

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **III.1 Sejarah Perusahaan**

Pada tanggal 18 Desember 1986 dengan Akta Pendirian Nomor 50, perusahaan perumahan didirikan dengan nama PT Indah Prakosa. Pada tanggal 13 Januari 1987 nama perusahaan diperbaharui menjadi PT Wahyu Multiprakosa dengan Akta Pendirian Nomor 81. PT Wahyu Multiprakosa adalah perusahaan pengembang dan kontraktor yang berpusat di Jl. Kol. Sunandar 67 Pati. Pendirian PT Wahyu Multiprakosa dilatarbelakangi oleh pengalaman pribadi pimpinan perusahaan, Bapak Soehari, BA yang berpengalaman dibidang developer perumahan.

Selain itu, pendirian perusahaan perumahan ini juga dilatarbelakangi oleh adanya himbauan dari pemerintah mengenai program pengadaan perumahan rakyat yang merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia disamping kebutuhan sandang dan pangan. Pimpinan PT Wahyu Multiprakosa juga melihat adanya peluang terhadap segmen pasar yang cukup tinggi akan permintaan perumahan serta adanya kesempatan untuk memperoleh peluang menerobos pangsa pasar.

Di dalam perkembangannya PT Wahyu Multiprakosa kemudian membuka cabang di beberapa kota yang salah satunya adalah di Semarang. Keinginan untuk membuka cabang di Semarang diantaranya dilatarbelakangi oleh beberapa hal, yaitu:

- Banyaknya konsumen yang membutuhkan perumahan.
- Sebagai pimpinan perusahaan mendukung hal itu sebagai asset bagi perkembangan perumahan.
- Situasi lahan yang cukup strategis dengan suasana lingkungan yang nyaman dan sejuk serta jauh dari polusi, juga tersedianya fasilitas umum yang akan menarik konsumen.
- Pengadaan lahan yang diperoleh dengan harga relatif rendah dalam arti memungkinkan untuk dipergunakan dalam perhitungan harga pokok.

Berdasarkan hal tersebut maka Bapak Soehari sebagai pimpinan PT Wahyu Multiprakosa membuka cabang di Semarang yang beralamat di Jalan Jati Raya C 22 Banyumanik Semarang yang diharapkan dapat memenuhi kebutuhan perumahan masyarakat Semarang.

### **III.2 Status dan Legalisasi Perusahaan**

PT Wahyu Multiprakosa merupakan perusahaan real estate dengan kantor pusat berada di JL. Kol. Sunandar 67 Pati. Sedangkan tempat tempat dimana praktikan melaksanakan kerja praktek adalah kantor cabang yang beralamat di Jl. Jati Raya C 22 Banyumanik Semarang. PT Wahyu Multiprakosa berdasarkan kegiatannya diklasifikasikan kedalam real estate bidang pengembangan (developer).

Beberapa persyaratan administrasi yang dimiliki PT Wahyu Multiprakosa yaitu:

- Akte Pendirian No. 81 tanggal 18 Desember 1986.

- Surat Ijin Usaha Perdagangan (SIUP) Nomor 147/11.05/PB/VII/1992.
- Surat Ijin Usaha Jasa Konstruksi (SIUJK) Nomor 1118.2.88.93.02073.A.
- Terdaftar pada Departemen Keuangan, Direktorat Jenderal Pajak, Kantor Pelayanan Pajak Semarang dengan Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) 1.245.713.1-507.
- Tanda Daftar Perusahaan Perseroan Terbatas Nomor 11051500029.
- Sertifikat Keanggotaan Pengusaha REI Nomor 02.00069.
- Sertifikat Badan Usaha Jasa Pelaksana Konstruksi (GAPENSI) Nomor 11-18-0051.
- Sertifikat Tanda Anggota KADIN Nomor 20325.000116.

### **III.3 Maksud dan Tujuan**

Maksud dan tujuan Perseroan Terbatas ini adalah:

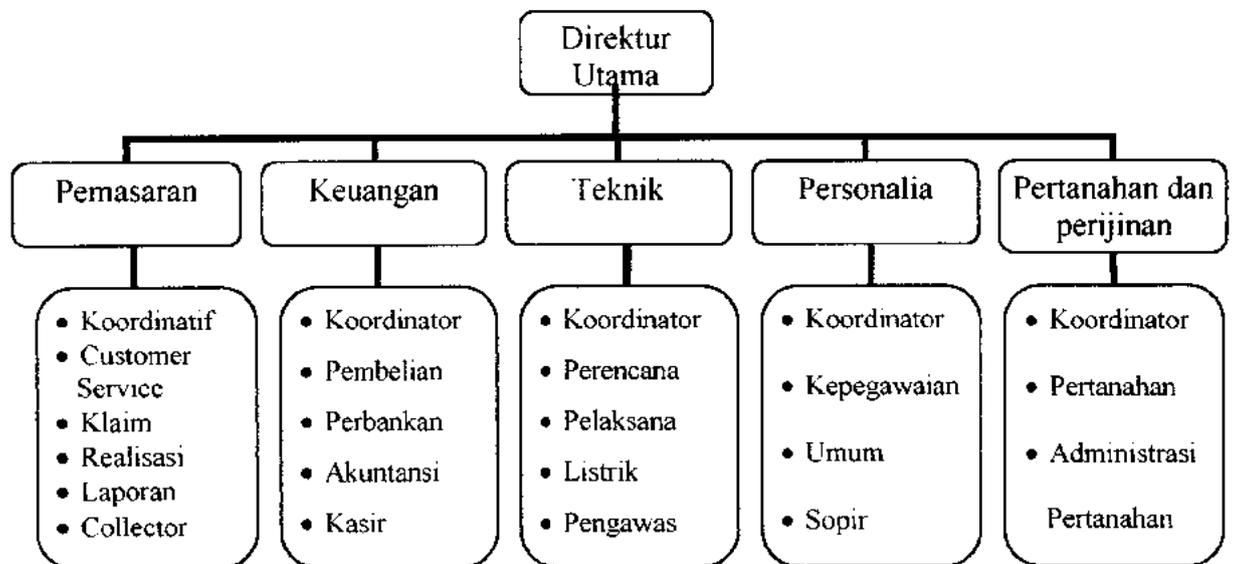
- a. Menjalankan, melaksanakan/merencanakan pemborongan bangunan-bangunan gedung/perumahan/real estate, jalan-jalan, jembatan-jembatan, irigasi dan lain sebagainya.
- b. Melakukan usaha-usaha pengulaan barang-barang dagangan, leveran air bahan bangunan, grosier, dealer, distributor, komisioner dan keagenan.
- c. Berdagang dalam arti kata yang seluas-luasnya, termasuk perdagangan interinsulair, baik atas tanggungan sendiri, maupun atas tanggungan orang lain, secara komisi tau tidak bersama orang lain.
- d. Mendirikan dan menjalankan perusahaan-perusahaan perindustrian, pertanian, perkebunan, perternakan, perikanan dan perbengkelan serta mengerjakan

segala sesuatu yang baik dengan langsung maupun tidak langsung sehubungan dengan itu.

- e. Import dan Eksport segala macam barang.
- f. Menjalankan Perusahaan pengangkutan umum, baik orang maupun barang-barang (expeditie).

### III.4 Struktur Organisasi

Stuktur Organisasi PT Wahyu Multiprakosa Cabang Semarang adalah sebagai berikut:



Tugas dan wewenang tertinggi dipegang oleh seorang direktur utama yang langsung membawahi lima bagian utama dalam struktur organisasi ini, dimana setiap bagian telah ditentukan devisa-devisa apa saja yang bertugas dan berwenang untuk menjalankan pekerjaan di tiap-tiap bidang utama tersebut.

Pembagian pekerjaan, tugas dan wewenang di dalam PT Wahyu

Multiprakosa adalah sebagai berikut:

a. Direktur utama

Tugas dan wewenangnya adalah:

- Mengawasi jalannya operasional perusahaan dari awal sampai akhir
- Mengarahkan staf-staf dibawahnya dalam melaksanakan tugasnya
- Mengeluarkan semua kebijaksanaan perusahaan
- Mengantisipasi tentang maju mundurnya perusahaan
- Merupakan pertimbangan tertinggi dalam setiap pengambilan keputusan

b. Pemasaran

Bagian pemasaran terdiri dari bagian-bagian:

1) Koordinator Pemasaran

Tugas dan wewenangnya adalah:

- Membantu mengarahkan sistem kerja di bagian pemasaran
- Membuat bagan organisasi dan job description pemasaran serta mengawasi jalannya pelaksanaan kerja bagian pemasaran
- Bertanggung jawab atas hasil kerja bagian pemasaran
- Membantu menyelesaikan klaim dari konsumen
- Bertindak sebagai customer service
- Pengajuan komisi penjualan perbulan

## 2) Customer Service

Tugas dan wewenangnya adalah:

- Menerima dan melayani tamu (konsumen)
- Harus menguasai kondisi lapangan, baik mutu bangunan maupun lokasi rumah kavling
- Koordinasi dengan bagian teknik mengenai spesifikasi bangunan. Hal ini berguna sebagai bahan masukan informasi ke calon konsumen
- Mencatat data-data dalam konsumen yang masuk untuk dijadikan prospek
- Merencanakan prospek dan menyusun jadwal representasi keluar
- Sebagai penghubung antara bagian teknik dan konsumen dalam menanggapi permasalahan konsumen untuk kemudian dicatat di buku permasalahan
- Bertindak sebagai operator telepon
- Menjadwalkan pembayaran uang muka konsumen
- Melaporkan setiap transaksi yang telah dibooking kepada pemimpin, bagian teknik, keuangan dan pertahanan
- Laporan dibuat setiap minggu, setiap hari senin
- Merencanakan dan menyusun jadwal wawancara dan realisasi
- Membuat laporan perkembangan pemasaran setiap akhir bulan
- Menangani pengadaan brosur dan *price list* untuk acara pameran maupun harian (stok kantor dan lapangan)

### 3) Klaim

Tugas dan wewenangnya adalah:

- Memonitor setiap pembangunan rumah/pengawasan mutu bangunan
- Menerima dan melayani klaim dari konsumen (melalui telepon, surat, kantor/lokasi)
- Mendampingi pihak konsultan (install utama) selama penilaian bangunan
- Koordinasi dengan bagian teknik masalah pengawasan bangunan
- Survei ke pengembang lain, dalam hal ini sebagai perbandingan perkembangan perumahan saat ini
- Memberikan instruksi kepada pelaksana lapangan untuk segera melakukan perbaikan
- Melakukan peninjauan lapangan untuk mengecek pekerjaan perbaikan
- Melaporkan kepada konsumen setelah klaim diperbaiki, kemudian melaporkan kepada bagian realisasi agar konsumen dapat segera membayar

### 4) Realisasi dan Collector

Tugas dan wewenangnya adalah:

- Menjadwalkan pengajuan wawancara dengan pihak Bank dan realisasi BTN
- Menyiapkan formulir untuk wawancara

- Menagih setiap kekurangan uang muka sesuai jadwal
- Membantu konsumen dalam hal kelengkapan data-data wawancara
- Mengadakan hubungan baik dengan kerjasama dengan instansi yang berhubungan dengan pemasaran yaitu Bank, Notaris, PLN, PDAM, Telkom serta penyelesaian masalah administrasi dengan instansi terkait, dibantu oleh bagian administrasi pemasaran untuk urusan surat menyurat
- Memonitor dana dan jaminan yang ditahan di Bank, dan hasilnya dilaporkan ke bagian perbankan
- Mengambil form-form yang diperlukan di BTN
- Menyerahkan form wawancara ke BTN
- Memberitahukan/menginformasikan rumah yang harus di LPA ke pihak konsultan dan bagian klaim/pengawasan
- Bekerjasama dengan bagian pertahanan untuk urusan Surat Tanah dan Gambar Situasi
- Menyiapkan kunci rumah yang telah selesai dibangun

##### 5) Administrasi Pemasaran

Tugas dan wewenangnya adalah:

- Mengurus administrasi pemasaran mulai dari surat pemasaran hingga akhir realisasi
- Membantu bagian realisasi untuk urusan surat menyurat dengan instansi terkait

- Bertindak sebagai Customer Service

c. Teknik

Bagian teknik terdiri atas bagian-bagian sebagai berikut:

1) Koordinator Teknik

Tugas dan wewenangnya adalah:

