

**PENGARUH HARGA, LOKASI, DAN FASILITAS TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN RUMAH SUBSIDI DI PT. LIMA
SEJAHTERA JAYA**



TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Manajemen

Oleh :

Zhafran Iqbal Masya'il
NIM : 21120070

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SURAKARTA
2025**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Tugas Akhir

PENGARUH HARGA, LOKASI, DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN RUMAH SUBSIDI DI PT. LIMA SEJAHTERA JAYA

Oleh :

Zhafran Iqbal Masya'il
NIM : 21120070

Disetujui dan dipertahankan di hadapan Dewan Penguji Tugas Akhir
Program Studi S1 Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta

Sukoharjo, 8 Mei 2025
Dosen Pembimbing



Aditya Liliyan, S.M.B., M.M.

NUPTK. 5438767668131040

PENGESAHAN PENGUJI

Tugas Akhir

PENGARUH HARGA, LOKASI, DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN RUMAH SUBSIDI DI PT. LIMA SEJAHTERA JAYA

Telah diterima dan isahkan oleh Dewan Penguji Tugas Akhir Program Studi S1

Manajemen

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta

Sukoharjo, 1 Agustus 2025

Dewan Penguji

Aditya Liliyan, S.M.B., M.M.

Ketua

Juni Kristanto, S.M.

Anggota

:

:

Mengetahui,

Ketua STIE Surakarta



Aditya Liliyan, S.M.B., M.M.

NUPTK. 5438767668131040

Kepala Program Studi S1 Manajemen



Muhammad Syihabuddin, S.Hum., M.M.

NUPTK. 0256772673130390

SURAT PERNYATAAN

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Zhafran Iqbal Masya'il

NIM : 21120070

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir yang berjudul:

PENGARUH HARGA, LOKASI, DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN RUMAH SUBSIDI DI PT. LIMA SEJAHTERA JAYA adalah betul-betul karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya dalam Tugas Akhir ini diberi tanda citasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan Tugas Akhir dan gelar yang saya peroleh dari Tugas Akhir ini.

Sukoharjo, 23 Juli 2025

Yang Membuat Pernyataan



Zhafran Iqbal Masya'il

**PENGARUH HARGA, LOKASI, DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN RUMAH SUBSIDI DI PT. LIMA SEJAHTERA JAYA**

ZHAFRAN IQBAL MASYA`IL

21120070

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, lokasi, dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen rumah subsidi di PT. Lima Sejahtera Jaya. Kepuasan konsumen menjadi indikator penting dalam menilai keberhasilan suatu perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan harapan konsumennya, terutama dalam sektor perumahan subsidi yang memiliki segmen pasar tersendiri. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pendekatan survei. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 62 responden yang merupakan konsumen rumah subsidi PT. Lima Sejahtera Jaya. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linear berganda untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen (harga, lokasi, dan fasilitas) terhadap variabel dependen (kepuasan konsumen). Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga, lokasi, dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, baik secara simultan maupun parsial. Temuan ini memberikan implikasi bahwa perusahaan perlu memperhatikan ketiga aspek tersebut untuk meningkatkan kepuasan.

Kata kunci: Harga, Lokasi, Fasilitas, Kepuasan Konsumen, Rumah Subsidi

**THE EFFECT OF PRICE, LOCATION, AND FACILITIES ON CONSUMER
SATISFACTION OF SUBSIDIZED HOUSING AT PT. LIMA SEJAHTERA
JAYA**

ZHAFRAN IQBAL MASYA'IL

21120070

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of price, location, and facilities on consumer satisfaction of subsidized housing at PT. Lima Sejahtera Jaya. Consumer satisfaction is an important indicator in assessing the success of a company in meeting the needs and expectations of its consumers, especially in the subsidized housing sector which has its own market segment. The method used in this study is a quantitative method with a survey approach. Data were obtained by distributing questionnaires to 62 respondents who were consumers of subsidized housing at PT. Lima Sejahtera Jaya. Data analysis was carried out using multiple linear regression to test the effect of each independent variable (price, location, and facilities) on the dependent variable (consumer satisfaction). The results of the study indicate that price, location, and facilities have a positive and significant effect on consumer satisfaction, both simultaneously and partially. This finding implies that companies need to pay attention to these three aspects to increase consumer satisfaction.

