

## PENGARUH HARGA, LOKASI, DAN KUALITAS BANGUNAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PERUMAHAN BERSUBSIDI PESONA INDAH BETUNG

Hardiansyah<sup>1\*</sup>, Rabin Ibnu Zainal<sup>2</sup>, Riri Hanifa<sup>3</sup>, Noprian<sup>4</sup>

hardi7578@gmail.com, rabin@uss.ac.id, ririhanifa@uss.ac.id, noprian@uss.ac.id

Program Studi Manajemen, Universitas Sumatera Selatan

### ABSTRACT

*The house is a basic need in the form of a building that functions as a residence or place to live and a means of gathering a family. Housing is a very important need for society. The products offered by developers to consumers must of course be oriented to consumer needs and consumer satisfaction. Research on the effect of price, location and building quality on customer satisfaction in Pesona Indah Betung housing has been conducted in July 2023. The purpose of this study was to analyze the price, location and quality of buildings in Pesona Indah Betung housing on customer satisfaction. The research method used is Multiple Linear Regression. Methods of data collection using questionnaires, interviews and documentation. The number of respondents was 108 people. The results of this study hypothetically are price and location have a positive effect on customer satisfaction, while building quality has a negative effect on customer satisfaction. The results of the Multiple Linear Regression test for price and location variables have a positive effect on customer satisfaction, while building quality has a negative effect on customer satisfaction in Pesona Indah Betung housing.*

**Keywords:** price, location, building quality, consumer satisfaction, housing

### PENDAHULUAN

Seiring perkembangan zaman yang semakin pesat dan penduduk juga sekarang semakin padat, hal ini mendorong perusahaan bersaing untuk mengelola berbagai macam produk properti yang cepat dan tentunya sangat dibutuhkan oleh semua individu diberbagai kalangan sebagai tempat bernaung dan tinggal contohnya seperti rumah. Rumah merupakan sebuah kebutuhan yang harus dipenuhi oleh manusia sebagai tempat tinggal dan juga sebagai tempat berkumpulnya keluarga. Rumah adalah impian dari semua orang yang ingin memiliki tempat tinggal sendiri yang nyaman dan layak dihuni.

Kebutuhan hidup seseorang terdiri dari kebutuhan sandang, pangan, dan papan. Rumah (papan) merupakan kebutuhan yang sangat penting karena rumah adalah tempat menetap, singgah, dan dapat berkumpul, serta mempertahankan hidup, tetapi pada kenyataan masih banyak masyarakat yang tidak memiliki rumah atau bahkan masih ada yang mengontrak. Menurut Luthfi (2017) kebutuhan akan rumah hampir tidak pernah berkurang, sehingga mencari rumah untuk tempat tinggal adalah hal yang akan dialami oleh hampir semua keluarga baru, bahkan keluarga yang telah lama menikah namun belum memiliki rumah pun tetap berusaha agar dapat membeli rumah. Sehingga rumah sebagai tempat tinggal sekaligus sebagai sarana investasi yang menguntungkan dan hampir tidak mengalami penyusutan. Hal yang

perlu diperhatikan oleh konsumen saat melakukan pembelian rumah yaitu faktor prioritas yang diinginkan oleh konsumen seperti kenyamanan lingkungan perumahan, kemudahan akses jalan yang bagus, ketersediaan sarana dan prasarana, kondisi lingkungan fisik dan sosial, lingkungan yang aman dan jauh dari kawasan kebisingan dan aman untuk anak-anak bermain dan tentunya harga dikawasan perumahan.

Saat ini banyak calon konsumen yang akan melakukan pembelian rumah mulai mempertimbangkan beberapa faktor, seperti faktor harga, faktor Lokasi, dan faktor kualitas bangunan. Jika tiga faktor tersebut memenuhi keinginan konsumen Dimana harganya terjangkau oleh konsumen. Lokasi yang dekat dengan sekolah, pusat Kesehatan, pusat perbelanjaan dan fasilitas umumnya lainnya. Jika kualitas bahan bangunan yang digunakan oleh pihak depelover yag memiliki kualitas yang bagus, maka permintaan konsumen akan kebutuhan rumah meningkat dan konsumen merasa puas. Akibatnya, upaya pembangunan perumahan terus berlanjut.

Terdapat *Research Gap* dari setiap variabel, yaitu variabel harga, lokasi dan kualitas bangunan serta variabel kepuasan konsumen yang mana terdapat penelitian yang mendukung atau berpengaruh signifikan dan tidak berpengaruh signifikan yang diperoleh dari penelitian sebelumnya, Dimana menurut Baeningsih (2022) menunjukkan bahwa harga, lokasi dan kualitas bangunan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pembelian rumah pada PT. Lombok Royal Properti (Studi Kasus pada Perumahan Adhyaksa Residence). Menurut Puspita (2021) menunjukkan bahwa secara parsial kondisi fisik, fasilitas, lokasi dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pemilik rumah di perumahan Permata Indah Sukarame Bandar Lampung. Menurut Iskandarsyah dan Utami (2017) menunjukkan bahwa variabel harga dan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan sedangkan lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Menurut Haerulina (2020) menunjukkan bahwa faktor harga, lokasi dan kualitas bangunan berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen membeli rumah di PT. Anugrah Alam Properti.

Berdasarkan uraian dan research gap di atas, maka penelitian ini adalah untuk menganalisis harga, lokasi, dan kualitas bangunan terhadap Kepuasan Pelanggan pada perumahan Pesona Indah Betung

## **KAJIAN PUSTAKA**

### **Kepuasan Konsumen**

Menurut Kotler dan Keller (2017) kepuasan konsumen adalah dimana perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (hasil) terhadap ekspektasi mereka. Menurut Ramadhani (2020), menyatakan bahwa dalam menciptakan kepuasan konsumen, produk yang ditawarkan sebuah organisasi atau perusahaan harus berkualitas yang mencerminkan semua dimensi penawaran produk yang dapat menghasilkan manfaat bagi pelanggan.