- Membuat perencanaan (time Schedule) pelaksanaan proyek fisik dan non fisik
- Pengawasan pekerjaan di lapangan (pengecekan) setiap saat
- Pengawasan sistematika kerja divisi tertentu
- Opname pekerjaan (quality control)
- Menyiapkan administrasi SPK
- Menata manajemen teknik administrasi dan kelancaran keuangan proyek
- Bertanggung jawab atas kelancaran pekerjaan di lapangan
- Membuat perencanaan pekerjaan fisik lapangan tiap bulannya
- Membuat laporan teknik tiap bulan (laporan kantor pusat)

2) Pelaksana

Tugas dan wewenangnya adalah:

- Terlaksananya pembangunan perumahan sesuai jadwal
- Bertanggungjawab atas kondisi pekerjaan di lapangan
- Membuat laporan harian pekerjaan sebagai lampiran berkas opname pekerjaan setiap minggunya

- Menghitung kebutuhan material (alat dan bahan) yang dibutuhkan untuk pekerjaan di lapangan
- Mengevaluasi bentuk dan kondisi bangunan agar sesuai standar
- Menjadi media komunikasi antara tukang, bas borong, logistic, keuangan dan coordinator teknik
- Membimbing pekerja/bas borong agar menghasilkan pekerjaan yang rapi, bagus dan efisien

### 3) Perencana dan Estimator

Tugas dan wewenangnya adalah:

- Membuat perencanaan siteplan, denah, tampak, potongan bangunan
- Membuat perhitungan RAB dan RAP untuk semua tipe rumah
- Membuat RAB dan RAP untuk pekerjaan (tambahan dari konsumen)
- Membuat perencanaan dan pendataan kondisi fisik proyek, termasuk pengukuran tanah
- Bertanggung jawab atas ketepatan ukuran kavling yang akan terbangun
- Membuat gambar kerja untuk pekerjaan sipil (saluran, jembatan, talud, dan lain-lain)

#### 4) Arsitek dan Lansekap

Tugas dan wewenangnya adalah:

- Membuat perencanaan proyek sarana dan prasarana (desain, sketsa dan detail)
- Pengadaan materi pameran, seperti maket, property, dan gambar
- Pemilihan material untuk peningkatan mutu (bekerjasama dengan logistik)
- Merencanakan rumah dengan desain khusus
- Menjabatani kemauan konsumen dengan standar perusahaan
- Memberikan pelayanan redesain kepada konsumen
- Bertindak sebagai quality control untuk finishing bangunan
- Merencanakan gambar detail proyek
- Bertanggung jawab atas pemeliharaan taman yang telah ada
- Bertanggung jawab atas perencanaan dan pengadaan taman untuk unit hunian (rumah) dan taman lingkungan
- Bertanggung jawab atas kebersihan lingkungan perumahan dan taman
- Membuat detail perancangan taman rumah tinggal
- Membuat detail perencanaan taman lingkungan

#### d. Pertanahan

Bagian pertanahan terdiri dari bagian-bagian:

##### 1) Pertanahan

Tugas dan wewenangnya adalah:

- Mencatat kekayaan/asset perusahaan
- Mengetahui batas tanah
- Merekap sertifikat yang telah jadi dan diserahkan ke BTN
- Pengadaan GS (gambar situasi) sesuai jadwal realisasi
- Mendatangkan petugas ukur
- Menyelesaikan sertifikat
- Mengetahui luas tanah yang terpakai setelah dikurangi fasilitas umum dan sisa tanah
- Menerbitkan pertanahan
- Menyelesaikan perselisihan batas tanah/kepemilikan tanah
- Mengurusi perjanjian jual beli tanah

## 2) Perijinan

Tugas dan wewenangnya adalah:

- Mengurusi perjanjian (IMB, lokasi dan perpanjangan sertifikat dan siteplan)
- Membuat proposal
- Menyiapkan perijinan lainnya

## 3) Administrasi Pertanahan

Tugas dan wewenangnya adalah:

- Membantu pertanahan dalam hal administrasi pertanahan seperti sertifikat, akte jual beli dan sebagainya
- Pembuatan laporan pertanahan
- Surat-menyurat yang berhubungan dengan pertanahan

e. Keuangan

Bagian keuangan terdiri atas bagian-bagian:

1) Pembelian/logistik

Tugas dan wewenangnya adalah:

- Mencari dan menerima penawaran dari masing-masing supplier kebutuhan bahan material
- Menerima order dari bagian Logistik
- Membeli barang-barang sesuai dengan order dari pihak logistic
- Mencatat harga dari toko, jenis barang, tanggal terima, barang yang telah diterima dari supplier
- Merekap pembelian per order per supplier
- Menerima dan mencocokkan material agar sesuai dengan kualitas dan kuantitas yang diinginkan
- Merencanakan jumlah barang dan jadwal kedatangan barang agar pekerjaan tidak terlambat
- Mencari dan menerima order dari bas borong
- Menerima barang-barang pembelian
- Koordinasi dengan bagian pembelian perihal jenis mutu barang
- Memasukkan rekapan dari masing-masing bas borong ke bagian keuangan setiap hari kamis
- Menjaga kebutuhan barang logistik kantor
- Membuat buku gudang/buku pengendalian

## 2) Perbankan

Tugas dan wewenangnya adalah:

- Mencatat dana yang ditahan pada setiap realisasi dari seksi realisasi dan melaporkannya setiap bulan
- Menagih piutang kepada perbankan tepat pada waktunya
- Control rekening (saldo) setiap hari dalam perusahaan
- Meminta Print-out RK ke Bank
- Mengisi kas di Bank
- Mengontrol tabungan dan angsuran ke Bank
- Mengontrol out standing kredit ke Bank

## 3) Kasir

Tugas dan wewenangnya adalah:

- Menerima pembayaran kas tunai dari konsumen
- Melakukan pembayaran setiap tagihan secara tunai yang telah disetujui bagian keuangan
- Melakukan penganggaran dan pembayaran kas
- Memasukkan uang setoran (kelebihan uang) ke Bank
- Melaporkan bukti Bank ke bagian perbankan
- Merekap transaksi harian dan melaporkannya ke bagian keuangan

## 4) Akuntansi

Tugas dan wewenangnya adalah:

- Administrasi semua bentuk laporan keuangan

- Mengkoordinasi bagian pembelian, kasir dan perbankan setiap hari
- Mengelompokkan transaksi sesuai sisdurnya
- Pelaporan tanggungjawab keuangan ( R/L, Neraca ) tiap akhir bulan
- Pelaporan administrasi transaksi per proyek.

### **III.5 Variabel Penelitian**

**Dalam hal ini Variabel Independen (variabel pengaruh) yang diyakini oleh konsumen untuk membeli rumah dikawasan real estate ini adalah atribut produk real estate itu sendiri, diantaranya adalah:**

- a. Harga adalah: sejumlah uang yang harus dikorbankan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya.
- b. Kualitas bangunan adalah: kemampuan dari aspek daya tahan dan nilai artistik bangunan.
- c. Tipe adalah: ukuran dari rumah yang menunjukkan besar atau kecilnya sebuah rumah.
- d. Lokasi adalah: letak rumah ditinjau dari segi geografis. Dimana letak rumah tersebut cukup strategis, nyaman dan memberikan kemudahan untuk melakukan kegiatan atau aktivitas mereka, misalnya: lokasi tersebut dekat dengan pusat perbelanjaan dan pertokoan, dekat dengan fasilitas umum, seperti: tempat ibadah, kantor polisi, telepon umum, pasar, restoran dan lainnya.

- e. Fasilitas adalah: sarana dan prasarana pelengkap yang dapat memberikan kemudahan melakukan sesuatu apabila tinggal di rumah tersebut. Misalnya: untuk kegiatan olah raga, disediakan lapangan tennis, basket dan bulu tangkis. Disamping itu juga disediakan fasilitas lain seperti: taman, jogging track, listrik, air, jalan paving, telepon dan tempat ibadah.
- f. Layanan adalah: suatu sikap atau kegiatan yang dilakukan oleh pihak P4A dalam melayani konsumennya untuk pemenuhan kepuasan konsumen dengan selalu melakukan peningkatan kualitas dan produktifitas.

**Dan Variabel Dependen (variabel terpengaruh) dalam hal ini adalah:** kepuasan, yaitu respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian (disconfirmation) yang dirasakan antara harapan sebelumnya dengan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.

### **III.6 Instrumen atau Alat Pengumpul Data**

Adapun metode pemberian skor atas kuesioner menggunakan skala Likert dengan skor tertinggi 5 dan skor terendah 1 (Sugiyono, 1998, hal. 75) dan uji validitas dan realibilitas atas kuesioner.

### **III.7 Metode Pengumpulan Data**

#### **1) Data primer**

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subyeknya, diamati dan dicatat untuk pertama kalinya. Dalam penelitian ini data primer diperoleh dengan cara:

## 1. Interview (wawancara)

Interview atau wawancara merupakan cara pengumpulan data dengan jalan tanya jawab sepihak yang dikerjakan secara sistematis dan berdasarkan kepada tujuan penelitian (Marzuki, 1986, hal. 62). Interview dilakukan terhadap pimpinan “Wahyu Miltiprakosa” serta pihak-pihak yang bersedia membantu dalam proses pengumpulan data.

## 2. Questionnaire (angket)

Dalam buku tersebut diatas (Marzuki, 1986. hal.62) juga menjelaskan bahwa questionnaire merupakan daftar pertanyaan yang diberikan atau dikirim kepada orang yang diminta keterangan tentang dirinya (bagaimana keadaannya, pendapatnya dan keyakinannya).

Questionnaire atau angket ini ditujukan kepada potensial consumer sebagai responden dengan memberikan pertanyaan tertulis untuk memperoleh keterangan tentang fakta, pendapat dan persepsi diri yang berguna bagi proses riset yang dilakukan.

Data yang dapat diperoleh melalui metode questionnaire adalah:

- a. Data demografis responden, seperti: umur, jenis kelamin, penghasilan, pekerjaan dan pendidikan.
- b. Data perilaku, seperti persepsi terhadap produk.

## 2) Data sekunder

Data sekunder adalah data yang bukan diusahakan sendiri oleh peneliti. Data yang diperoleh tidak secara langsung dari obyek penelitian tetapi dari pihak lain yang mempunyai informasi data yang diperlukan atau literatur

yang berhubungan dengan obyek penelitian, misalnya dari majalah-majalah, keterangan-keterangan dan publikasi lainnya.

Pada penelitian ini data sekunder diperoleh dari:

1. Dokumentasi

Yaitu, cara mendapatkan data dengan membaca naskah kearsipan yang telah tersedia, antara lain: data penjualan dan sejarah perkembangan PT. Wahyu Multiprakosa, Semarang.

2. Library research (studi kepustakaan)

Dalam hal ini peneliti menggali teori-teori yang telah berkembang dalam bidang ilmu yang berhubungan dengan obyek penelitian, mencari metode-metode serta teknik penelitian baik dalam mengumpulkan data maupun dalam menganalisis data yang telah pernah oleh peneliti terdahulu, memperoleh orientasi yang lebih luas dalam permasalahan yang dipilih, serta menghindari duplikasi-duplikasi yang tidak diinginkan (Nazir, 1998, hal.11).

### **III.8 Populasi**

Populasi adalah kesatuan individu atau subyek pada wilayah dan waktu tertentu yang akan diteliti. Adapun sifat populasi subyek penelitian ini adalah infinitive, artinya jumlah anggota populasi tidak diketahui dengan pasti. Populasi yang di maksud adalah masyarakat yang tinggal di kompleks real estate Perumahan Puri Pudak Payung Asri (P4A), Semarang.

### III.9 Sampel

Sampel adalah bagian populasi yang dijadikan obyek penelitian sebagai wakil dari seluruh anggota populasi, yang diharapkan dapat mempresentasikan populasi. Dalam penelitian ini diambil sampel yang ditarik dengan cara quota sampling, yaitu jumlah subyek yang diselidiki ditetapkan lebih dahulu. Dalam penelitian ini ditetapkan jumlah sampel yang diambil 100 orang dan diharapkan jumlah ini dapat mewakili seluruh populasi. Karena didalam sebuah penelitian jumlah subyek akan diteliti paling sedikit 30.

Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah *simple random sampling* dan *convenience random sampling*. Yang dimaksud dengan *simple random sampling* adalah setiap anggota dari populasi dimasukkan sebagai sampel. Teknik ini dapat dilakukan dengan cara undian atau menggunakan tabel *random sampling* (Soeratio dan Linclin Arsyad, 1993, hal. 110).