Keywords: Price, Location, Facilities, Consumer Satisfaction, Subsidized Housing

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan berkat rahmat, karunia, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "**PENGARUH HARGA, LOKASI, DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN RUMAH SUBSIDI DI PT. LIMA SEJAHTERA JAYA**". Skripsi disusun guna memenuhi syarat dalam mencapai gelar Sarjana (S1) pada Program Studi Strata Satu Manajemen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta.

Penulis sepenuhnya menyadari, bahwa telah banyak mendapat dukungan, pengarahan dan bimbingan dari berbagai pihak yang telah memberikan waktu, tenaga, dan motivasinya. Maka pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Aditya Liliyan, S.M.B., M.M. Selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta.
2. Muhammad Syihabuddin, S.Hum., M.M. Selaku Ketua Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta.
3. Aditya Liliyan, S.M.B., M.M. Selaku Dosen Pembimbing Skripsi. Yang senantiasa mendukung, memberi pengarahan, dan memberikan bimbingan kepada penulis.
4. Seluruh Dosen Program Studi S1 Manajemen yang telah memberikan ilmu

selama penulis menempuh pendidikan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan. Untuk itu, penulis mengharapkan segala bentuk kritik yang membangun agar skripsi ini menjadi lebih baik. Penulis juga memohon maaf apabila terdapat kesalahan, penulisan yang menyinggung pihak tertentu. Penulis berharap penelitian ini bermanfaat bagi pembaca.

Surakarta, 23 Juli 2025

Penulis

Zhafran Iqbal Masya'il

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
PENGESAHAN PENGUJI.....	iii
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Batasan Masalah.....	5
D. Manfaat.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Kajian Pustaka.....	7
1. Teori tentang harga.....	9
2. Teori tentang lokasi	11
3. Teori Tentang Fasilitas Perumahan	13
4. Teori Kepuasan Konsumen.....	15
B. Penelitian terdahulu	16
C. Kerangka pikir.....	21
D. Hipotesis	21
BAB III METODE PENELITIAN	23
A. Objek penelitian	23
B. Jenis Dan Sumber Data.....	23
1. Jenis data.....	23
2. Sumber Data	23
C. Populasi Dan Sempel.....	24
1. Populasi	24
2. Sampel	24
D. Teknik Pengumpulan Data.....	24
E. Definisi oprasional.....	25

F.	Teknik Analisis Data	27
1.	Uji instrumen data	27
2.	Uji asumsi klasik	27
3.	Analisis Regresi Linier Berganda.....	28
4.	Uji Hepotesis.....	29
BAB IV	ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	30
A.	Identitas Responden.....	30
B.	Pengumpulan Data.....	33
1.	Statistik Deskriptif.....	33
2.	Uji Instrumen Data	33
3.	Uji Asumsi Klasik	35
4.	Analisis Regresi Berganda	38
C.	Pembahasan.....	42
1.	Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen (Y)	42
2.	Pengaruh Lokasi (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y).....	42
3.	Pengaruh Fasilitas (X3) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y).....	43
BAB V	PENUTUP.....	44
A.	KESIMPULAN	44
B.	SARAN.....	44
	DAFTAR PUSTAKA	46
	LAMPIRAN	49