Menurut Kotler dan Amrstrong (2018) mengemukakan bahwa terdapat beberapa indikator yang dapat mengukur kepuasan konsumen, antara lain: (1) tetap loyal, (2) membeli produk baru yang ditawarkan, (3) merekomendasikan produk, (4) bersedia membayar lebih, (5) memberi masukan.

### **Harga**

Menurut Kotler dan Keller (2017) mengemukakan bahwa harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan melalui penjualan. Menurut Marwanto (2015) mengemukakan bahwa harga adalah sesuatu hal yang penting, karena harga sangat

berhubungan dengan keputusan seseorang untuk membeli suatu produk, ketika mendengar sebuah produk yang dijual dengan harga murah, pasti para konsumen akan berbondong-bondong lari dan berebutan untuk mendapatkan produk tersebut. Itulah sebabnya mengapa harga sangat berperan dalam menentukan keputusan seseorang untuk membeli suatu produk.

Menurut Kotler dan Keller (2009) menyatakan bahwa terdapat beberapa indikator harga, antara lain: (1) Keterjangkauan harga adalah harapan konsumen sebelum mereka melakukan pembelian. Konsumen akan mencari produk-produk yang harganya dapat terjangkau. (2) Kesesuaian Harga dengan kualitas produk. Untuk produk tertentu, biasanya konsumen tidak keberatan bila harus membeli dengan harga relative mahal asalkan kualitas produknya baik. Namun konsumen lebih menginginkan produk harganya murah dengan kualitas baik. (3) Daya saing harga, perusahaan menetapkan harga jual suatu produk dengan mempertimbangkan harga produk yang dijual oleh pesaingnya agar produknya dapat bersaing dipasar. (4) Kesesuaian harga dengan manfaat Konsumen terkadang mengabaikan harga suatu produk namun lebih mementingkan manfaat dari produk tersebut.

### **Lokasi**

Menurut Kotler dan Armstrong (2018) menyatakan bahwa lokasi adalah berbagai kegiatan perusahaan untuk membuat produk yang dihasilkan atau dijual terjangkau dan tersedia bagi pasar sasaran, dalam hal ini berhubungan dengan bagaimana cara penyampaian produk atau jasa kepada para konsumen dan dimana lokasi yang strategis. Menurut Memah et.al. (2015), menyatakan bahwa lokasi yang strategis dan akses yang mudah akan mengundang konsumen melakukan pembelian terhadap suatu produk seperti perumahan.

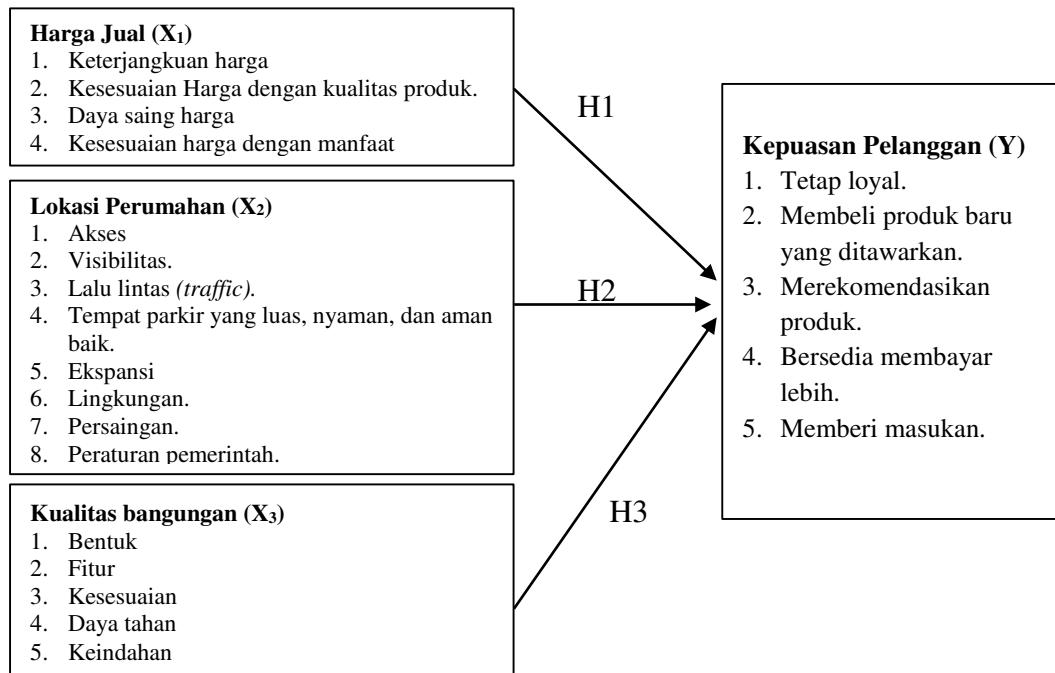
Menurut Tjiptono (2015) indikator Lokasi perumahan, yaitu sebagai berikut: (1) akses. (2) visibilitas. (3) lalu lintas (*traffic*). (4) Tempat parkir (5) ekspansi. (7) lingkungan. (7) persaingan. (8) peraturan pemerintah.

### **Kualitas Bangunan**

Menurut Kotler & Keller (2017), kualitas produk atau kualitas bangunan adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan. Menurut Lestari dan Hasibuan (2021) kualitas bangunan merupakan karakteristik suatu produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen, sehingga semakin baik kualitas bangunan maka minat beli pada konsumen semakin tinggi.

Menurut Kotler dan Keller (2012) ada beberapa indikator kualitas produk atau kualitas bangunan, yaitu: (1) bentuk, dimana bentuk meliputi ukuran atau struktur fisik produk. (2) fitur yang memiliki karakteristik sekunder yang melengkapi fungsi dasar produk. (3) kesesuaian, sejauh mana kesesuaian kinerja dan kualitas produk memenuhi standar yang telah ditetapkan sebelumnya. (4) daya tahan berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan. (5) keindahan pada produk yang dapat daya tarik produk terhadap panca indera seperti desain dan gaya.