Digunakan perhitungan statistik untuk populasi tidak diketahui, yaitu:

$$n = \left( \frac{z \cdot \delta}{E} \right)^2$$
$$n = \left| \frac{1,96 \times 0,50}{0,1} \right|^2$$

Keterangan:

$n = 96,04 \approx 100$  ( jumlah sampel dibulatkan keatas, guna memudahkan dalam pengolahan data)

$\delta = 0,5, \quad Z \frac{\alpha}{2} = 0,025 = 1,96$

$E = 0,1$  Dalam penelitian ini  $Z \frac{\alpha}{2}$  dalam daftar tabel bernilai 1,96

$E$  = Besarnya error yang dapat diterima dalam penelitian ini adalah 0,1

$\delta$  = Deviasi standar populasi dalam penelitian ini 0,5

### **III.10 Uji Validitas dan Reliabilitas**

#### ***III.10.1 Uji Validitas***

Validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Suatu tes atau instrument pengukur dapat dikatakan mempunyai validitas yang tinggi apabila alat tersebut menjalankan fungsi ukurnya, atau memberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran tersebut. Tes yang menghasilkan data yang tidak relevan dengan tujuan pengukuran dinyatakan sebagai tes yang memiliki validitas rendah (Saifuddin Azwar, 2000, hal. 5)

Untuk pengujian validitas insrtumen meliputi pengujian validitas empirik dengan validitas butir dan pengujian validitas isi dengan validitas logis. Untuk pengujian validitas empirik menggunakan analisis butir yaitu dengan cara mengkorelasi setiap butir dengan skor totalnya. Sehingga dapat diperoleh indeks validitas tiap butir ( $r$ ). Untuk validitas logik disebut juga sebagai validitas *sampling (sampling validity)*. Validitas tipe ini menunjukkan sejauhmana isi tes merupakan representasi dari ciri-ciri atribut yang hendak diukur. Untuk memperoleh validitas logik yang tinggi suatu tes harus dirancang sedemikian rupa sehingga benar-benar hanya berisi item yang relevan dan perlu menjadi bagian tes secara keseluruhan (Saefuddin Azwar, 2000, hal. 47). Untuk menguji validitas disini menggunakan korelasi Pearson Moment dengan rumus:

$$r = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n\sum x^2 - (\sum x)^2\}\{n\sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Dimana:

- r = koefisien korelasi
- n = jumlah responden
- $\sum x$  = jumlah skor butir (x)/item pertanyaan
- $\sum y$  = jumlah skor variabel (y)/item pertanyaan
- $\sum x^2$  = jumlah skor butir (x) kuadrat
- $(\sum x)^2$  = kuadrat jumlah skor butir (x)
- $\sum y^2$  = jumlah skor variabel (y) kuadrat
- $(\sum y)^2$  = kuadrat jumlah skor variabel (y)
- $\sum xy$  = jumlah perkalian skor butir (x) dan skor butir (y)

Dalam estimasi validitas pada umumnya tidak dapat dituntut suatu koefisien yang tinggi sekali sebagaimana halnya dalam interpretasi koefisien reliabilitas. Koefisien validitas yang tidak begitu tinggi, katakanlah berada di sekitar angka 0,50; akan lebih dapat diterima dan dianggap memuaskan daripada koefisien reliabilitas dengan angka yang sama. Namun apabila koefisien validitas itu kurang dari 0,30 maka dianggap tidak memuaskan atau tidak valid (Saifuddin Azwar, 2000, hal 158).

Untuk mengetahui valid atau tidaknya kuisisioner yang diajukan, penelitian ini telah diujikan kepada 30 responden yang merupakan konsumen Perumahan Puri Pudak Payung Asri (P4A) yang akan diteliti. Penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS versi 10.

**Tabel 3.1**  
**Uji Validitas**

Butir	Koefisien Korelasi	Nilai	Keterangan
<b>Harga</b>			
X1.1	0,842	>0,3	Valid
X1.2	0,721	>0,3	Valid
X1.3	0,825	>0,3	Valid
<b>Kualitas</b>			
X2.1	0,835	>0,3	Valid
X2.2	0,899	>0,3	Valid
X2.3	0,785	>0,3	Valid
<b>Tipe Rumah</b>			
X3.1	0,724	>0,3	Valid
X3.2	0,795	>0,3	Valid
X3.3	0,798	>0,3	Valid
<b>Lokasi</b>			
X4.1	0,798	>0,3	Valid
X4.2	0,827	>0,3	Valid
X4.3	0,761	>0,3	Valid
<b>Fasilitas</b>			
X5.1	0,850	>0,3	Valid
X5.2	0,878	>0,3	Valid
X5.3	0,832	>0,3	Valid
<b>Pelayanan</b>			
X6.1	0,774	>0,3	Valid
X6.2	0,830	>0,3	Valid
X6.3	0,867	>0,3	Valid
X6.4	0,774	>0,3	Valid
X6.5	0,733	>0,3	Valid
<b>Kepuasan</b>			
Y1.1	0,822	>0,3	Valid
Y2.2	0,708	>0,3	Valid
Y3.3	0,755	>0,3	Valid
Y4.4	0,829	>0,3	Valid
Y5.5	0,742	>0,3	Valid
Y5.6	0,640	>0,3	Valid

Berdasarkan tabel diatas seluruh butir pertanyaan diatas menunjukkan bahwa koefisien korelasi lebih besar dari 0,3 maka seluruh pernyataan dari kuisisioner dapat dinyatakan valid.

### **III.10.2 Uji Reliabilitas**

Ide pokok yang terkandung dalam konsep reliabilitas adalah sejauhmana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Hasil pengukuran dapat dipercaya hanya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subyek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama, selama aspek yang diukur dalam diri subyek memang belum berubah ( Saifuddin Azwar, 2000, hal. 4).

Ada beberapa teknik yang digunakan untuk menguji reliabilitas instrumen antara lain dengan alpha. Dalam penelitian ini reliabilitas instrumen diuji dengan menggunakan koefisien alpha dari Cronbach ( $\alpha$ ) karena skor butir instrumen tidak dikotomi (skornya bukan 1 dan 0). Rumus yang digunakan adalah:

$$\alpha = \frac{k\bar{r}}{1 + (k-1)\bar{r}}$$

Dimana:

$\bar{r}$  = rata-rata korelasi antar item

k = banyaknya butir pertanyaan

Dari perhitungan yang telah dilakukan dengan bantuan program SPSS versi 10.0 maka dihasilkan koefisien reliabilitas yang menunjukkan angka-angka seperti pada tabel dibawah ini:

**Tabel 3.2**  
**Uji Reliabilitas**

Butir	Koefisien reliabilitas	R tabel	Keterangan
X1	0,7060	>0,30606	Reliabel
X2	0,7860	>0,30606	Reliabel
X3	0,6335	>0,30606	Reliabel
X4	0,6999	>0,30606	Reliabel
X5	0,8093	>0,30606	Reliabel
X6	0,8529	>0,30606	Reliabel
Y	0,8463	>0,30606	Reliabel

Sumber : terlampir

Berdasarkan keterangan tabel diatas seluruh butir pernyataan menunjukkan bahwa koefisien reliabilitas lebih besar dari 0,30606 (R tabel) sehingga seluruh butir pernyataan dapat dinyatakan reliabel.

### III.11 Metode Analisis Data

#### III.11.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif yaitu analisis dengan merinci dan menjelaskan secara panjang lebar keterkaitan data penelitian dalam bentuk kalimat. Data biasanya tercantum dalam bentuk tabel dan analisis didasarkan pada data di tabel tersebut. Untuk perhitungan digunakan metode prosentase:

$$\frac{\text{Jumlah kriteria tertentu}}{\text{Jumlah keseluruhan}} \times 100\%$$

### **III.11.2 Analisis Statistika**

Analisis statistika adalah analisis yang dilakukan dengan menggunakan teknik statistika, dimana pengumpulan, pengolahan, penyajian dan penghasilan data berupa angka-angka.

Adapun metode analisis yang diterapkan adalah sebagai berikut:

#### **1. Analisis Regresi dan Korelasi.**

Analisis ini digunakan untuk mengetahui adanya pengaruh antar variabel baik itu variabel independen yaitu, harga, kualitas, tipe rumah, lokasi, fasilitas dan layanan maupun variabel dependen yaitu kepuasan. Yang secara matematis dapat ditulis dengan persamaan:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6$$

Dimana :

Y = Subyek dalam variabel terikat yang diprediksikan (kepuasan konsumen).

a = Harapan konstan (harga Y bila X = 0)

$b_{1-6}$  = Angka arah atau koefisien regresi yang menunjukkan angka peningkatan atau penurunan variabel terikat yang didasarkan pada variabel bebas.

X1 = Harga

X2 = Kualitas Bangunan

X3 = Tipe rumah

X4 = Lokasi

X5 = Fasilitas

X6 = Pelayanan

Untuk memperoleh nilai koefisien korelasi dapat digunakan persamaan normal sub (Sugiyono, 1998, hal. 148).

$$r_{xy} = \frac{n\sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{\{n\sum X_i^2 - (\sum X_i)^2\} \{n\sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2\}}}$$

Dimana :

r = Nilai koefisien korelasi

Y= Variabel dependen

X= Variabel independen

## 2. Pengujian Statistik

Alat pengujian yang digunakan adalah uji F dan uji T (Djarwanto dan Subagyo, 1993).

- **Uji F**

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan atau tidak antara variabel independen (X) secara keseluruhan atau bersama-sama terhadap variabel dependen (Y) dalam hubungannya untuk mengetahui tanggapan konsumen terhadap atribut produk Perumahan Puri Pudak Payung Asri (P4A) secara keseluruhan.

Langkah-langkah pengujian ini adalah:

a. Membuat Formulasi Hipotesis

$$H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = b_4 = b_5 = b_6 = 0$$

Tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel-variabel independen (X) secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Y).

$$H_a : b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq b_4 \neq b_5 \neq b_6 = 0$$

Ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen (X) secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Y).

- b. Menentukan Taraf Signifikansi sebesar 5%
- c. Menentukan F-hitung dengan rumus :

$$F_h = \frac{KRR}{KRS}$$

Atau:

$$F_h = \left[ \frac{b_1 \Sigma yx_1 + \dots + b_k \Sigma yx_k}{k} \right] : \left[ \Sigma y^2 - \left( \frac{b_1 \Sigma yx_1 + \dots + b_k \Sigma yx_k}{n-k-1} \right) \right]$$

Dengan:

F<sub>h</sub> – Hasil Uji F

KRR = Kuadrat Rerata Regresi

KRS = Kuadrat Rerata Simpangan

k = Banyaknya variabel X

n-k-1 = Derajat kebebasan simpangan

d. Menguji Hipotesis

- Jika signifikansi < 0,05 ; maka H<sub>a</sub> diterima dan H<sub>o</sub> ditolak

- Jika signifikansi > 0,05 ; maka H<sub>a</sub> ditolak dan H<sub>o</sub> diterima

Atau:

- Jika F-hitung < F-tabel, maka H<sub>a</sub> ditolak dan H<sub>o</sub> diterima

- Jika F-hitung > F-tabel, maka H<sub>a</sub> diterima dan H<sub>o</sub> ditolak

- Uji T

Dengan menggunakan program SPSS versi 10.0 Uji Parsial / Uji T ini dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) secara parsial.

Langkah-langkah pengujian hipotesis adalah sebagai berikut:

a. Membuat Formulasi Hipotesis

Ho :  $b_1 = 0$  ( hipotesis nihil )

Artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y).

Ha :  $b_1 \neq 0$  ( hipotesis alternatif )

Artinya ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y).

b. Menentukan taraf signifikansi sebesar 5%.

c. Menghitung nilai T statistik dengan rumus:

$$t_{th} = \frac{b_1}{S_{b_1}}$$

Dimana :

$t_{th}$  = nilai uji T

$b_1$  = koefisien regresi

$S_{b_1}$  = Standart error of regresion

d. Menguji Hipotesis

- Jika signifikansi  $< 0,05$  ; maka Ha diterima dan Ho ditolak.
- Jika signifikansi  $> 0,05$  ; maka Ha ditolak dan Ho diterima.

Atau:

- Jika  $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$  , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.
- Jika  $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ , maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak.

## **BAB IV**

### **ANALISIS DATA**

Pada bab ini akan dilakukan analisis mengenai pengaruh dari variabel-variabel independen yaitu: harga, kualitas, tipe rumah, lokasi, fasilitas dan pelayanan terhadap variabel dependen, yaitu kepuasan. Adapun analisis yang digunakan adalah analisis regresi dan korelasi yang disertai dengan pengujian hipotesis.