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian terdahulu.....	16
Tabel 3. 1 Definisi operasional	25
Tabel 4. 1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Umur	30
Tabel 4. 2 Klasifikasi responden berdasarkan usia	30
Tabel 4. 3 Klasifikasi responden berdasarkan domisili	31
Tabel 4. 4 Klasifikasi responden berdasarkan pekerjaan	31
Tabel 4. 5 Klasifikasi responden berdasarkan penghasilan	32
Tabel 4. 6 Kriteria responden.....	33
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Lokasi (X1)	34
Tabel 4. 8 Hasil uji validitas lokasi (X2)	34
Tabel 4. 9 Hasil uji validitas tingkat fasilitas (X3)	34
Tabel 4. 10 Hasil uji validitas kepuasan konsumen (Y).....	35
Tabel 4. 11 Hasil uji reabilitas	35
Tabel 4. 12 Hasil uji normalitas data	36
Tabel 4. 13 Hasil uji autokorelasi	37
Tabel 4. 14 Hasil uji multikolinearitas.....	37
Tabel 4. 15 Hasil uji heterokedastisitas.....	38
Tabel 4. 16 Hasil uji regresi berganda	39
Tabel 4. 17 Hasil uji signifikansi parameter individual (t test).....	39
Tabel 4. 18 Hasil Uji Statistik F	41
Tabel 4. 19 Hasil Uji Koefisien Determinasi	41

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Skema kerangka berfikir	21
---	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Hasil Olah Data

Lampiran 2. Kuesioner

Lampiran 3. Hasil Tabulasi Data

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perusahaan perumahan di Jawa Tengah khususnya di wilayah Boyolali berkembang sangat pesat. Hal ini dikarenakan permintaan pasar yang begitu besar dan terus bertambah. Rumah merupakan salah satu kebutuhan banyak orang yang perlu dipenuhi, terutama bagi mereka yang sudah berkeluarga. Namun, harga rumah dan tanah terus meningkat dari tahun ke tahun. Perumahan bersubsidi merupakan rumah yang sangat diminati oleh banyak orang terutama kalangan menengah ke bawah, karena rumah bersubsidi merupakan salah satu program bantuan pembiayaan perumahan dari pemerintah yang disebut KPR bersubsidi. Rumah subsidi dibangun dengan harga terjangkau. Pembeli dapat memperoleh rumah subsidi dengan mengajukan KPR melalui bank dengan skema kredit, baik secara konvensional, dengan skema Syariah, maupun secara tunai.

Rumah merupakan suatu kebutuhan primer, sehingga masyarakat mempunyai minat tinggi terhadap properti. Hal ini dibuktikan dengan pertumbuhan properti residensial sebesar 20% pada tahun 2012. Peningkatan kebutuhan rumah tinggal dari tahun ke tahun menyebabkan meningkatnya kebutuhan pendanaan untuk membeli rumah (Khoirudin, 2010). Pilihan pendanaan yang tersedia yaitu pendanaan dengan tunai atau KPR. Pendanaan tunai digunakan jika mempunyai dana yang cukup (Siregar, 2009). Adanya KPR didorong oleh pendanaan yang mempunyai hubungan erat dengan keputusan pembelian rumah, sehingga membuat pihak bank perbankan serius untuk mengelola penyaluran dana KPR (Peter, 2008). KPR adalah alternatif pertama dalam pendanaan pembelian rumah jika dana yang dimiliki terbatas. Proses pengambilan keputusan pembelian dilakukan dengan mempertimbangkan faktor-faktor internal maupun eksternal termasuk keputusan dalam pemilihan rumah. Faktor eksternal meliputi keluarga, kelas sosial, kebudayaan dan kelompok referensi, sumber informasi, sedangkan faktor internal meliputi faktor pribadi yaitu usia, pendapatan, pekerjaan, gender adapula faktor motivasi, persepsi, sikap, gaya hidup, kepribadian dan belajar (Saputra, 2012).