## Kerangka Pemikiran



Gambar 2.1 Kerangka Konsep Penelitian

## Hipotesis Penelitian

H1 : Harga berpengaruh terhadap kepuasan pembeli Perumahan Pesona Indah Betung.

H2 : Lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pembeli Perumahan Pesona Indah Betung.

H3 : Kualitas Bangunan berpengaruh terhadap kepuasan pembeli Perumahan Pesona Indah Betung.

## METODE PENELITIAN

### Unit Pelaksanaan Penelitian

Penelitian telah dilaksanakan pada Juli 2023 yang berlokasi di Perumahan Penosa Indah Betung yang beralamat di Jl. Kampung Sawah Kecamatan Betung Kabupaten Banyuasin.

### Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini jumlah konsumen perumahan Pesona Indah Betung terdapat jumlah populasi yaitu sebanyak 108 orang yang sebagai ukuran populasi diperumahan. Menurut sugiyono (2017), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut teknik pengambilan sampel memakai *sampling jenuh*, yaitu teknik pengambilan sampel keseluruhan, dimana anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk terpilih menjadi sampel.

### Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan dua teknik yaitu: (1) Kuesioner atau angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya

(Sugiyono, 2017). (2) Dokumentasi biasanya digunakan dilakukan untuk mengumpulkan data dari berbagai sumber seperti internet, buku, majalah dan koran.

## **Metode Analisis Data**

### **Analisis Deskriptif**

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana dengan adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum generalisasi (Sugiyono, 2018).

### **Uji Validitas**

Uji validitas dilakukan untuk setiap pertanyaan, dan dapat dilihat dari hasil perbandingan antara  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$ , menggunakan SPSS versi 20. Untuk dapat memperoleh  $r_{tabel}$  yaitu dengan  $df$  (derajat bebas) =  $n-2$  dengan signifikan 5% dan  $n$  adalah jumlah sampel. Untuk menguji suatu kuesioner dapat dikatakan valid, jika  $r_{hitung}$  lebih besar dibandingkan dengan  $r_{tabel}$  maka data tersebut valid, jika  $r_{hitung}$  lebih kecil dibandingkan dengan  $r_{tabel}$  maka data tersebut tidak valid (Ghozali, 2016).

Jadi untuk mengetahui sebuah data atau pertanyaan tersebut dinyatakan valid, yaitu jika nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dibandingkan dengan  $r_{tabel}$ .

### **Uji Reliabilitas**

Menurut Ghozali (2016) uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator atau instruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Untuk mengukur reabilitas dengan uji *Statistic Cronbach Alpha* dengan menggunakan SPSS20. Suatu variabel dikatakan handal atau reliabel jika berikan nilai *Cronbach* > 0,70 dan dikatakan tidak handal atau reliabel bila nilai *Cronbach* < 0,70 (Ghozali, 2013).

### **Uji Asumsi Klasik**

#### **1. Uji Normalitas**

Uji Normalitas adalah jika menyatakan distribusi atau sebaran normal dapat dikatakan data tersebut normal. Statistik uji yang paling sering digunakan untuk menguji asumsi normal dengan menggunakan data residual adalah Kolmogorov-Smirnov normality test. Selain uji dengan uji statistik, pemeriksaan normalitas residual dapat pula dilakukan dengan P-P Plot (Kurniawan, 2008).

#### **2. Uji Multikolinieritas**

Multikolinieritas berarti bahwa terjadi korelasi linier yang erat antar variabel bebas. Statistik uji yang tepat adalah dengan *Variance Inflation Factor* (VIF). Nilai VIF yang lebih besar dari 10 mengindikasikan adanya multikolinieritas yang serius (Kurniawan, 2008).

#### **3. Uji Autokorelasi**

Adanya autokorelasi pada error mengindikasikan bahwa ada satu atau beberapa faktor (variabel) penting yang mempengaruhi variabel terikat Y yang tidak dimasukkan ke dalam model regresi. Autokorelasi sering pula muncul pada kasus dimana data yang digunakan memasukkan unsur waktu (*data time-series*). Statistik uji yang sering dipakai adalah *Durbin-Watson statistics* (DW-statistics) (Kurniawan, 2008).

#### 4. Uji Heteroskedastisitas

Salah satu cara yang digunakan untuk melihat adanya kasus heteroskedastisitas dengan memperhatikan plot dari sebaran residual (\*ZRESID) dan variabel yang diprediksikan (\*ZPRED). Jika sebaran titik-titik dalam plot tidak menunjukkan adanya suatu pola tertentu, maka dapat dikatakan bahwa model terbebas dari asumsi heteroskedastisitas (Gunawan, 2017).

#### Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis hubungan kausal beberapa variabel bebas (X) terhadap satu variabel tergantungan (Y), yang dapat dinyatakan dengan rumus sebagai berikut (Wisudaningsi et.al., 2019):

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Dinamakan: Y : Kepuasan konsumen  
 $\alpha$  : Konstanta  
 $\beta$  : Koefisien regresi variable bebas  
 $X_1$  : Harga  
 $X_2$  : Lokasi  
 $X_3$  : Kualitas Bangunan  
e : *error*

#### Uji Hipotesis (t)

Uji hipotesis merupakan dugaan atau pernyataan mengenai satu atau lebih populasi yang perlu diuji kebenarannya, benar atau tidaknya suatu hipotesis statistik belum dapat diketahui dengan pasti kecuali melakukan pengujian dengan menggunakan populasi (Suharjo, 2013).

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau indenpenden secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen.

#### Uji Hipotesis F

Uji F digunakan untuk secara bersama-sama menguji tingkat signifikansi parameter dari variabel terikat, apakah dapat diterima secara statistik dengan membandingkan  $F_{tabel}$  dan  $F_{hitung}$  dengan menggunakan SPSS versi 20.