Dalam melakukan analisis ini, data-data diperoleh dari jawaban atas kuesioner yang disebarkan kepada responden yang merupakan konsumen Perumahan Puri Pudak Payung Asri (P4A), Semarang dengan jumlah 100 orang. Setiap jenis jawaban diberi bobot nilai dengan menggunakan Skala Likert dengan kriteria sebagai berikut:

<b>Kriteria</b>	<b>Skor</b>
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Ragu-ragu (RR)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Namun sebelum dilakukan analisis terhadap data yang diperoleh, perlu diuraikan mengenai karakteristik konsumen berdasarkan jenis kelamin, penghasilan perbulan dan pekerjaannya.

## IV.1 ANALISIS DESKRIPTIF

Analisis ini merupakan suatu analisis yang memberikan gambaran obyek penelitian yang diformulasikan dalam bentuk tabel yang kemudian dipergunakan untuk menarik kesimpulan yang tepat dan akurat. Melalui analisis ini jawaban-jawaban yang diberikan oleh responden sebagai tanggapan terhadap atribut produk dan pelayanan ditabulasikan dan dihitung prosentasenya.

### IV.1.1 Karakteristik Responden

Analisis terhadap karakteristik responden dilakukan untuk mengetahui pasar sasaran atau siapa saja yang menjadi konsumen pada Perumahan Puri Pudak Payung Asri (P4A), Semarang.

Adapun karakteristik responden yang diteliti meliputi:

#### a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah (orang)	Jumlah (prosentase)
Laki-laki	74	74 %
Perempuan	26	26 %
Total	100	100%

Sumber: data primer

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden dalam pembelian rumah di real estate P4A adalah berjenis kelamin laki-laki, yaitu sebesar 74 orang atau 74% dan untuk jenis kelamin perempuan sebesar 26 orang atau 26%. Data ini juga menunjukkan bahwa laki-laki adalah pengambil keputusan terbesar dalam penentuan pembelian sebuah rumah di kawasan

Perumahan Puri Pudak Payung Asri (P4A), Semarang. Hal ini ditunjukkan dengan jumlah mayoritas laki-laki yaitu sebesar 74 orang atau 74% dari 100 responden yang diteliti.

**b. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan**

Berdasarkan tingkat pendapatan konsumen, jumlah responden dapat dikelompokkan menjadi 4 kategori yang dijelaskan dalam tabel 4.2 dibawah ini.

Tabel 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

<b>Pendapatan (perbulan)</b>	<b>Jumlah (orang)</b>	<b>Jumlah (prosentase)</b>
Rp 1.000.000,00 – Rp 2.000.000,00	10	10%
Rp 2.000.000,00 – Rp 3.000.000,00	12	12%
Rp 3.000.000,00 – Rp 4.000.000,00	43	43%
Diatas Rp 4.000.000,00	35	35%
Total	100	100%

Sumber: data primer

Berdasarkan tabel 4.2 diatas menunjukkan bahwa karakteristik responden berdasarkan pendapatan perbulan, terbesar adalah konsumen yang berpendapatan Rp 3.000.000,00 – Rp 4.000.000,00 yaitu sebesar 43%, yang kedua adalah konsumen yang berpendapatan diatas Rp 4.000.000,00 yaitu sebesar 35%, untuk pendapatan Rp 2.000.000,00 – Rp 3.000.000,00 sebesar 12%, dan untuk pendapatan Rp 1.000.000,00 – Rp 2.000.000,00 perbulan sebesar 10%.

Berdasarkan data pada tabel 4.2 tersebut diatas dapat dikatakan bahwa kelompok responden berpenghasilan Rp 3.000.000,00 – Rp 4.000.000,00 perbulan merupakan kelompok pembeli (pengguna) real estate P4A terbanyak.

Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata pembelinya adalah kelompok yang berpenghasilan menengah keatas.

**c. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pekerjaan**

Untuk mengetahui proporsi konsumen menurut jenis pekerjaannya dapat dilihat pada tabel 4.3 berikut:

Tabel 4.3  
Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pekerjaan

<b>Pekerjaan</b>	<b>Jumlah (orang)</b>	<b>Jumlah (prosentase)</b>
Pegawai negeri	14	14%
Pegawai swasta	24	24%
Wiraswasta	27	27%
Pengusaha	20	20%
ABRI/TNI	4	4%
Pedagang	11	11%
Total	100	100%

Sumber: data primer

Pada tabel 4.3 diatas menunjukkan bahwa karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dalam pembelian rumah di real estate P4A adalah pegawai negeri sebesar 14%, pegawai swasta sebesar 24%, wiraswasta sebesar 27%, pengusaha sebesar 20%, ABRI/TNI sebesar 4%, dan pedagang sebesar 11%.

Berdasarkan tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa pembeli/pengguna real estate P4A terbanyak adalah wiraswasta, hal ini dikarenakan pendapatan mereka yang termasuk menengah keatas dan didukung oleh sifat konsumerisme yang cukup tinggi pula.

#### IV.1.2 Penilaian Responden Terhadap Masing-masing Variabel Independen

##### a. Penilaian Responden Terhadap Variabel Harga (X1)

Tabel 4.4

Tanggapan Responden Terhadap Variabel Harga

Tanggapan	Indikator Harga		
	Harga terjangkau	Harga bersaing	Sistem kredit
SS	20	35	51
S	73	64	45
RR	4	1	4
TS	0	0	0
STS	0	0	0
$\Sigma$ Responden	100	100	100
Prosentase	100%	100%	100%

Berdasarkan tabel 4.4 maka dapat diketahui bahwa mayoritas responden memilih setuju untuk pertanyaan harga terjangkau dan harga bersaing yaitu sebanyak 73 orang atau 73% dan 64 orang atau 64%. Untuk pertanyaan sistem kredit mayoritas responden memilih sangat setuju sebesar 51 orang atau 51%. Sedangkan yang menjawab sangat setuju untuk pertanyaan harga terjangkau dan harga bersaing masing-masing sebesar 20 orang atau 20% dan 35 orang atau 35%.

Dan yang menjawab ragu-ragu sebesar 4 orang atau 4% untuk harga terjangkau, 1 orang atau 1% untuk pertanyaan harga bersaing dan untuk pertanyaan sistem kredit sebesar 4 orang atau 4%. Dan dari 100 responden yang ada, tidak ada satupun yang memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Dari data diatas maka kita dapat mengetahui bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap variabel harga (X1) yang telah ditetapkan oleh

perusahaan real estate Puri Pudak Payung Asri (P4A) dengan melihat skor rata-rata pada masing-masing item pertanyaan.

Tabel 4.5

**Tingkat Kepuasan Responden Terhadap Variabel Harga**

Tanggapan	Jumlah Skor		
	Harga terjangkau	Harga bersaing	Sistem kredit
<b>SS</b>	100	175	255
<b>S</b>	292	256	180
<b>RR</b>	12	3	12
<b>TS</b>	0	0	0
<b>STS</b>	0	0	0
<b>∑ Skor</b>	404	434	447
<b>Skor Rata2</b>	<b>4,04</b>	<b>4,34</b>	<b>4,47</b>

Berdasarkan tabel 4.5 maka dapat diketahui bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap variabel harga (X1) untuk masing-masing item pertanyaan. Untuk item pertanyaan harga terjangkau tingkat kepuasan konsumen mencapai 4,04 hal ini menunjukkan bahwa variabel harga telah dapat memenuhi harapan konsumen sehingga kepuasan konsumen dapat tercapai. Begitu juga dengan item pertanyaan harga bersaing, tingkat kepuasan konsumen mencapai 4,34 dan untuk item pertanyaan sistem kredit kepuasan konsumen juga mencapai 4,47. Hal ini tentunya merupakan indikasi yang sangat baik untuk pihak perusahaan maupun bagi para konsumen, karena secara keseluruhan tingkat rata-rata kepuasan konsumen untuk ketiga item pertanyaan diatas adalah sebesar 4,28.

## b. Penilaian Konsumen Terhadap Variabel Kualitas (X2)

Tabel 4.6

Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas

Tanggapan	Indikator Kualitas		
	Nilai estetik	Kualitas arsitektur	Kualitas fisik
SS	33	35	44
S	58	53	50
RR	7	6	5
TS	2	6	1
STS	0	0	0
$\Sigma$ Responden	100	100	100
Prosentase	100%	100%	100%

Berdasarkan tabel 4.6 dapat diketahui tanggapan responden terhadap variabel kualitas yaitu rata-rata responden memilih setuju untuk pertanyaan nilai estetik yaitu sebesar 58 orang atau 58%, 53 orang atau 53% untuk pertanyaan kualitas arsitektur, 50 orang atau 50% untuk kualitas fisik. Responden yang menjawab sangat setuju untuk pertanyaan nilai estetik sebesar 33 orang atau 33%, kualitas arsitektur sebesar 35 orang atau 35%, dan kualitas fisik sebesar 44 orang atau 44%.

Untuk responden yang menjawab ragu-ragu berdasarkan urutan pertanyaan masing-masing sebesar, 7 orang atau 7% untuk pertanyaan satu, 6 orang atau 6 % untuk pertanyaan dua, dan 5 orang atau 5% untuk pertanyaan tiga. Dan yang menjawab tidak setuju atas pertanyaan nilai estetik sebanyak 2 orang atau 2% dan 6 orang atau 6% untuk pertanyaan kualitas arsitektur, dan 1 orang atau 1% untuk kualitas fisik. Serta tidak ada responden yang memilih sangat tidak setuju untuk masing-masing pertanyaan.

Berdasarkan data tanggapan responden terhadap variabel kualitas diatas maka dapat diketahui pula bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap

variabel kualitas (X2) tersebut dengan melihat skor rata-rata pada masing-masing item pertanyaan.

Tabel 4.7

**Tingkat Kepuasan Responden Terhadap Variabel Kualitas**

Tanggapan	Jumlah Skor		
	Nilai estetik	Kualitas arsitektur	Kualitas fisik
<b>SS</b>	165	175	220
<b>S</b>	232	212	200
<b>RR</b>	21	18	15
<b>TS</b>	4	12	2
<b>STS</b>	0	0	0
<b>∑Skor</b>	422	417	437
<b>Skor Rata2</b>	<b>4,22</b>	<b>4,17</b>	<b>4,37</b>

Dari tabel 4.7 maka dapat diketahui tingkat kepuasan konsumen terhadap variabel kualitas (X2), yaitu dengan melihat pada skor rata-rata pada tiap-tiap item pertanyaan. Untuk pertanyaan pertama tingkat kepuasan konsumen mencapai 4,22 hal ini menunjukkan bahwa kualitas bangunan yang memiliki nilai estetik yang tinggi telah dapat memberikan kepuasan tersendiri bagi konsumen. Untuk item pertanyaan ke dua dan ketiga tingkat kepuasan konsumen mencapai 4,17 dan 4,37 hal ini juga telah membuktikan bahwa konsumen merasa puas dengan kualitas bangunan yang memiliki seni arsitektur yang khas dan kualitas fisik bangunan yang kuat dan kokoh.

Dan untuk tingkat kepuasan konsumen secara keseluruhan dari tiga item pertanyaan untuk variabel kualitas (X3) diatas adalah sebesar 4,25. Hal ini menunjukkan tingkat kepuasan yang begitu baik yang telah dicapai para konsumen.

**c. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Tipe Rumah (X3)**

Tabel 4.8

Tanggapan Responden Terhadap Variabel Tipe Rumah

Tanggapan	Indikator Tipe Rumah		
	Tipe Bervariasi	Status Sosial	Sesuai Keinginan
<b>SS</b>	30	40	51
<b>S</b>	64	51	40
<b>RR</b>	6	6	4
<b>TS</b>	0	3	5
<b>STS</b>	0	0	0
<b>∑ Responden</b>	100	100	100
<b>Prosentase</b>	100%	100%	100%

Dari tabel 4.8 diketahui jumlah responden yang memilih sangat setuju untuk tipe bervariasi sebesar 30 orang atau 30%, 40 orang atau 40% untuk status sosial, dan 51 orang atau 51% yang memilih sesuai keinginan. Dan responden yang memilih setuju untuk tipe bervariasi sebesar 64 orang atau 64%, 51 orang atau 51% untuk status sosial, 40 orang atau 40% yang memilih sesuai keinginan. Dan responden yang memilih ragu-ragu untuk masing-masing pertanyaan adalah 6 orang atau 6% untuk pertanyaan satu, 6 orang atau 6% untuk pertanyaan dua, dan 4 orang atau 4% untuk pertanyaan tiga.