Selain itu faktor situasi berpengaruh kepada pengambilan keputusan. Faktor tekanan waktu mempunyai pengaruh terhadap keputusan keluarga. Hal ini sejalan dengan teori yang dikemukakan (Schiffman & Kanuk, 2010) yang menyatakan bahwa tekanan waktu menunjukkan pengaruh terhadap keputusan pembelian, semakin konsumen mempunyai tekanan waktu semakin cepat konsumen tersebut membuat keputusan dan semakin individual konsumen tersebut membuat keputusan. Pilihan pendanaan merupakan pilihan yang dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, tetapi penelitian ini hanya terbatas pada hubungan antara latar belakang demografi individu, karakter keluarga dan karakter situasi dalam pengambilan keputusan pilihan jenis pendanaan saat membeli rumah tinggal di wilayah Boyolali.

Untuk mengajukan KPR subsidi, beberapa syarat harus dipenuhi, serta dokumen yang harus disiapkan oleh konsumen untuk mengajukan KPR dengan bank yang bekerja sama dengan developer. Adapun faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen dan pemahaman tentang cara konsumen melakukan keputusan pembelian. Menurut (Kotler & Keller, 2017) ada lima tahap yang dilalui konsumen dalam mengambil keputusan pembelian, Pengenalan Masalah, Pencarian Informasi, Evaluasi Alternatif, Keputusan Pembelian, Perilaku Sesudah Pembelian. Bagi para konsumen sebelum melakukan pembelian, umumnya konsumen akan mencari informasi mengenai perumahan yang tersedia dan menilai, membandingkan dari beberapa banyaknya perumahan yang ada di area sekitar sehingga konsumen dapat memutuskan pembelian. PT. Lima Sejahtera Jaya salah satu Developer yang memiliki proyek proyek properti perumahan bersubsidi seperti Griya Mutiara, Mutiara Residence, dan masih banyak lainnya. Perumahan perumahan tersebut sudah 100% sukses terjual dan sudah banyak dihuni.

Setelah sukses yang diraih dalam membangun serta memasarkan proyek-proyek di wilayah Boyolali sekitarnya. PT. Lima Sejahtera Jaya semakin mengukuhkan eksistensi nya di dunia properti. Oleh karenanya PT. Lima Sejahtera Jaya terus akan melebarkan sayapnya menjadi institusi yang memberikan pelayanan dalam membangun perumahan secara kesatuan dan mencakup bidang-bidang yang lebih menyeluruh.

Periode demi periode PT. Lima Sejahtera Jaya mulai membangun perumahan subsidi yaitu perumahan Griya mutiara, mutiara residance, dan lainnya, masing masing perumahan tersebut berlokasi di area Boyolali dan Sukoharjo dan Karanganyar. Harga per unit rumah subsidi di masing masing lokasi tersebut dipatok dengan harga yang berbeda beda mulai dari Rp 166.000.000 sampai Rp 180.000.000 per unit dengan type 30/60 dan 36/60.

Menurut Kotler & Amstrong (2017) mengemukakan bahwa Promosi adalah alat atau aktivitas yang digunakan oleh perusahaan untuk mengomunikasikan nilai pelanggan. Semua kegiatan periklanan tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, tetapi juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen agar melakukan pembelian atau menggunakan produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. Saat menggunakan promosi penjualan, perusahaan harus menentukan tujuan, mengembangkan program, menguji program, menerapkan dan mengelolanya dan mengevaluasi hasilnya. Dengan demikian periklanan merupakan hasil penting dari bauran pemasaran (marketing mix), menginformasikan kepada konsumen tentang manfaat suatu produk dan kemudian memperiklankan produk di pasar.

Berdasarkan hasil dari observasi yang penulis lakukan, ada sebagian dari para konsumen yang telah membeli rumah subsidi di perumahan Griya Mutiara Boyolali mengatakan bahwa kegiatan promosi yang dilakukan oleh marketing PT. Lima Sejahtera Jaya kurang efektif, dan juga harga yang ditawarkan terbilang cukup mahal bagi peminat yang berpenghasilan menengah kebawah, akan tetapi jika dibandingkan dengan rumah komersial harga rumah subsidi lebih terjangkau, sehingga dari latar belakang di atas maka dapat diketahui kepuasan konsumen terhadap rumah subsidi sangat dipengaruhi oleh sejumlah faktor, di antaranya adalah harga, lokasi, dan fasilitas yang ditawarkan.