Jika  $F_{hitung}$  lebih besar dibandingkan dengan  $F_{tabel}$ , maka  $H_0$  di tolak dan  $H_a$  diterima, yang berarti bahwa variabel X berpengaruh terhadap variabel Y dengan signifikansi 0,05 (5%). Sedangkan  $F_{hitung}$  lebih besar dibandingkan dengan  $F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, yang berarti bahwa variabel X tidak berpengaruh nyata terhadap variabel Y dengan signifikansi 0,05.

#### Uji Koefisien Determinan ( $R^2$ )

Koefisien determinasi  $R^2$  pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai determinasi adalah nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi-variasi dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Semakin tinggi  $R^2$ , maka semakin penting suatu variabel karena dalam penelitian ini terdiri dari beberapa variabel, maka akan digunakan koefisien determinasi untuk mengukur besar sumbangan dari variabel bebas terhadap variabel terikat (Sugiyono, 2014).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisis Deskriptif

Hasil analisis deskriptif dapat dilihat pada tabel 1 sebagai berikut:

**Tabel 1 Hasil Uji Analisis Deskriptif**  
**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Harga	108	42	53	46.70	2.735
Lokasi	108	67	78	71.65	2.443
Kualitas Bangunan	108	51	63	57.85	2.553
Kepuasan Pelanggan	108	54	67	62.66	2.317
Valid N (listwise)	108				

Sumber: Data diolah SPSS20 (2023)

Dari hasil analisis deskriptif dengan sampel sebanyak 108 responden yang telah dilakukan bahwa nilai minimum dari Harga ( $X_1$ ) adalah sebesar 42 sedangkan nilai maksimum yang didapat adalah sebesar 53 dengan rata-rata 46,70 dan standar deviasi 2,735 dari jawaban responden. Nilai minimum Lokasi ( $X_2$ ) sebesar 67 sedangkan nilai maksimum adalah sebesar 78 dengan rata-rata 71,65 dan standar deviasi 2,443 dari jawaban responden. Nilai minimum Kualitas Bangunan ( $X_3$ ) sebesar 51 sedangkan nilai maksimum sebesar 63 dengan rata-rata 57,85 dan nilai standar deviasi 2,553 dari jawaban responden. Dari hasil diatas dapat dikatakan bahwa secara keseluruhan responden menilai cukup positif dan merespon dengan baik terhadap variabel harga, lokasi dan kualitas bangunan.

Berdasarkan hasil tabel 1 didapat bahwa variabel kepuasan konsumen (Y) dengan sampel sebanyak 108 responden, dengan nilai minimum dari kepuasan konsumen (Y) adalah sebesar 54 sedangkan nilai maksimum yang didapat adalah sebesar 67 dengan jumlah rata-rata 62,66 dan standar deviasi 2,317 dari jawaban responden. Dilihat dari nilai rata-rata pada variabel kepuasan konsumen (Y) tersebut, maka didapat bahwa secara keseluruhan responden bersikap positif terhadap kepuasan konsumen.

### Uji Validitas

Hasil dari uji validitas dapat dilihat pada tabel 2 sebagai berikut:

**Tabel 2 Hasil Uji Validitas**

Variabel	Item Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Sig	Keputusan
Harga	X1.1	0,255	0,1890	0,008	Valid
	X1.2	0,706	0,1890	0,000	Valid
	X1.3	0,499	0,1890	0,000	Valid
	X1.4	0,574	0,1890	0,000	Valid
	X1.5	0,382	0,1890	0,000	Valid
	X1.6	0,533	0,1890	0,000	Valid
	X1.7	0,573	0,1890	0,000	Valid

	X1.8	0,326	0,1890	0,001	Valid
	X1.9	0,699	0,1890	0,000	Valid
	X1.10	0,853	0,1890	0,000	Valid
	X1.11	0,541	0,1890	0,001	Valid
Lokasi	X2.1	0,279	0,1890	0,004	Valid
	X2.2	0,285	0,1890	0,003	Valid
	X2.3	0,256	0,1890	0,007	Valid
	X2.4	0,268	0,1890	0,005	Valid
	X2.5	0,230	0,1890	0,017	Valid
	X2.6	0,517	0,1890	0,000	Valid
	X2.7	0,385	0,1890	0,000	Valid
	X2.8	0,451	0,1890	0,000	Valid
	X2.9	0,385	0,1890	0,000	Valid
	X2.10	0,258	0,1890	0,007	Valid
	X2.11	0,481	0,1890	0,000	Valid
	X2.12	0,197	0,1890	0,041	Valid
	X2.13	0,468	0,1890	0,000	Valid
	X2.14	0,353	0,1890	0,000	Valid
	X2.15	0,327	0,1890	0,000	Valid
	X2.16	0,213	0,1890	0,027	Valid
	X2.17	0,261	0,1890	0,006	Valid
Kualitas Bangunan	X3.1	0,594	0,1890	0,000	Valid
	X3.2	0,511	0,1890	0,000	Valid
	X3.3	0,661	0,1890	0,000	Valid
	X3.4	0,410	0,1890	0,000	Valid
	X3.5	0,564	0,1890	0,000	Valid
	X3.6	0,407	0,1890	0,000	Valid
	X3.7	0,233	0,1890	0,015	Valid
	X3.8	0,441	0,1890	0,000	Valid
	X3.9	0,573	0,1890	0,000	Valid
	X3.10	0,237	0,1890	0,014	Valid
	X3.11	0,209	0,1890	0,030	Valid
	X3.12	0,291	0,1890	0,002	Valid
	X3.13	0,353	0,1890	0,000	Valid
Kepuasan Konsumen	Y1	0,479	0,1890	0,000	Valid
	Y2	0,566	0,1890	0,000	Valid
	Y3	0,366	0,1890	0,000	Valid
	Y4	0,587	0,1890	0,000	Valid
	Y5	0,529	0,1890	0,000	Valid
	Y6	0,505	0,1890	0,000	Valid
	Y7	0,282	0,1890	0,003	Valid
	Y8	0,339	0,1890	0,000	Valid

	Y9	0,323	0,1890	0,016	Valid
	Y10	0,266	0,1890	0,005	Valid
	Y11	0,237	0,1890	0,014	Valid
	Y12	0,371	0,1890	0,000	Valid
	Y13	0,556	0,1890	0,000	Valid
	Y14	0,425	0,1890	0,000	Valid

Sumber: Data Pribadi (2023)

Dalam penelitian ini  $r_{tabel} = 0,1890$  dan  $r_{hitung}$  harus lebih dari atau diatas  $0,1890$ . Dapat dilihat dari hasil yang telah di uji statistik validitas diatas dapat dilihat bahwa variabel dependent dan independent semua butir pertanyaan tersebut valid.

### Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel 3 sebagai berikut:

**Tabel 3 Hasil Uji Reabilitas**

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Harga	0,746	Reliabel
Lokasi	0,710	Reliabel
Kualitas Bangunan	0,709	Reliabel
Kepuasan Konsumen	0,722	Reliabel

Sumber: Data Pribadi (2023)

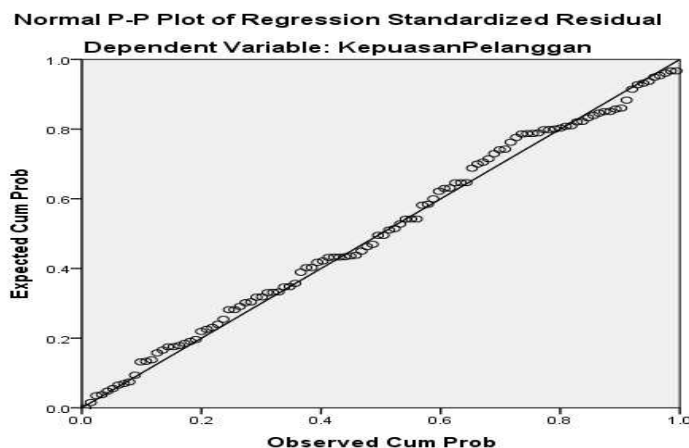
Dapat dilihat tabel 3 hasil uji statistik reliabilitas bahwa semua variabel dinyatakan Reliabel, karena nilai *Cronbach's Alpha* berada diatas nilai  $>0,70$ .

### Uji Asumsi Klasik

#### 1. Uji Normalitas

Dalam penelitian ini, uji normalitas menggunakan P-P Plot dengan kriteria jika titik-titik pada P-P Plot berada garis lurus (garis rata-rata residual) maka dinyatakan bahwa distribusi data tersebut berasal dari populasi distribusi normal. Dapat dilihat pada gambar 1 dibawah ini:

**Gambar 1 P-P Plot pada Uji Normalitas**



Sumber: Data Diolah SPSS20 (2023)

Gambar 1 diatas menjelaskan bahwa uji normalitas yang telah dilakukan memiliki nilai distribusi normal karena penyebaran data mengikuti garis-garis residual, karena syarat dalam uji normalitas jika titik-titik sebaran data menyebar disekeliling garis lurus, maka dapat dinyatakan model regresi memenuhi persyaratan normalitas.

Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test (K-S). Data yang dikatakan normal jika taraf signifikansi 0,05. Dapat dilihat pada tabel 4:

**Tabel 4 Hasil Uji Normalitas**

		Unstandardized Residual
N		108
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0E-7
	Std. Deviation	2.13526622
	Absolute	.058
Most Extreme Differences	Positive	.044
	Negative	-.058
Kolmogorov-Smirnov Z		.600
Asymp. Sig. (2-tailed)		.864

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data Diolah SPSS20 (2023)

Tabel 4 menunjukkan bahwa nilai Asymp. Sig sebesar 0,864, jika dilihat dari hipotesisnya Asymp. Sig lebih besar 0.05 yang menunjukkan bahwa data tersebut normal. Hal ini menunjukkan bahwa data yang digunakan sebagai bahan penelitian memiliki data yang terdistribusi normal.

## 2. Uji Multikolinearitas

Hasil dari uji multikolinearitas dapat dilihat pada tabel 5 sebagai berikut:

**Tabel 5 Hasil Uji Multikolinearitas**

Model	Coefficients <sup>a</sup>						
	Unstandardized Coefficients		Standardize d Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	46.340	10.148		4.566	.000		
1 Harga	.169	.082	.200	2.078	.040	.882	1.134
Lokasi	.248	.087	.261	2.854	.005	.974	1.027
Kualitas Bangunan	-.162	.087	-.178	-1.869	.064	.899	1.113

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data Diolah SPSS20 (2023)

Berdasarkan tabel 5 diatas hasil uji multikolinearitas nilai tolerance untuk variabel harga ( $X_1$ ) yaitu 0,882 atau mendekati 1 dan nilai VIF 1,134, nilai tolerance untuk variabel lokasi ( $X_2$ ) yaitu 0,974 atau mendekati 1 dan nilai VIF 1,027, sedangkan nilai tolerance untuk variabel kualitas bangunan ( $X_3$ ) yaitu 0,899 atau medekati 1 dan nilai VIF 1.113. Dimana angka-angka tolerance dan VIF tersebut menunjukkan bahwa tidak terdapat multikolinearitas antar variabel independent. Dengan demikian hal ini menunjukkan bahwa berdasarkan tolerance dan VIF model regresi linear berganda layak digunakan.