Sedangkan responden yang memilih tidak setuju untuk status sosial sebesar 4 orang atau 4% dan 5 orang atau 5% untuk pertanyaan ketiga. Dan dari 100 responden tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju untuk tiga pertanyaan diatas.

Dari data diatas maka dapat diketahui bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap variabel tipe rumah (X3) yang telah ditetapkan oleh perusahaan real estate Perumahan Puri Pudak Payung Asri (P4A) dengan melihat skor rata-rata pada masing-masing item pertanyaan.

Tabel 4.9  
Tingkat Kepuasan Responden Terhadap Variabel Tipe Rumah

Tanggapan	Jumlah Skor		
	Tipe Bervariasi	Status Sosial	Sesuai Keinginan
<b>SS</b>	150	200	255
<b>S</b>	256	204	160
<b>RR</b>	18	18	12
<b>TS</b>	0	6	10
<b>STS</b>	0	0	0
<b>∑Skor</b>	424	428	437
<b>Skor Rata2</b>	4,24	4,28	4,37

Berdasarkan data pada tabel 4.9 dapat diketahui bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap tipe rumah yang ditawarkan oleh pihak P4A. Adapun tingkat kepuasan konsumen berdasarkan urutan item pertanyaan diatas adalah sebesar 4,24 untuk tipe bervariasi, 4,28 untuk status sosial dan 4,37 untuk tipe rumah yang sesuai dengan keinginan.

Jadi, dapat diketahui bahwa rata-rata konsumen yang menghuni perumahan P4A merasa puas dengan variabel tipe rumah (X3) yang telah ditawarkan oleh pihak real estate Perumahan Puri Pudak Payung Asri (P4A), Semarang. Hal ini diperkuat dengan tingkat kepuasan secara keseluruhan atas variabel tipe rumah yaitu sebesar 4,30.

#### d. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Lokasi (X4)

Tabel 5.0  
Tanggapan Responden Terhadap Variabel Lokasi

Tanggapan	Indikator Lokasi		
	Nyaman dan Sejuk	Daerah Strategis	Aman dari bencana
<b>SS</b>	22	24	40
<b>S</b>	71	63	55
<b>RR</b>	7	11	5
<b>TS</b>	0	2	0
<b>STS</b>	0	0	0
<b>∑ Responden</b>	100	100	100
<b>Prosentase</b>	100%	100%	100%

Untuk variabel lokasi, mayoritas responden memilih setuju atas tiap-tiap pertanyaan. 71 orang atau 71% untuk pertanyaan nyaman dan sejuk, 63 orang atau 63 % untuk pertanyaan daerah strategis dan 55 orang atau 55% untuk pernyataan aman dari bencana. Sedangkan responden yang memilih sangat setuju untuk pertanyaan satu sebesar 22 orang atau 22%, untuk pertanyaan kedua sebesar 24 orang atau 24%, dan 40 orang atau 40% yang memilih setuju untuk pertanyaan ketiga.

Sedangkan responden yang menjawab ragu-ragu masing-masing sebesar 7 orang atau 7% untuk pertanyaan aman dan sejuk, 11 orang atau 11% untuk pertanyaan daerah strategis dan 5 orang atau 5% untuk pertanyaan aman dari bencana. Sedangkan yang menjawab tidak setuju hanya 2 responden atau % untuk pertanyaan daerah strategis. Dan tidak ada responden yang memilih sangat tidak setuju pada tiap pertanyaan.

Berdasarkan tanggapan responden terhadap variabel lokasi diatas maka dapat ditentukan tingkatan kepuasan konsumen terhadap variabel lokasi (X4). Adapun tingkat kepuasan konsumen tersebut dapat ditampilkan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 5.1  
Tingkat Kepuasan Responden Terhadap Variabel Lokasi

Tanggapan	Jumlah Skor		
	Nyaman dan Sejuk	Daerah Strategis	Aman dari bencana
<b>SS</b>	110	120	200
<b>S</b>	284	252	220
<b>RR</b>	21	33	15
<b>TS</b>	0	4	0
<b>STS</b>	0	0	0
<b>∑ Skor</b>	415	409	435
<b>Sor Rata2</b>	<b>4,15</b>	<b>4,09</b>	<b>4,35</b>

Data pada tabel 5.1 menunjukkan bahwa tingkat kepuasan konsumen terhadap variabel lokasi (X4) cukup tinggi. Dilihat dari item pertanyaan pertama kepuasan konsumen mencapai 4,15, untuk pertanyaan item kedua sebesar 4,09 dan untuk pertanyaan item ketiga kepuasan konsumen mencapai 4,35. Dalam hal ini kepuasan konsumen tertinggi adalah pada item pertanyaan lokasi aman dari bencana, tentunya tingkat kepuasan ini cukup mengembirakan bagi pihak real estate P4A. Dan untuk tingkat kepuasan konsumen secara keseluruhan atas variabel lokasi (X4) adalah sebesar 4,19.

**e. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Fasilitas (X5)**

Tabel 5.2  
Tanggapan Responden Terhadap Variabel Fasilitas

Tanggapan	Indikator Fasilitas		
	Sarana Olah Raga	Kenyamanan Untuk Tinggal	Interaksi Sosial
SS	22	41	42
S	66	53	48
RR	10	6	10
TS	2	0	0
STS	0	0	0
$\Sigma$ responden	100	100	100
prosentase	100%	100%	100%

Pada tabel 5.2 dapat diketahui bahwa sebagian besar responden memilih setuju atas tiap pertanyaan pada variabel fasilitas. Untuk pertanyaan satu responden yang setuju sebesar 66 orang atau 66%, untuk pertanyaan kedua sebesar 53 orang atau 53% dan untuk pertanyaan ketiga sebesar 48 orang atau 48%. Sedangkan responden yang memilih sangat setuju masing-masing sebesar 22 orang atau 22% untuk pertanyaan fasilitas sarana olah raga , 41 orang atau 41% untuk pertanyaan kenyamanan untuk tinggal, dan 42 orang atau 42% yang memilih setuju atas pertanyaan fasilitas kemudahan melakukan hubungan atau interaksi sosial dengan yang lain.

Sedangkan responden yang menjawab ragu-ragu sebesar 10 orang atau 10% untuk pertanyaan sarana olah raga dan interaksi sosial, sedangkan yang ragu-ragu untuk pertanyaan fasilitas kenyamanan untuk tinggal sebesar 6 orang atau 6% dan yang ragu-ragu untuk pertanyaan ketiga sebesar 10 orang atau 10%.

Sedangkan untuk jawaban tidak setuju ada 2 responden atau 2% yang memilih atas pertanyaan pertama.

Berdasarkan data tanggapan responden terhadap variabel fasilitas diatas maka dapat diketahui pula bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap variabel fasilitas (X5) tersebut dengan melihat skor rata-rata pada masing-masing item pertanyaan.

Tabel 5.3  
Tingkat Kepuasan Responden Terhadap Variabel Fasilitas

Tanggapan	Jumlah Skor		
	Sarana Olah Raga	Kenyamanan Untuk Tinggal	Interaksi Sosial
<b>SS</b>	110	205	210
<b>S</b>	264	212	192
<b>RR</b>	30	18	30
<b>TS</b>	4	0	0
<b>STS</b>	0	0	0
<b>∑ Skor</b>	408	435	432
<b>Skor Rata2</b>	4,08	4,35	4,32

Fasilitas merupakan variabel penting yang harus tetap diperhatikan dan disediakan oleh pihak real estate P4A demi mencapai kepuasan konsumennya. Dari tabel ini dapat diketahui bahwa tingkat kepuasan tertinggi yang diperoleh konsumen adalah dari fasilitas kenyamanan untuk tinggal atau pada item pertanyaan kedua yaitu sebesar 4,35. Untuk kepuasan sarana olah raga sebesar 4,08 dan untuk kepuasan interaksi sosial sebesar 4,32.

Secara keseluruhan maka diperoleh tingkat kepuasan konsumen sebesar 4,25. Hal ini tentunya mengindikasikan bahwa konsumen telah merasa puas atas fasilitas yang disediakan oleh pihak real estate P4A, namun bukan

berarti penyediaan fasilitas di Perumahan Puri Pudak Payung Asri (P4A) tidak perlu ditingkatkan.

**f. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Pelayanan (X6)**

Tabel 5.4  
Tanggapan Responden Terhadap Variabel Pelayanan

Tanggapan	Indikator Pelayanan				
	Peninjauan Lokasi	Kemudahan Transaksi	Menanggapi Komplen	Ramah dan Transparan	Kemudahan Prosedur
<b>SS</b>	31	33	35	30	42
<b>S</b>	63	66	59	67	57
<b>RR</b>	6	1	5	2	1
<b>TS</b>	0	0	1	1	0
<b>STS</b>	0	0	0	0	0
<b>Σresponden</b>	100	100	100	100	100
<b>prosentase</b>	100%	100%	100%	100%	100%

Berdasarkan pada tabel 5.4 di atas, diketahui jumlah responden yang memilih sangat setuju atas pertanyaan layanan peninjauan lokasi sebesar 31 orang atau 31%, untuk pertanyaan layanan kemudahan transaksi sebesar 33 responden atau 33%, responden yang sangat setuju untuk pertanyaan tanggapan atas komplen sebesar 35 orang atau 35%, dan untuk pertanyaan layanan yang ramah dan transparan sebesar 30 orang atau 30%, sedangkan yang memilih sangat setuju dengan layanan kemudahan prosedur sebesar 42 orang atau 42%.

Sedangkan responden yang memilih setuju untuk tiap-tiap pertanyaan tersebut, masing-masing sebesar 63 orang atau 63% untuk pertanyaan pertama, 66 orang atau 66% untuk pertanyaan kedua, 59 orang atau 59% untuk pertanyaan ketiga, 67 orang atau 67% untuk pertanyaan keempat, dan 57 orang atau 57% untuk pertanyaan kelima. Dan untuk responden yang menjawab ragu-ragu untuk pertanyaan satu sampai lima masing-masing sebesar 6 orang atau 6%,

1 orang atau 1 %, 5 orang atau 5% untuk pertanyaan ketiga dan untuk pertanyaan keempat responden yang ragu-ragu sebanyak 2 orang atau 2%, sedangkan untuk pertanyaan kelimanya ada 1 responden atau 1% yang memilih ragu-ragu.

Untuk jawaban tidak setuju ada 1 orang atau 1% yang memilih atas pertanyaan layanan menanggapi komplek dan 1 orang atau 1% yang memilih tidak setuju atas pertanyaan pelayanan yang ramah dan transparan. Sedangkan untuk jawaban sangat tidak setuju tidak ada satu respondenpun yang memilih jawaban tersebut.

Dengan tidak mengenyampingkan sistem pelayanan yang baik bagi konsumen tentunya akan memberikan nilai tambah dan keutamaan kepuasan bagi knsumen. Berdasarkan data diatas maka diperoleh tingkat kepuasan konsumen atas variabel pelayanan sebagai berikut:

Tabel 5.5  
Tingkat Kepuasan Responden Terhadap Variabel Pelayanan

Tanggapan	Jumlah Skor				
	Peninjauan Lokasi	Kemudahan Transaksi	Menanggapi Komplek	Ramah dan Transparan	Kemudahan Prosedur
<b>SS</b>	155	165	175	150	210
<b>S</b>	252	264	236	268	228
<b>RR</b>	18	3	15	6	3
<b>TS</b>	0	0	2	2	0
<b>STS</b>	0	0	0	0	0
<b>Σ Skor</b>	425	432	428	426	441
<b>Skor Rata2</b>	<b>4,25</b>	<b>4,32</b>	<b>4,28</b>	<b>4,26</b>	<b>4,41</b>

Dilihat dari tabel 5.5 maka diketahui bahwa kepuasan konsumen tertinggi adalah dalam pelayanan kemudahan pelaksanaan prosedur yaitu sebesar 4,41 dimana hal ini juga merupakan salah satu kunci keutamaan dan keunggulan sistem pelayanan yang dilaksanakan di real estate P4A. Tingkat kepuasan kedua

untuk variabel pelayanan ini adalah pada item pertanyaan kedua yaitu kemudahan transaksi sebesar 4,32. Kepuasan untuk layanan menanggapi keluhan yang diajukan adalah sebesar 4,28 dan tingkat kepuasan untuk pelayanan yang ramah dan transparan berada pada tingkat keempat sebesar 4,26, sedangkan kepuasan untuk layanan peninjauan lokasi sebesar 4,25.