Harga merupakan faktor utama dalam menentukan keputusan pembelian rumah subsidi, mengingat pasar yang dituju adalah masyarakat berpenghasilan rendah yang memiliki keterbatasan dana. Meskipun harga rumah subsidi telah disubsidi oleh pemerintah, konsumen tetap memperhatikan sejauh mana harga tersebut sesuai dengan kemampuan finansial mereka, serta sebanding dengan

kualitas yang diberikan.

Lokasi rumah subsidi juga memiliki pengaruh besar terhadap kepuasan konsumen. Aksesibilitas menuju pusat-pusat kegiatan ekonomi, seperti kantor, sekolah, dan pusat perbelanjaan, menjadi pertimbangan utama. Semakin strategis lokasi perumahan, semakin tinggi kemungkinan konsumen merasa puas dengan keputusan mereka. Sebaliknya, lokasi yang terpencil atau sulit dijangkau dapat menurunkan tingkat kepuasan meskipun harga yang ditawarkan lebih terjangkau.

Fasilitas yang disediakan oleh pengembang, seperti jaringan air bersih, listrik, fasilitas umum (seperti taman, keamanan, dan akses transportasi), juga berperan besar dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Rumah subsidi yang memiliki fasilitas yang memadai akan memberikan kenyamanan lebih bagi penghuninya, yang pada akhirnya berkontribusi pada kepuasan keseluruhan.

Dengan demikian seiring dengan data pertumbuhan penduduk yang meningkat sepanjang tahun rata-rata sebesar 1,25% populasi penduduk sampai dengan tahun 2024 kini berjumlah 1.110.36 jiwa berdasarkan Badan Pusat Statistik Kabupaten Boyolali. Sehingga terdapat permintaan kebutuhan primer ataupun sekunder yang juga meningkat terutama pada sektor perumahan. Dari banyaknya jumlah permintaan kebutuhan papan kini kabupaten boyolali juga terdapat pertumbuhan dalam sektor pembangunan yakni seperti perumahan subsidi, jumlah perumahan yang terdaftar sejak 8 april 2022 terdapat 379 perumahan yang telah terdaftar di (BPS) badan pusat statistik kabupaten boyolali. Jumlah perumahan terbanyak terdapat di kecamatan mojosongo boyolali sebanyak 66 unit pada tahun 2022 dan kini mulai banyak perumahan-perumahan baru yang menandakan banyaknya minat penduduk untuk mendirikan tempat terutama perumahan di kawasan mojosongo, seperti perumahan perumahan The Life Platinum Boyolali yang dibangun sejak 2023, perumahan Winong Asri yang juga berdiri pada tahun 2023 dengan bertambahnya perumahan-perumahan baru tersebut maka memungkinkan laju Pembangunan setiap tahunnya juga akan meningkat seiring dengan bertambahnya populasi penduduk di area boyolali khususnya kecamatan mojosongo.

Sehingga dari latar belakang di atas maka penulis bermaksud melakukan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh harga, lokasi, dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen rumah subsidi di PT. Lima Sejahtera Jaya. Dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, diharapkan PT. Lima Sejahtera Jaya dapat terus meningkatkan kualitas produk dan layanannya untuk memenuhi harapan konsumen dan mendukung keberhasilan program rumah subsidi secara keseluruhan.

B. Rumusan Masalah

Adapun perumusan masalah yang dihadapi penulis selama dalam pembuatan skripsi adalah :

1. Apakah pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen rumah subsidi di PT. Lima Sejahtera Jaya?
2. Apakah pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumen rumah subsidi di PT. Lima Sejahtera Jaya?
3. Apakah pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen rumah subsidi di PT. Lima Sejahtera Jaya?

C. Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka dapat disebutkan tujuan masalah sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen rumah subsidi di PT. Lima Sejahtera Jaya.
2. Mengetahui pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen rumah subsidi di PT. Lima Sejahtera Jaya.
3. Mengetahui pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumen rumah subsidi di PT. Lima Sejahtera Jaya.

D. Manfaat

Skripsi ini diharapkan memberikan manfaat-manfaat sebagai berikut:

1. Memberi wawasan baru mengenai pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen rumah subsidi di PT. Lima Sejahtera Jaya.
2. Memberi wawasan baru mengenai pengaruh lokasi terhadap kepuasan

konsumen rumah subsidi di PT. Lima Sejahtera Jaya.

3. Memberi wawasan baru mengenai pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumen rumah subsidi di PT. Lima Sejahtera Jaya

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Pustaka

Teori tentang perumahan ada beberapa pengertian mengenai rumah dan perumahan. Menurut American Institute of Real Estate Appraisers. (1993) pengertian property perumahan adalah tanah kosong atau sebidang tanah yang dikembangkan, digunakan atau disediakan untuk tempat kediaman, seperti single family houses, apartemen, rumah susun. Berdasarkan Undang-Undang No. 4 Tahun 1992 tentang Perumahan dan Permukiman :

1. Rumah adalah bangunan yang berfungsi sebagai tempat tinggal atau hunian dan sarana pembinaan keluarga.
2. Perumahan adalah kelompok rumah yang berfungsi sebagai lingkungan tempat tinggal atau lingkungan hunian yang dilengkapi dengan prasarana dan sarana lingkungan.
3. Permukiman adalah bagian dari lingkungan hidup di luar kawasan lindung, baik yang berupa kawasan perkotaan maupun perdesaan yang berfungsi sebagai lingkungan tempat tinggal atau lingkungan hunian dan tempat kegiatan yang mendukung perikehidupan dan penghidupan.

Menurut American Institute Of Real Estate Appraisal (1993), residential property dibagi menjadi single family residential dan multifamily residential. Menurut Rahman (1995) properti perumahan bisa dikategorikan kepada beberapa jenis, yaitu :

1. Rumah tinggal, dapat dibedakan menjadi rumah elit, rumah menengah, rumah sederhana dan rumah murah.
 2. Flat, dapat dibedakan menjadi rumah susun, apartemen, dan kondominium.
- Menurut SKB Menteri Dalam Negeri, Menteri PU, Menteri Perumahan Rakyat.

Tahun 1992 Properti perumahan dapat dikategorikan menjadi beberapa jenis, yaitu:

1. Rumah sederhana adalah rumah yang dibangun di atas tanah dengan luas

kaveling antara 54 m² sampai 200 m² dan biaya pembangunan per m² tidak melebihi dari harga satuan per m² tertinggi untuk pembangunan perumahan dinas pemerintan kelas C yang berlaku.

2. Rumah menengah adalah rumah yang dibangun di atas tanah dengan luas kaveling antara 200 m² sampai 600 m² dan/atau biaya pembangunan per m² antara harga satuan per m² tertinggi untuk pembangunan perumahan dinas pemerinah kelas C sampai A yang berlaku.
3. Rumah mewah adalah rumah yang dibangun di atas tanah dengan luas kaveling antara 600 m² sampai dengan 2000 m² dan/ atau biaya pembangunan per m² di atas harga satuan per m² tertinggi untuk pembangunan perumahan dinas kelas A yang berlaku Menurut Rahman (1995),

Karakteristik perumahan yang bersifat unik terutama menyangkut hal- hal sebagai berikut:

1. Lokasinya yang tetap dan hampir tidak mungkin dipindah.
2. Pemanfaatannya dalam jangka panjang.
3. Bersifat heterogen secara multidimensional, terutama dalam lokasi, sumber daya alam dan preferensinya.
4. Secara fisik dapat dimodifikasi. Secara Spasial lokasinya tetap berarti bahwa lokasi perumahan memiliki atribut yang khusus tidak saja menyangkut aspek fisik, tetapi juga aspek kenyamanan.