### 3. Uji Autokorelasi

Cara mudah untuk mengetahui autokorelasi adalah dengan uji Durbin Watson, Dimana hasil uji autokorelasi data dilihat pada tabel 6 sebagai berikut:

**Tabel 6 Hasil Uji Autokorelasi**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.789 <sup>a</sup>	.622	.611	.402	1.989

a. Predictors: (Constant), Lag\_KualitasBangunan, Lag\_Lokasi, Lag\_Harga

b. Dependent Variable: Lag\_KepuasanPelanggan1

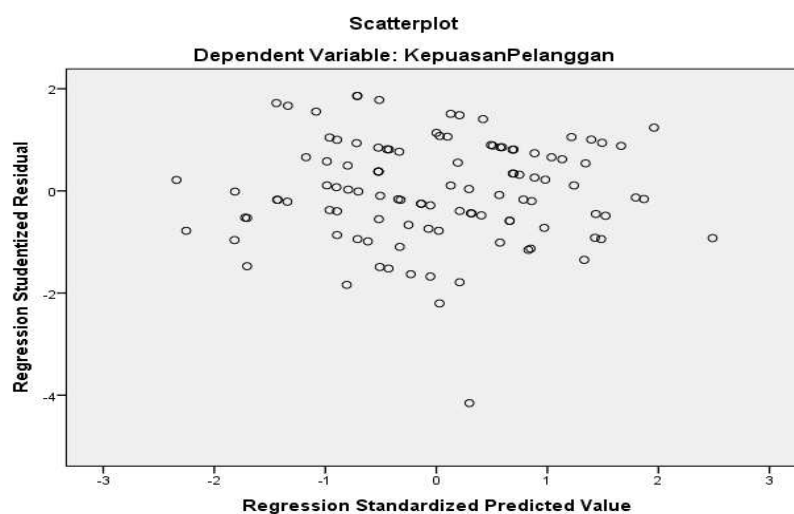
Sumber: Data Diolah SPSS20 (2023)

Pada tabel 6 diatas dapat dilihat bahwa nilai dari Durbin Watson yang diperoleh aalah 1,989. Hal ini berarti bahwa angka Durbin Watson ini berada pada kisaran angka 1,55 – 2,46, sehingga didapat bahwa model regresi linier bergana terbebas dari asumsi autokorelasi.

### 4. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas dilakukan untuk mendeteksi adanya varian residual yang tidak konstan dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya.

**Gambar 2 Hasil Uji Heteroskedatisitas**



Sumber: Data Diolah SPSS20 (2023)

Dapat dilihat gambar 2 bahwa penyebaran residual adalah tidak teratur. Hal tersebut dapat dilihat dari plots yang terpecah serta tidak membentuk suatu pola tertentu. Sehingga didapat bahwa regresi linier berganda bebas dari heterokedastitas.

### Analisis Regresi Linear Sederhana

Hasil dari analisis regresi linear berganda dapat dilihat pada tabel 7 sebagai berikut:

**Tabel 7 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda  
 Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	46.340	10.148		4.566	.000		
1 Harga	.169	.082	.200	2.078	.040	.882	1.134
Lokasi	.248	.087	.261	2.854	.005	.974	1.027
Kualitas Bangunan	-.162	.087	-.178	-1.869	.064	.899	1.113

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data Diolah SPSS20 (2023)

Persamaan dari regresi secara umum, yaitu sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = 46,340 + 0,169 X_1 + 0,248 X_2 - 0,162 X_3 + e$$

Dari hasil persamaan diatas maka interpretasi dari persamaan regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

#### a) Pengaruh Harga ( $X_1$ ) terhadap Kepuasan Konsumen pada Perumahan Pesona Indah Betung

Dapat dilihat pada tabel 7 menunjukkan bahwa nilai regresi harga yang didapat adalah sebesar 0,169. Yang berarti bahwa jika terjadi penambahan nilai pada harga sebanyak 1, maka nilai tingkat kepuasan konsumen perumahan pesona indah betung akan meningkat sebesar 0,169, dengan asumsi bahwa variabel independent lain bernilai tetap, hal ini menunjukkan bahwa variabel harga ( $X_1$ ) memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Dalam penelitian ini, peneliti mengamati bahwa responden menilai sejauh mana harga yang diberikan oleh pihak developer yang dapat menentukan tingkat kepuasan konsumen di

perumahan pesona indah betung. Hal ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Fahrezi (2015), menyatakan bahwa variabel harga memiliki kaitan terhadap kepuasan pelanggan, karena harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa dari jumlah yang ditukar oleh konsumen atas manfaat-manfaat yang diperoleh terhadap kepuasan konsumen.

#### **b) Pengaruh Lokasi ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan Konsumen pada perumahan Pesona Indah Betung**

Berdasarkan tabel 7 menunjukkan bahwa nilai regresi yang didapat adalah sebesar 0,248. Yang artinya jika terjadi penambahan nilai pada harga sebanyak 1, maka nilai tingkat kepuasan konsumen perumahan pesona indah betung akan meningkat sebesar 0,248, dengan asumsi bahwa variabel independent lain bernilai tetap, hal ini menunjukkan bahwa variabel lokasi ( $X_2$ ) memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Dari hasil diatas dapat dijelaskan bahwa lokasi berpengaruh positif dikarenakan untuk menuju lokasi pesona indah betung menempuh jarak 200 meter dari jalan lintas. Hal ini sejalan dengan penelitian Hidayah (2019), lokasi merupakan suatu yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, karena dengan lokasi yang bagus akan mempermudah konsumen dalam beraktifitas sehari-hari.

Walaupun demikian pihak developer melakukan hal yang terbaik untuk akses jalan masuk menuju perumahan pesona indah betung dengan cara mengecor jalan untuk mempermudah para konsumen dan membuat konsumen puas atas jalan yang sudah dibangun oleh pihak developer.