Hal ini menunjukkan secara jelas bahwa tingkat kepuasan konsumen untuk variabel pelayanan (X6) adalah sangat baik hal ini ditunjukkan pula dengan tingkat kepuasan rata-rata konsumen secara keseluruhan adalah sebesar 4,3.

#### g. Tanggapan Responden Atas Tiap-tiap Variabel Independen (Y)

Tabel 5.6

Tanggapan Kepuasan Responden Atas Tiap-tiap Variabel Independen (Y)

Tanggapan	Variabel Independen					
	Harga (X1)	Kualitas (X2)	Tipe Rumah (X3)	Lokasi (X4)	Fasilitas (X5)	Pelayanan (X6)
SS	27	20	26	32	37	53
S	63	69	67	61	54	43
RR	10	10	5	5	8	4
TS	0	1	2	2	1	0
STS	0	0	0	0	0	0
$\Sigma$ responden	100	100	100	100	100	100
Prosentase	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Berdasarkan tabel 5.6 dapat diketahui tanggapan kepuasan 100 orang responden terhadap tiap-tiap variabel independen secara umum atau secara garis besarnya. Untuk variabel harga (X1) jumlah responden yang menyatakan sangat setuju sebesar 27 orang atau 27 %, yang menyatakan setuju sebesar 63 orang atau 63%, yang memilih ragu-ragu sebesar 10 orang atau 10% dan tidak

ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju untuk variabel harga ini. Untuk variabel kualitas (X2) jumlah responden mayoritas memilih setuju yaitu sebesar 69 orang atau 69%, 20 orang atau 20% yang memilih setuju dan 10 orang atau 10% yang memilih ragu-ragu sedangkan yang memilih tidak setuju hanya 1 orang atau 1% saja.

Begitu juga halnya dengan tipe rumah (X3) mayoritas responden juga menyatakan setuju atas kepuasan mereka yaitu sebesar 67 orang atau 67%, yang menyatakan sangat setuju yaitu sebesar 26 orang atau 26%, dan yang menyatakan ragu-ragu ada 5 responden atau 5%, sedangkan responden yang memilih tidak setuju (tidak puas) atas variabel tipe rumah (X3) ada 2 orang atau 2%.

Untuk variabel lokasi (X4) responden yang menyatakan sangat setuju atas kepuasannya adalah sebesar 32 orang atau 32%, yang menyatakan setuju sebesar 61 orang atau 61%, dan yang memilih ragu-ragu sebanyak 5 orang atau 5%, sedangkan yang menyatakan tidak setuju (tidak puas) sebanyak 2 responden atau 2%.

Untuk variabel fasilitas (X5) kebanyakan responden memilih setuju atas kepuasannya yaitu sebesar 54 orang atau 54% dan yang memilih sangat setuju juga cukup banyak yaitu sebesar 37 orang atau 37%, sedangkan yang memilih ragu-ragu sebesar 8 orang responden atau 8%, dan yang menyatakan tidak setuju (tidak puas) hanya ada 1 orang responden atau 1%.

Khusus pada variabel pelayanan (X6) mayoritas responden memilih sangat setuju akan kepuasan yang telah mereka terima yaitu sebesar 53

orang atau 53%, tentunya hal ini juga membuktikan bahwa pelayanan merupakan salah satu atribut penting yang tidak boleh dilupakan dalam usaha pencapaian kepuasan konsumen. Untuk responden yang memilih setuju adalah sebesar 43 orang atau 43% dan yang memilih ragu-ragu hanya ada 4 responden atau 4%. Dan tidak ada satu respondenpun yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju terhadap kepuasan yang mereka terima dari variabel pelayanan (X6).

Berdasarkan hasil yang telah diperoleh dari tabel 5.6 maka dapat pula ditentukan tingkatan kepuasan konsumen yang paling tinggi diantara variabel harga (X1), kualitas (X2), tipe rumah (X3), lokasi (X4), fasilitas (X5) dan pelayanan (X6).

Tabel 5.7

**Tingkatan Kepuasan Responden Atas Seluruh Variabel Independen**

Tanggapan	Jumlah			Skor		
	Harga (X1)	Kualitas (X2)	Tipe Rumah (X3)	Lokasi (X4)	Fasilitas (X5)	Pelayanan (X6)
SS	135	100	130	160	185	265
S	252	276	268	244	216	172
RR	30	30	15	15	24	12
TS	0	0	4	4	2	0
STS	0	0	0	0	0	0
$\Sigma$ Skor	417	406	417	423	427	449
Skor rata2	4,17	4,06	4,17	4,23	4,27	4,49

Berdasarkan tabel 5.7 maka dapat ditentukan bahwa tingkat kepuasan konsumen paling tinggi yaitu terhadap variabel pelayanan (X6) dengan tingkat kepuasan sebesar 4,49. Tingkat kepuasan kedua yaitu terhadap variabel fasilitas (X5) dengan tingkat kepuasan sebesar 4,27, disusul dengan tingkat

kepuasan ketiga yaitu terhadap variabel lokasi (X4) sebesar 4,23. Sedangkan untuk variabel harga (X1) dan variabel tipe rumah (X3) sama-sama memiliki nilai kepuasan sebesar 4,17 yang terakhir adalah tingkat kepuasan konsumen terhadap variabel kualitas yaitu sebesar 4,06. Dapat dilihat juga bahwa dari keenam variabel independen yang mempengaruhi kepuasan konsumen tersebut bernilai diatas 3,00 hal ini tentunya merupakan indikasi yang sangat baik atas pencapaian kepuasan konsumen Perumahan Puri Pudak Payung Asri (P4A), Semarang.

➤ Dari hasil penilaian konsumen terhadap masing-masing variabel diatas berdasarkan skor rata-rata pada tiap-tiap variabel harga (X1), kualitas (X2), tipe rumah (X3), lokasi (X4), fasilitas (X5) dan pelayanan (X6) maka dapat diketahui hasil penilaian konsumen terhadap masing-masing variabel independen tersebut pada tabel dibawah ini:

**Tabel 5.8**  
**Rangkuman Hasil Penilaian Konsumen Terhadap Masing-masing**  
**Variabel Independen**  
**( Berdasarkan Urutan )**

No Urut	Variabel Independen	Skor Rata-rata
1	Tipe rumah	4,30
2	Pelayanan	4,30
3	Harga	4,28
4	Kualitas	4,25
5	Fasilitas	4,25
6	Lokasi	4,19

Dari tabel 5.8 ini maka dapat diperoleh urutan variabel independen yang menggambarkan tingkatan penilaian konsumen terhadap masing-masing variabel harga (X1), kualitas (X2), tipe rumah (X4), lokasi (X4), Fasilitas (X5) dan pelayanan (X6). Setelah diurutkan berdasarkan skor rata-rata pada tiap-tiap variabel independen tersebut maka diperoleh hasil bahwa penilaian tertinggi konsumen adalah terhadap variabel tipe rumah dengan skor rata-rata 4,30. Walaupun skor rata-rata pelayanan sama dengan skor rata-rata tipe rumah yaitu 4,30 tetapi tipe rumah tetap menduduki posisi pertama, hal ini dilihat dari lebih besarnya nilai konsumen yang memilih sangat setuju pada variabel tipe rumah dan nilai tersebut telah dikalikan lima (sesuai dengan aturan Skala Likert).

Untuk posisi ketiga, penilaian terbaik konsumen adalah terhadap variabel harga dengan skor rata-rata sebesar 4,28. Angka ini menunjukkan skor rata-rata yang cukup tinggi untuk variabel harga, yang berarti pula menunjukkan bahwa konsumen telah memberikan penilaian cukup baik yaitu sebanding dengan kepuasan yang telah mereka peroleh dari variabel harga ini, misalnya harga yang ditawarkan dapat terjangkau oleh konsumen, harga perumahan di real estate ini mampu bersaing dengan yang lainnya dan ditawarkannya sistem kredit untuk kemudahan dan keringanan dalam penyicilan pembayaran harga rumah.

Penilaian terhadap variabel kualitas dan fasilitas memiliki skor rata-rata yang sama yaitu sebesar 4,25. Hal ini menunjukkan bahwa antara kualitas dan fasilitas memiliki hubungan yang erat satu sama lain, karena secara otomatis dengan meningkatnya penyediaan fasilitas bagi keperluan konsumen akan memberikan peningkatan penilaian konsumen terhadap variabel kualitas.

Namun dalam hal ini kualitas berada di urutan keempat dibanding fasilitas yang berada di urutan kelima dikarenakan lebih besarnya nilai konsumen yang memilih sangat setuju pada variabel kualitas dibanding variabel fasilitas dan nilai tersebut telah dikalikan lima (sesuai dengan aturan Skala Likert).

Sedangkan hasil urutan terakhir adalah variabel lokasi dengan skor rata-rata 4,19. Hal ini bukan berarti lokasi adalah variabel yang diabaikan begitu saja oleh konsumen dalam pertimbangan pemilihan rumah di sebuah kawasan real estate. Dalam hal ini penilaian konsumen terhadap variabel lokasi juga cukup baik karena skor rata-ratanya lebih besar dari 3.

➤ Dan berdasarkan rata-rata jawaban 100 responden yang ada atas pertanyaan-pertanyaan yang diajukan pada tiap-tiap variabel yaitu variabel harga (X1), kualitas (X2), tipe rumah (X3), lokasi(X4), fasilitas (X5), dan layanan (X6) maka dapat diketahui bahwa **faktor yang paling dominan** berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (setelah diurutkan) berdasarkan taraf signifikansinya adalah sebagai berikut:

1. Faktor harga (X1) sebesar 0,004
2. Faktor kualitas (X2) sebesar 0,012
3. Faktor fasilitas (X3) sebesar 0,023
4. Faktor tipe rumah (X4) sebesar 0,027
5. Faktor pelayanan (X5) sebesar 0,032
6. Faktor lokasi (X6) sebesar 0,046

## **IV.2 ANALISIS STATISTIKA**

Perhitungan dan pengolahan data dilakukan berdasarkan jawaban kuisisioner dari 100 orang responden yang mengisi kuisisioner secara lengkap dan memenuhi persyaratan untuk diolah lebih lanjut. Analisis ini menggunakan aplikasi komputer program SPSS versi 10.0 yang hasilnya terlampir dalam lampiran. Analisis statistika dalam penelitian ini menggunakan regresi dan korelasi berganda.

### **IV.2.1 Analisis Regresi dan Korelasi Berganda**

#### **1. Analisis Regresi Berganda**

Analisis ini digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antar variabel baik itu variabel independen yaitu, harga, kualitas, tipe rumah, lokasi, fasilitas dan layanan maupun variabel dependen yaitu kepuasan.

Persamaan regresi berganda untuk kepuasan adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6$$

Dimana :

Y = Subyek dalam variabel terikat yang diprediksikan ( kepuasan konsumen ).

a = Harapan konstan (harga Y bila X = 0)

b = Angka arah atau koefisien regresi yang menunjukkan angka peningkatan atau penurunan variabel terikat yang didasarkan pada variabel bebas.

X1 = Harga

X2 = Kualitas Bangunan

X3 = Tipe rumah

X4 = Lokasi

X5 = Fasilitas

X6 = Pelayanan

Adapun hasil pengujian model regresi berganda terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan para kosumen yang diteliti adalah sebagai berikut:

Tabel 5.9

**Estimasi Regresi Linier Berganda**

**Hasil Analisis Regresi Variabel Independen Terhadap Kepuasan Kosumen**

Var. Indipenden	Koef. Regresi	Standar Error	T hitung
Konstanta	-0,541	0,485	-1,115
Ilarga (X1)	0,243	0,081	2,992
Kualitas (X2)	0,181	0,070	2,575
Tipe Rumah (X3)	0,132	0,059	2,251
Lokasi (X4)	0,150	0,074	2,027
Fasilitas (X5)	0,154	0,067	2,308
Pelayanan (X6)	0,251	0,115	2,182
F hitung	20,934		
R <sup>2</sup>	0,575		

Sumber : Data Hasil Regresi

Dari hasil pengolahan data primer pada tabel 5.9 diperoleh perhitungan konstanta dan koefisien  $\beta$  masing-masing variabel, yang selanjutnya dapat dijabarkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = -0,541 + 0,243X_1 + 0,181X_2 + 0,132X_3 + 0,150X_4 + 0,154X_5 + 0,251X_6$$

Dari hasil persamaan regresi berganda diatas dapat diambil kesimpulan mengenai:

1. Konstanta (koefisien a)

Makna konstanta sebesar  $-0,541$  yaitu bahwa kepuasan konsumen (Y) memiliki nilai negatif sebesar  $-0,541$  yang artinya apabila variabel  $X_1, X_2, X_3, X_4, X_5$  dan  $X_6$  diabaikan. Artinya apabila variabel harga, kualitas, tipe rumah, lokasi, fasilitas dan pelayanan diabaikan maka kepuasan konsumen terhadap atribut produk perumahan real estate Perumahan Puri Pudak Payung Asri (P4A), Semarang adalah negatif, yaitu senilai  $-0,541$ .

