilkan Nilai t_{hitung} sebesar 3,431 > nilai t_{tabel} 1,99 dan nilai sig 0,001 < 0,05. Hal ini menunjukan bahwa variabel Desain / Tipe bangunan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian rumah pada Perumahan Safira Residence, Perumahan Purimas Residence dan Perumahan Bukit Mas Residence.

Strategi yang perlu dilakukan pengembang

Strategi ditentukan berdasarkan faktor-faktor yang dominan dan signifikan, maka strategi yang dapat diterapkan oleh pengembang adalah :

1. Meningkatkan berbagai macam desain/tipe bangunan yang lebih banyak lagi sehingga dapat menarik konsumen untuk membeli rumah pada perumahan Safira Residence, Perumahan Purimas Residence dan Perumahan Bukit Mas.
2. Konsumen memilih rumah berdasarkan faktor harga sehingga pihak pengembang harus mempertahankan harga yang ada dengan meningkatkan desain/tipe bangunan sehingga dapat dijangkau oleh semua kalangan.

Menurut Kunaryanto (2013) untuk membuat harga rumah yang murah maka pengembang harus melakukan pengurangan biaya produksi rumah mulai dari awal pembangunan hingga akhir pembangunan dengan cara:

1. Biaya pematangan lahan dan perijinan perlu di kurangi dengan cara melakukan pemotangan pada biaya-biaya yang tidak diperlukan
2. Pemilihan material/bahan finishing dipilih yang lebih murah dengan tetap

memperhatikan kualitas dan spesifikasi yang sama dengan material / bahan semula.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengolahan dari penelitian ini dapat disarankan :

1. Variabel Desain/tipe bangunan (X_5), Harga (X_1), Lokasi (X_3), Fasilitas (X_4), Tingkat penghasilan (X_2) secara bersama-sama (simultan) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian rumah pada Perumahan Safira Residence, Perumahan Purimas Residence dan Perumahan Bukit Mas.
2. Variabel yang paling dominan mempengaruhi keputusan pembelian rumah pada Perumahan Safira Residence, Perumahan Purimas Residence dan Perumahan Bukit Mas adalah Variabel Desain/tipe bangunan
3. Strategi yang perlu dilakukan pengembang adalah meningkatkan berbagai macam desain/tipe bangunan dengan harga yang dapat dijangkau oleh semua kalangan, serta perlu memperhatikan faktor lokasi yang strategis, mencari konsumen yang berpendapatan tinggi, dan memberikan fasilitas yang memadai karena variabel ini yang mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan, sehingga dapat meningkatkan laku jual perumahan.

SARAN

1. Perlu memperhatikan faktor desain bangunan, harga yang terjangkau, lokasi yang strategis, mencari konsumen yang mempunyai tingkat penghasilan yang tinggi, dan memberikan fasilitas yang memadai sehingga dapat meningkatkan laku jual rumah.
2. Didalam membangun suatu perumahan perlu memperhatikan peraturan pemerintah yaitu : Koefisien Lantai Bangunan (KLB), Koefisien Daerah Hijau (KDH), Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW), Rencana Tata Bangunan dan Lingkungan (RTBL).

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur Penulis haturkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa karena berkat dan karuniannya penulis dapat menyelesaikan Jurnal dengan judul "Keputusan Pembelian Rumah Konsumen pada Perumahan di Kabupaten Sikka

Melalui kesempatan ini, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat Bapak Dr. Ir. Kustamar, MT, selaku Rektor Institut Teknologi Nasional Malang, Bapak Dr. Ir. Dhayal Gustopo Setiadjit, MT., selaku Direktur Pascasarjana Institut Teknologi Nasional Malang, Ibu Maranatha Wijayaningtyas, ST., M.MT., Ph.D, selaku Sekretaris Program Pascasarjana Magister Teknik dan Dosen Pembimbing II, Dr. Ir. Lies K. Wulandari, MT, selaku Ketua Program Studi Magister Teknik Sipil, Bapak Dr. Ir. Sutanto Hidayat, MT, selaku Dosen Pembimbing I, Bapak dan Ibu Dosen Program Pascasarjana, Program Studi Teknik Sipil Konsentrasi Manajemen Konstruksi, Bapak dan Ibu bagian administrasi Program Pascasarjana, Institut Teknologi Nasional Malang.

Penulis merasa bahwa Jurnal ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu saran dan kritik yang sifatnya membangun dari berbagai pihak sangat diharapkan, guna kesempurnaan Jurnal ini dan dapat berguna bagi penelitian-penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Armstrong, Kotler. 2015. *Marketing an Introducing Prentice Hall*. Edisi duabelas. England: Pearson Education .
- Ayu awaliyah, 2015. *Analisis Pengaruh Harga, Lokasi, Bangunan Dan Lingkungan Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Rumah*. Skripsi. Universitas Balikpapan
- Kunaryanto. 2013. *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi terhadap minat pembelian perumahan di Kabupaten Tuban*. Tuban. Tesis, Program Studi Teknik Sipil, Institut Teknologi Nasional Malang.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran. Edisi Bahasa Indonesia*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip. 2000. *Prinsip Prinsip Pemasaran Manajemen*. Jakarta: Prenhalindo.
- McDaniel, Carl dan Roger Gates. 2013. *Riset Pemasaran Kontemporer*. Jakarta: Salemba Empat
- Setiadi, Nugroho J. 2003, *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sekaran, Uma. 2011. *Metode Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.