#### **c) Pengaruh Kualitas Bangunan ( $X_3$ ) terhadap Kepuasan Konsumen pada Perumahan Pesona Indah Betung**

Dapat dilihat pada tabel 7 menunjukkan bahwa nilai regresi harga yang didapat adalah sebesar -0,162. Yang berarti bahwa jika terjadi penambahan nilai pada harga sebanyak 1, maka nilai tingkat kepuasan konsumen perumahan pesona indah betung akan meningkat sebesar -0,162, dengan asumsi bahwa variabel independent lain bernilai tetap, hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas bangunan ( $X_3$ ) memiliki pengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil diatas dapat dijelaskan bahwa kualitas bangunan memiliki pengaruh negatif, dalam hal ini kemungkinan kurangnya perhatian developer terhadap bahan bangunan yang digunakan serta kurangnya pengawasan terhadap para pekerja lapangan atau oknum tukang yang bekerja tidak sesuai SOP. Oleh karena itu pihak developer harus lebih memperhatikan kualitas serta bahan bangunan yang digunakan agar konsumen merasa puas terhadap perumahan pesona indah betung.

Kualitas bangunan sangat penting bagi konsumen saat melakukan survei, dimana rumah diharapkan dapat memberikan kenyamanan dan tempat berkumpulnya keluarga bagi penghuni serta memiliki daya tahan terhadap cuaca dalam jangka waktu yang lama.

#### **Uji Hipotesis (t)**

Adapun hipotesis dari uji t adalah apabila  $t_{hitung}$  lebih besar dibandingkan dengan  $t_{tabel}$ , maka  $H_a$  diterima dapat dikatakan berpengaruh. Sedangkan  $t_{hitung}$  lebih kecil dibandingkan dengan  $t_{tabel}$ , maka  $H_a$  ditolak dapat dikatakan tidak berpengaruh. Hasil uji t dapat dilihat tabel 4.8 sebagai berikut:

**Tabel 8 Hasil Uji t  
Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	46.340	10.148		4.566	.000		
1 Harga	.169	.082	.200	2.078	.040	.882	1.134
Lokasi	.248	.087	.261	2.854	.005	.974	1.027
Kualitas Bangunan	-.162	.087	-.178	-1.869	.064	.899	1.113

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan  
Sumber: Data Diolah SPSS20 (2023)

Tabel 8 diatas, selanjutnya peneliti melakukan pengujian hipotesis secara parsial pada penelitian ini sebagai berikut:

a) Menguji signifikansi koefisien variabel harga ( $X_1$ )

Dari analisis pada tabel 8 menunjukkan bahwa nilai harga ( $X_1$ ) pada  $t_{hitung} = 2.078$  lebih besar dibandingkan dengan  $t_{tabel} = 1,9830$  dengan signifikan 0,040, dimana signifikan dalam penelitian ini yang ditetapkan adalah 0,05 (5%). Maka hipotesis dari uji t ini adalah  $H_a$  diterima karena signifikan, yang berarti harga ( $X_1$ ) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Hal ini diperkuat oleh Sugianto dan Ginting (2020), dalam penelitiannya mengemukakan bahwa pentingnya penetapan harga perumahan yang dapat dilihat dari variasi harga rumah berdasarkan luas tanah dan bangunannya sehingga konsumen dapat memilih dan menyesuaikan pada tingkat harga mana yang kesanggupannya.

b) Menguji signifikansi koefisien variabel lokasi ( $X_2$ )

Dari tabel 8 menunjukkan bahwa nilai lokasi ( $X_2$ ) pada  $t_{hitung} = 2.854$  lebih besar dibandingkan dengan  $t_{tabel} = 1,9830$  dengan signifikan 0,005, dimana signifikan dalam penelitian ini yang ditetapkan adalah 0,05 (5%). Maka hipotesis dari uji t ini adalah  $H_a$  diterima karena signifikan, yang berarti lokasi ( $X_2$ ) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Karena lokasi yang strategis dan akses yang mudah membuat konsumen puas dan konsumen akan mengundang kerabat mereka untuk melakukan pembelian terhadap suatu produk dalam hal ini perumahan (Memah, 2015). Oleh karena itu, semakin baik strategis lokasi maka tingkat kepuasan konsumen semakin meningkat.

c) Menguji signifikansi koefisien variabel kualitas bangunan ( $X_3$ )

Dari hasil penelitian pada tabel 8 menunjukkan bahwa nilai kualitas bangunan ( $X_3$ ) pada  $t_{hitung} = -1,869$ , lebih kecil dibandingkan dengan  $t_{tabel} = 1,9830$  dengan signifikan 0,064, dimana signifikan dalam penelitian ini yang ditetapkan adalah 0,05 (5%). Maka hipotesis dari uji t ini adalah  $H_a$  ditolak karena tidak signifikan, yang berarti kualitas bangunan ( $X_3$ ) berpengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini sejalan dengan penelitian Baeningsih (2022), kualitas bangunan dengan kepuasan konsumen variabel kualitas bangunan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen,

Dari hasil penelitian diatas dapat disimpulkan para konsumen tidak terlalu mementingkan kualitas bangunan. Karena unit rumah yang mereka beli merupakan Rumah Subsidi Sederhana sehingga tidak terlalu berekspektasi tinggi terhadap kualitas bangunan. Alasan yang paling dominan mereka membeli unit perumahan dipesona indah betung adalah Lokasi yang strategis ditengah kota, akses yang mudah dekat fasilitas umum baik sekolah, perkantoran maupun pasar. Kemudian dari segi harga, uang muka atau DP yang dipatok rendah, sehingga konsumen merasa diringankan. serta dalam mengurus berkas-berkas untuk mengajukan pembiayaan perbankan dipermudah dengan dibantu oleh tim pemasaran sehingga kualitas bangunan tidak terlalu diperhitungkan.

**Uji Hipotesis F**

Hasil dari uji F dapat dilihat pada tabel 9 sebagai berikut:

**Tabel 9 Hasil Uji F**

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	86.472	3	28.824	6.145	.001 <sup>b</sup>
	Residual	487.852	104	4.691		
	Total	574.324	107			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kualitas Bangunan, Lokasi, Harga

Sumber: Data Diolah SPSS20 (2023)

Dari analisis uji F diperoleh bahwa nilai  $F_{hitung} = 6,145$  lebih besar dibandingkan dengan  $F_{tabel} = 2,692$  dengan signifikansi 0,001. Maka hipotesis dari uji F ini adalah  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang berarti bahwa faktor harga, lokasi dan kualitas bangunan berpengaruh sangat nyata terhadap kepuasan konsumen perumahan pesona indah betung.