2. Koefisien Harga ( $b_1$ )

Harga ( $X_1$ ) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan koefisien regresi sebesar  $0,243$  yang artinya apabila penilaian konsumen terhadap harga meningkat lebih baik sebesar 1 satuan, maka kepuasan konsumen akan meningkat pula sebesar  $0,243$  satuan, dengan asumsi bahwa variabel kualitas, tipe rumah, lokasi, fasilitas dan pelayanan dalam kondisi konstan. Dengan adanya pengaruh yang positif ini, berarti antara harga dan kepuasan konsumen menunjukkan hubungan yang searah. Hal ini telah membuktikan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa ada hubungan yang positif dan signifikan dari atribut produk real estate (harga) terhadap kepuasan konsumen adalah benar.

3. Koefisien Kualitas ( $b_2$ )

Kualitas ( $X_2$ ) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan koefisien regresi sebesar  $0,181$  yang artinya apabila koefisien kualitas meningkat sebesar 1 satuan, maka kepuasan konsumen akan meningkat sebesar  $0,181$  satuan, dengan asumsi bahwa

variabel harga, tipe rumah, lokasi, fasilitas dan pelayanan dalam kondisi konstan. Dengan adanya pengaruh yang positif ini, berarti antara kualitas dan kepuasan konsumen menunjukkan hubungan yang searah. Hal ini telah membuktikan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa ada hubungan yang positif dan signifikan dari atribut produk real estate (kualitas) terhadap kepuasan konsumen adalah benar.

### 3. Koefisien Tipe Rumah ( $b_3$ )

Tipe rumah ( $X_3$ ) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan koefisien regresi sebesar 0,132 yang artinya apabila koefisien tipe rumah meningkat sebesar 1 satuan, maka kepuasan konsumen akan meningkat sebesar 0,132 satuan, dengan asumsi bahwa variabel harga, kualitas, lokasi, fasilitas dan pelayanan dalam kondisi konstan. Dengan adanya pengaruh yang positif ini, berarti antara tipe rumah dan kepuasan konsumen menunjukkan hubungan yang searah. Hal ini telah membuktikan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa ada hubungan yang positif dan signifikan dari atribut produk real estate (tipe rumah) terhadap kepuasan konsumen adalah benar.

### 4. Koefisien Lokasi ( $b_4$ )

Lokasi ( $X_4$ ) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan koefisien regresi sebesar 0,150 yang artinya apabila koefisien lokasi meningkat sebesar 1 satuan, maka kepuasan konsumen akan meningkat sebesar 0,150 satuan, dengan asumsi bahwa variabel harga, kualitas, tipe rumah, fasilitas dan pelayanan dalam kondisi

konstan. Dengan adanya pengaruh yang positif ini, berarti antara lokasi dan kepuasan konsumen menunjukkan hubungan yang searah. Hal ini telah membuktikan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa ada hubungan yang positif dan signifikan dari atribut produk real estate (lokasi) terhadap kepuasan konsumen adalah benar.

5. Koefisien Fasilitas ( $b_5$ )

Fasilitas ( $X_5$ ) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan koefisien regresi sebesar 0,154 yang artinya apabila koefisien fasilitas meningkat sebesar 1 satuan, maka kepuasan konsumen akan meningkat sebesar 0,154 satuan, dengan asumsi bahwa variabel harga, kualitas, tipe rumah, lokasi dan pelayanan dalam kondisi konstan. Dengan adanya pengaruh yang positif ini, berarti antara fasilitas dan kepuasan konsumen menunjukkan hubungan yang searah. Hal ini telah membuktikan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa ada hubungan yang positif dan signifikan dari atribut produk real estate (fasilitas) terhadap kepuasan konsumen adalah benar.

6. Koefisien Pelayanan ( $b_6$ )

Pelayanan ( $X_6$ ) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan koefisien regresi sebesar 0,251 yang artinya apabila koefisien pelayanan meningkat sebesar 1 satuan, maka kepuasan konsumen akan meningkat sebesar 0,251 satuan, dengan asumsi bahwa variabel harga, kualitas, tipe rumah, lokasi dan fasilitas dalam kondisi konstan. Dengan adanya pengaruh yang positif ini, berarti antara pelayanan

dan kepuasan konsumen menunjukkan hubungan yang searah. Hal ini telah membuktikan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa ada hubungan yang positif dan signifikan dari atribut produk real estate (pelayanan) terhadap kepuasan konsumen adalah benar.

## 2. Analisis Korelasi Berganda

Analisis koefisien korelasi berganda di gunakan untuk mengukur kuat tidaknya pengaruh variabel Harga ( $X_1$ ), Kualitas ( $X_2$ ), Tipe rumah ( $X_3$ ), Lokasi ( $X_4$ ), Fasilitas ( $X_5$ ) dan Pelayanan ( $X_6$ ) terhadap kepuasan kosumen dalam membeli rumah di kawasan real estate Perumahan Puri Pudak Payung Asri (P4A), Semarang.

Persamaan korelasi berganda adalah:

$$r^2 = \frac{b\sum x_1y + \sum x_2y + \sum x_3y + \sum x_4y + \sum x_5y + \sum x_6y}{\sum y^2}$$

Melalui proses pengolahan data dengan menggunakan program SPSS maka diperoleh hasil perhitungan sebagai berikut:

Tabel 6.0  
Analisis Korelasi Berganda  
Model Summary

	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
Model					R Square Change	F Change	df 1	df 2	Sig F Change
1	,758	,575	,547	,2676	,575	20,934	6	93	,000

a predictors: (Constant), Harga, Kualitas, Tipe rumah, Lokasi, Fasilitas, Pelayanan

Dari hasil pengolahan data pada tabel 6.0, menunjukkan bahwa Korelasi Ganda antara variabel Harga ( $X_1$ ), Kualitas ( $X_2$ ), Tipe Rumah ( $X_3$ ),

Lokasi ( $X_4$ ), Fasilitas ( $X_5$ ) dan Pelayanan ( $X_6$ ) secara bersama-sama terhadap variabel Kepuasan ( $Y$ ) sebesar 0,758.

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,575. Koefisien determinasi berganda digunakan untuk mengetahui prosentase pengaruh variabel independen ( $X$ ) terhadap perubahan variabel dependen ( $Y$ ). Artinya pengaruh variabel independen (harga, kualitas, tipe rumah, lokasi, fasilitas dan pelayanan) terhadap perubahan variabel dependen (kepuasan konsumen) adalah sebesar 57,5% sedangkan sisanya 42,5% dipengaruhi oleh variabel lain selain variabel independen.

Sedangkan untuk koefisien korelasi berganda ( $R$ ) adalah sebesar 0,758 yang berarti bahwa terdapat pengaruh antara variabel harga, kualitas, tipe rumah, lokasi, fasilitas dan pelayanan yang kuat terhadap kepuasan konsumen atas atribut produk real estate Perumahan Puri Pudak Payung Asri (P4A), Semarang.

Jika kita melihat signifikansinya, nilai signifikansi sebesar 0,000 dan berada dibawah 0,05 yang berarti pula bahwa  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak, hal ini juga telah membuktikan bahwa ada pengaruh yang kuat antara variabel independen (harga, kualitas, tipe rumah, lokasi, fasilitas dan pelayanan) terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen.

## IV.2.2 Pengujian Signifikansi

### 1. Uji Serentak (Uji F)

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan atau tidak antara variabel independen (X) secara keseluruhan atau bersama-sama terhadap variabel dependen (Y) dalam hubungannya untuk mengetahui tanggapan konsumen terhadap atribut produk real estate Perumahan Puri Pudak Payung Asri (P4A) secara keseluruhan.

Langkah-langkah pengujian ini adalah:

#### a. Membuat Formulasi Hipotesis

$$H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = b_4 = b_5 = b_6 = 0$$

Tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel-variabel independen (X) secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Y).

$$H_a : b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq b_4 \neq b_5 \neq b_6 = 0$$

Ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen (X) secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Y).

#### b. Menentukan Taraf Signifikansi sebesar 5%

#### c. Menentukan F-hitung dengan rumus :

$$F_h = \frac{KRR}{KRS}$$

Atau:

$$F_h = \left[ \frac{b_1 \sum yx_1 + \dots + b_k \sum yx_k}{k} \right] : \left[ \sum y^2 - \left( \frac{b_1 \sum yx_1 + \dots + b_k \sum yx_k}{n - k - 1} \right) \right]$$

Dengan:

Fh = Hasil Uji F

KRR = Kuadrat Rerata Regresi

KRS = Kuadrat Rerata Simpangan

k = Banyaknya variabel X

n-k-1 = Derajat kebebasan simpangan

d. Menguji Hipotesis

- Jika signifikansi < 0,05 ; maka Ha diterima dan Ho ditolak

- Jika signifikansi > 0,05 ; maka Ha ditolak dan Ho diterima

Atau:

- Jika F-hitung < F-tabel, maka Ha ditolak dan Ho diterima

- Jika F-hitung > F-tabel, maka Ha diterima dan Ho ditolak

Dengan menggunakan program komputer SPSS versi 10.0

diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 6.1  
Uji serentak atau Uji F  
ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean square	F	Sig.
1	Regression	8,998	6	1,500	20,934	0,000
	Residual	6,662	93	7,163E-02		
	Total	15,660	99			

a. Predictors: (Constant), Pelayanan (X6), Harga (X1), Tipe Rumah (X3), Fasilitas (X5), Lokasi (X4), Kualitas (X2)

b. Dependent Variable: Kepuasan (Y)

Dari tabel ANOVA diatas diperoleh nilai F hitung sebesar 20,934 dengan df1 (derajat kebebasan pembilang) = 6 dan df2 (derajat kebebasan penyebut) = 93. Pada kolom signifikansi didapat nilai 0,000 hal ini untuk menguji

hipotesis yang diajukan apakah dapat diterima atau ditolak dengan melihat nilai signifikansi tersebut.

Pengujian hipotesis dengan membandingkan antara F tabel dengan  $df$  (pembilang) = 6 dan  $df$  (penyebut) = 93 didapat 2,1977 untuk taraf signifikansi 5%. Maka F hitung lebih besar dari F tabel ( $20,934 > 2,1977$ ), sehingga  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak. Atau jika kita melihat signifikansinya, nilai signifikansi sebesar 0,000 dan berada dibawah 0,05 yang berarti pula bahwa  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak.

Dengan demikian dari hasil Uji Secara serentak atau Uji F ini dapat diambil kesimpulan bahwa variabel Independen secara simultan berpengaruh pada kepuasan konsumen terhadap atribut produk real estate P4A.

Dari hasil analisis regresi linier berganda seperti pada tabel 5.0 maka diketahui adanya korelasi positif secara simultan antara semua variabel independen ( $X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6$ ) dengan kepuasan konsumen ( $Y$ ). Hal ini dapat dilihat dari multiple R sebesar 0,758 yang menunjukkan hubungan secara simultan antara variabel-variabel bebas terhadap kepuasan konsumen sebesar 75,8%, hubungan ini cukup erat karena koefisien tersebut mendekati angka 100%.

## **2. Uji Parsial atau Uji T**

Uji parsial (uji T) digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat yaitu dengan membandingkan T hitung dengan T tabel pada taraf signifikan 95% ( $\alpha = 0,005$ ).

Dengan menggunakan program SPSS versi 10.0 maka diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 6.2  
Uji Parsial atau Uji T  
Coefficients

Model		Understandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients	t	Sig.
		B		Beta		
1	(Constant)	-,541	,485		-1,115	,268
	Harga (X1)	,243	,081	,224	2,992	,004
	Kualitas (X2)	,181	,070	,237	2,575	,012
	Tipe Rumah (X3)	,132	,059	,163	2,251	,027
	Lokasi (X4)	,150	,074	,163	2,027	,046
	Fasilitas (X5)	,154	,067	,178	2,308	,023
	Pelayanan (X6)	,251	,115	,196	2,182	,032

a. Dependent Variable : Kepuasan (Y)

a. Uji Pengaruh Variabel Harga (X1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Pengujian dapat dilakukan dengan:

1) Menentukan hipotesa

$H_0 : b_1 = 0$  ---- variabel harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pengguna Perumahan Puri Pudak Payung Asri (P4A).

$H_a : b_1 \neq 0$  ---- variabel harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pengguna Perumahan Puri Pudak Payung Asri (P4A)

2) Dasar pengambilan keputusan dengan taraf signifikansi 5%

- Jika signifikansi  $< 0,05$  ; maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak.

- Jika signifikansi  $> 0,05$  ; maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima.

3) Hasil pengolahan data dengan menggunakan program SPSS versi 10.0

for windows menunjukkan:

Nilai signifikansi untuk variabel harga sebesar 0,004. Angka tersebut menunjukkan bahwa signifikansi untuk variabel harga (X1) berada di bawah 0,05 ( $0,004 > 0,05$ ).

Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

#### 4) Kesimpulan

$H_0$  ditolak berarti bahwa variabel Harga (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna Perumahan Puri Pudak Payung Asri (P4A), Semarang.

#### b. Uji Pengaruh Variabel Kualitas (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Pengujian dapat dilakukan dengan:

##### 1) Menentukan hipotesa

$H_0 : b_1 = 0$  ---- variabel kualitas tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pengguna Perumahan Puri Pudak Payung Asri (P4A).

$H_a : b_1 \neq 0$  ---- variabel kualitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pengguna Perumahan Puri Pudak Payung Asri (P4A).

##### 2) Dasar pengambilan keputusan dengan taraf signifikansi 5%

- Jika signifikansi  $< 0,05$  ; maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak.

- Jika signifikansi  $> 0,05$  ; maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima.

##### 3) Hasil pengolahan data dengan menggunakan program SPSS versi 10.0 for windows menunjukkan:

Nilai signifikansi untuk variabel kualitas sebesar 0,012. Angka tersebut menunjukkan bahwa signifikansi untuk variabel kualitas (X2) berada di bawah 0,05 ( $0,012 > 0,05$ ).

Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

#### 4) Kesimpulan

$H_0$  ditolak berarti bahwa variabel Kualitas ( $X_2$ ) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna Perumahan Puri Pudak Payung Asri (P4A), Semarang.

#### c. Uji Pengaruh Variabel Tipe Rumah ( $X_3$ ) terhadap Kepuasan ( $Y$ )

Pengujian dapat dilakukan dengan:

##### 1) Menentukan hipotesa

$H_0 : b_1 = 0$  ---- variabel tipe rumah tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pengguna Perumahan Puri Pudak Payung Asri (P4A).

$H_a : b_1 \neq 0$  ---- variabel tipe rumah berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pengguna Perumahan Puri Pudak Payung Asri (P4A).

##### 2) Dasar pengambilan keputusan dengan taraf signifikansi 5%

- Jika signifikansi  $< 0,05$  ; maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak.

- Jika signifikansi  $> 0,05$  ; maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

##### 3) Hasil pengolahan data dengan menggunakan program SPSS versi 10.0

for windows menunjukkan:

Nilai signifikansi untuk variabel tipe rumah sebesar 0,027 Angka tersebut menunjukkan bahwa signifikansi untuk variabel tipe rumah ( $X_3$ ) berada di bawah 0,05 ( $0,027 > 0,05$ ).

Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

#### 4) Kesimpulan

Ho ditolak berarti bahwa variabel tipe rumah (X3) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna Perumahan Puri Pudak Payung Asri (P4A), Semarang.

#### d. Uji Pengaruh Variabel Lokasi (X4) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Pengujian dapat dilakukan dengan:

##### 1) Menentukan hipotesa

Ho :  $b_1 = 0$  ---- variabel lokasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pengguna Perumahan Puri Pudak Payung Asri (P4A).

Ha :  $b_1 \neq 0$  ---- variabel lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pengguna Perumahan Puri Pudak Payung Asri (P4A).

##### 2) Dasar pengambilan keputusan dengan taraf signifikansi 5%

- Jika signifikansi  $< 0,05$  ; maka Ha diterima dan Ho ditolak

- Jika signifikansi  $> 0,05$  ; maka Ha ditolak dan Ho diterima

##### 3) Hasil pengolahan data dengan menggunakan program SPSS versi 10.0

for windows menunjukkan:

Nilai signifikansi untuk variabel lokasi sebesar 0,046 Angka tersebut menunjukkan bahwa signifikansi untuk variabel lokasi (X4) berada di bawah 0,05 ( $0,046 > 0,05$ ).

Dengan demikian Ho ditolak dan Ha diterima.

#### 4) Kesimpulan

Ho ditolak berarti bahwa variabel lokasi (X4) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna Perumahan Puri Pudak Payung Asri (P4A), Semarang.

#### e. Uji Pengaruh Variabel Fasilitas (X5) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Pengujian dapat dilakukan dengan:

##### 1) Menentukan hipotesa

Ho :  $b_1 = 0$  ---- variabel fasilitas tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pengguna Perumahan Puri Pudak Payung Asri (P4A).

Ha :  $b_1 \neq 0$  ---- variabel fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pengguna Perumahan Puri Pudak Payung Asri (P4A).

##### 2) Dasar pengambilan keputusan dengan taraf signifikansi 5%

- Jika signifikansi  $< 0,05$  ; maka Ha diterima dan Ho ditolak

- Jika signifikansi  $> 0,05$  ; maka Ha ditolak dan Ho diterima.

##### 3) Hasil pengolahan data dengan menggunakan program SPSS versi 10.0 for windows menunjukkan:

Nilai signifikansi untuk variabel fasilitas sebesar 0,023 Angka tersebut menunjukkan bahwa signifikansi untuk variabel fasilitas (X5) berada di bawah 0,05 ( $0,023 > 0,05$ ).

Dengan demikian Ho ditolak dan Ha diterima.

#### 4) Kesimpulan

Ho ditolak berarti bahwa variabel fasilitas (X5) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna Perumahan Puri Pudak Payung Asri (P4A), Semarang.

#### f. Uji Pengaruh Variabel Pelayanan (X6) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Pengujian dapat dilakukan dengan:

##### 1) Menentukan hipotesa

Ho :  $b_1 = 0$  ---- variabel pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pengguna Perumahan Puri Pudak Payung Asri (P4A).

Ha :  $b_1 \neq 0$  ---- variabel pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pengguna Perumahan Puri Pudak Payung Asri (P4A).

##### 2) Dasar pengambilan keputusan dengan taraf signifikansi 5%

- Jika signifikansi  $< 0,05$  ; maka Ha diterima dan Ho ditolak

- Jika signifikansi  $> 0,05$  ; maka Ha ditolak dan Ho diterima

##### 3) Hasil pengolahan data dengan menggunakan program SPSS versi 10.0

for windows menunjukkan:

Nilai signifikansi untuk variabel pelayanan sebesar 0,032 Angka tersebut menunjukkan bahwa signifikansi untuk variabel pelayanan (X6) berada di bawah 0,05 ( $0,032 > 0,05$ ).

Dengan demikian Ho ditolak dan Ha diterima.

#### 4) Kesimpulan

Ho ditolak berarti bahwa variabel pelayanan (X6) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna Perumahan Puri Puduk Payung Asri (P4A).

Jadi berdasarkan hasil perhitungan uji T dan uji F diatas maka dapat diketahui bahwa, baik secara simultan atau serentak dan secara partial variabel-variabel independen berpengaruh secara searah, positif dan memiliki hubungan signifikansi yang erat, hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi yang kecil ( $<0,05$ ) pada tiap-tiap variabel independen.

Hal ini menunjukkan indikasi bahwa variabel-variabel harga (X1), kualitas (X2), tipe rumah (X3), lokasi (X4), fasilitas (X5) dan pelayanan (X6) tidak dapat dabaikan begitu saja, hal ini juga terlihat pada nilai konstanta pada hasil uji F yang menunjukkan nilai sebesar -0,541.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **IV.1 Kesimpulan**

Berdasarkan analisis dan pembahasan tentang pengaruh atribut produk real estate pada Perumahan Puri Pudak Payung Asri (P4A) terhadap kepuasan konsumen maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis terhadap penilaian konsumen terhadap masing-masing variabel independen yaitu, harga (X1), kualitas (X2), tipe rumah (X3), lokasi (X4), fasilitas (X5) dan pelayanan (X6) yang telah diurutkan menurut jumlah skor rata-rata tertinggi, ternyata penilaian tertinggi konsumen adalah terhadap variabel tipe rumah yang menunjukkan skor rata-rata tertinggi yaitu sebesar 4,30.
2. Dari hasil rata-rata jawaban 100 responden yang ada atas pertanyaan-pertanyaan yang diajukan pada tiap-tiap variabel harga (X1), kualitas (X2), tipe rumah (X3), lokasi (X4), fasilitas (X5) dan pelayanan (X6) maka diketahui bahwa faktor yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (setelah diurutkan) berdasarkan taraf signifikansi adalah:
  - a. Faktor harga sebesar 0,004
  - b. Faktor kualitas sebesar 0,012
  - c. Faktor fasilitas sebesar 0,023
  - d. Faktor tipe rumah sebesar 0,027
  - e. Faktor pelayanan sebesar 0,032

f. Faktor lokasi sebesar 0,046

3. Dari hasil analisis validitas dan reliabilitas terhadap 30 responden yang ada maka diperoleh hasil bahwa seluruh butir pertanyaan yang diajukan menunjukkan bahwa koefisien korelasi lebih besar dari 0,3 maka seluruh pertanyaan dari kuisioner dapat dinyatakan valid. Begitu juga terhadap analisis reliabilitas, diperoleh koefisien reliabilitas lebih besar dari 0,30606 (R tabel ), sehingga seluruh butir pertanyaan dapat dinyatakan reliabel.
4. Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan Uji serentak atau Uji F yaitu dengan membandingkan F hitung dengan F tabel maka diperoleh F hitung lebih besar dari F tabel ( 20,934 > 2,1977 ), sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen (X) secara keseluruhan atau bersama-sama terhadap variabel dependen (Y).
5. Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan Uji T yaitu guna menguji pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat yaitu dengan membandingkan T hitung dengan T tabel pada taraf signifikansi 95% ( $\alpha = 0,05$ ) maka diperoleh hasil tingkat signifikansi tiap-tiap variabel independen dibawah 0,05 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, hal ini berarti bahwa variabel independen (X) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen (Y).

6. Dengan melihat nilai konstanta sebesar  $-0,541$  maka hal ini menunjukkan begitu kuatnya pengaruh harga (X1), kualitas (X2), tipe rumah (X3), lokasi (X4), fasilitas (X5) dan pelayanan (X6) terhadap pencapaian kepuasan konsumen. Karena itu variabel independen ini tidak bisa diabaikan begitu saja.

#### **IV.2 Saran**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan serta dengan memperhatikan bab-bab sebelumnya maka penulis memberikan saran yang mungkin bermanfaat bagi pihak perusahaan. Saran yang diberikan bertujuan sebagai masukan untuk perusahaan terutama mengenai upaya mempertahankan dan meningkatkan kepuasan konsumen guna mempertahankan loyalitas konsumen terhadap perusahaan.

Saran yang dapat diberikan penulis antara lain yaitu:

1. Berdasarkan hasil penilaian konsumen terhadap masing-masing variabel independen, maka diperoleh hasil bahwa lokasi menempati urutan terakhir dengan skor rata-rata 4,19. Hal ini bukan berarti lokasi dinilai buruk oleh konsumen, karena skor rata-rata lokasi itu sendiri lebih besar dari 3, tapi akan lebih baik jika faktor lokasi lebih diperhatikan dalam pemilihan kawasan pengembangan perumahan real estate guna meningkatkan kualitas dan kepuasan konsumen.
2. Perusahaan perlu mengembangkan sistem informasi pemasaran secara terus-menerus guna memonitor harapan konsumen dalam rangka mengetahui

kebutuhan dan keinginan konsumen secara efektif, hal ini tentunya sangat berguna untuk mempertahankan kepuasan konsumen yang akhirnya akan menciptakan loyalitas pelanggan dan mendatangkan keuntungan bagi perusahaan.