### Uji Koefisien Determinan ( $R^2$ )

Pengujian terhadap koefisien determinasi  $R^2$  dalam penelitian ini, pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Semakin mendekati nilai 1 atau 100% maka semakin besar pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent. Untuk mengetahui determinasi variabel yang teliti dapat dilihat pada tabel 10 sebagai berikut:

**Tabel 10 Hasil Uji Koefisien Determinan ( $R^2$ )**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.789 <sup>a</sup>	.622	.611	.402	1.989

a. Predictors: (Constant), Lag\_KualitasBangunan, Lag\_Lokasi, Lag\_Harga

b. Dependent Variable: Lag\_KepuasanPelanggan1

Sumber: Data Diolah SPSS20 (2023)

Berdasarkan tabel 10 diatas menunjukkan bahwa nilai korelasi antara Kepuasan konsumen dengan tiga variabel independent lainnya secara umum (R) sebesar 0,789.

Sedangkan nilai *Adjusted R Square* = 0,611 atau 61,1% yang berarti menunjukkan variabel harga, Lokasi dan kualitas bangunan terhadap kepuasan konsumen perumahan pesona indah betung tergolong katagori sedang yaitu sebesar 61,1%, sedangkan sisanya 38,9% kemungkinan besar dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

### KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terhadap para konsumen di perumahan pesona indah betung dapat disimpulkan bahwa variabel harga, lokasi dan kualitas bangunan dinyatakan valid dan reliabel. Pada uji asumsi klasik dimana uji normalitas data dinyatakan normal, uji multikolinearitas tidak terdapat pada model persamaan regresi, uji autokorelasi dapat dinyatakan bebas dari autokorelasi dan uji heterokedastitas dapat dinyatakan bahwa regresi linear berganda bebas dari heterokedastitas. Pada uji regresi linear berganda variabel harga dan lokasi berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan kualitas bangunan berpengaruh negatif terhadap kepuasan konsumen. Pada uji hipotesis t untuk variabel harga dan lokasi hasil yang didapat yaitu berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen, sedangkan kualitas bangunan hasil yang didapat yaitu tidak berpengaruh negatif terhadap kepuasan konsumen. Pada uji F variabel harga, lokasi dan kualitas bangunan berpengaruh sangat nyata terhadap kepuasan konsumen. Dapat dilihat dari penelitian bahwa variabel lokasi merupakan variabel yang mempunyai pengaruh yang paling dominan terhadap kepuasan konsumen pada Perumahan Pesona Indah Betung.

## DAFTAR PUSTAKA

- Baeningsih, R. 2022. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen dalam Membeli Rumah pada PT. Lombok Royal Properti (Studi Kasus Perumahan Adhyaksa Residence)*. Skripsi. Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram (Dipublikasikan).
- Fahrezal, E. 2017. *Pengaruh Harga, Lokasi, Promosi dan Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen dan Pengaruhnya pada terbentuknya Word of Mouth di Barbershoop Kota Semarang*. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
- Ghozali, I. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Haerunlina. 2020. *Faktor-Faktor Harga, Lokasi dan Kualitas Bangunan yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen dalam Membeli Rumah pada PT. Angrah Alam Properti (Studi Kasus Perumahan Muhajirin Asri)*. Skripsi. Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram (Dipublikasikan).
- Hidayah, N. 2019. *Pengaruh Harga, Fasilitas, Pelayanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan pada Rumah Makan di Kabupaten Bulukumba*. Skripsi. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar (Dipublikasikan).
- Iskandarsyah, N. M., & Utami, S. 2017. *Pengaruh Harga, Lokasi, dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen pada Perumahan Murah di Hadrah Property*. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 2(1), 129-141.
- Kotler, P., & Amstrong, G. 2012. *Prinsip Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & Amstrong. 2018. *Prinsip-Prinsip Marketing (7<sup>th</sup> Edition)*. Jakarta: Selamba Empat.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2009. *Manajemen Pemasaran (13<sup>th</sup> Edition)*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2017. *Manajemen Pemasaran (Edition Melenium)*. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan, D. 2008. *Regresi Linier*.
- Luthfi, A. 2017. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Rumah Subsidi di Kabupaten Jember. Laporan Akhir*. Universitas Jember (Dipublikasikan).
- Marwanto, A. 2015. *Marketing Sukses*, Yogyakarta: Kobis.
- Memah, D., Tumbel, A., & Van Rat, P. 2015. *Analisis Strategi Promosi, Harga, Lokasi, dan Fasilitas terhadap Keputusan Pembelian Rumah di Citraland Manado*. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akutansi*, 3(1): 1263-1273.
- Puspita, J. 2021. *Pengaruh Kondisi Fisik, Fasilitas, Lokasi, dan Harga Terhadap Kepuasan Pemilik Rumah di Perumahan Permata Indah Sukarame-Bandar Lampung*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis (JMB)*, 2(2). 1-10.
- Ramadhani, M. A. 2020. *Analisis Kepuasan Pelanggan terhadap Sarana, Prasarana dan Lokasi Perumahan Rembang Hill Residence*. Skripsi. Program Studi S1 Teknik Sipil Fakultas Teknik Univesitas Jember (Dipublikasikan).
- Sugianto, R & Ginting, S.O. 2020. *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Lokasi, Fasilitas dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Rumah pada Perumahan Medan Resort City*. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil: JWEM*, 10(1).

- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta CV.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian PKualitatif* Bandung: Alfabeta CV.
- Suharjo, B. 2013. *Statistika Terapan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tjiptono, F 2015. *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wisudaningsi, B. A., Arofah, A., & Belang, K. A. 2019. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen dengan Menggunakan Metode Analisis Regresi Linier Berganda*. *STATMAT (Jurnal Statistika dan Matematika)*, 1(1): 103-116.