Secara sosial, akses pada fasilitas umum, pusat perbelanjaan dan kebutuhan sehari-hari lainnya. Jarak dengan tempat kerja, gaya hidup dan kebutuhan sehari-hari lainnya. Jarak dengan tempat kerja, gaya hidup dan kenyamanan lingkungan sekelilingnya dan tujuan lainnya. Pemanfaatan rumah tinggal dalam jangka panjang adalah ciri umum dari bangunan perumahan. Pada umumnya penghuni rumah melakukan modifikasi bentuk, interior, eksterior, dan ruangan bangunan perumahan dari bentuk aslinya. Dari sisi pasar perumahan, di lokasi yang lain. Di lain pihak, modifikasi hunian yang banyak dilakukan oleh individu-individu di suatu lingkungan perumahan tertentu akan mempengaruhi kondisi pasar perumahan di lingkungan tersebut.

a. Teori tentang harga

Permintaan dan penawaran, semakin tinggi harga barang akan mengakibatkan penurunan permintaan akan barang yang dimaksud, begitupun sebaliknya. Pada penelitian ini konsumen akan merasa harga rumah yang ditawarkan pengembang sesuai apabila konsumen tersebut merasa manfaat yang didapat dari rumah tersebut besar dan nilainya seimbang dengan harga yang ditawarkan. Harga meliputi jumlah suatu barang yang ingin dibeli, oleh setiap konsumen pada setiap tingkat harga, dengan kata lain penjumlahan permintaan individu. Elastisitas permintaan *Price elasticity of demand*, adalah konsep yang menghubungkan perubahan kuantitas pembelian atau permintaan optimal atas suatu komoditi dengan perubahan harga relatif. Permintaan Terhadap Rumah Munculnya permintaan akan rumah, pada dasarnya merupakan permintaan jumlah produk rumah pada berbagai tingkat harga. Hal ini dikarenakan adanya keinginan untuk konsumsi jasa perumahan untuk memenuhi kebutuhan hidup dalam rumah tangga, ditentukannya jumlah penduduk besar kecilnya ukuran keluarga, faktor penentu terhadap rumah pada dasarnya bersifat kompleks karena tergantung pada banyak hal. (Sjafriza, 2017).

Pendapatan juga mempengaruhi akan minat seorang konsumen, Kesanggupan seseorang di dalam memiliki rumah sangat dipengaruhi pendapatan yang diperolehnya. Apabila pendapatan seseorang meningkat dan kondisi perekonomian tidak resesi dan inflasi, kecenderungan untuk memiliki rumah akan meningkat baik secara kualitas maupun kuantitas, sehingga dari suatu pendapatan yang cukup seseorang tersebut dapat memiliki kemudahan dalam mengajukan suatu pinjaman. Kemudahan mendapat pinjaman pada pasar property perumahan, permintaan perumahan dipengaruhi juga oleh kebijakan pemerintah dan institusi keuangan seperti perbankan. Karakteristik pasar property yaitu membutuhkan dana besar, menyebabkan konsumen sangat tergantung pada kemudahan pendanaan. Apabila

kemudahan tersebut dapat diperoleh konsumen, dipercaya permintaan akan rumah oleh konsumen akan bertambah. Sebaliknya jika syarat mendapatkan pinjaman sangat ketat atau suku bunga pinjaman tinggi akan menurunkan permintaan rumah oleh masyarakat.

Syarat-syarat pengajuan KPR bagi nasabah yang berminat untuk mendapatkan rumah bersubsidi yaitu :

- 1) Penghasilan Maksimal Rp 4 Juta.
- 2) Tidak Pernah Menerima Subsidi KPR Sebeumnya.
- 3) Saldo Minimal Tiga Juta.
- 4) Karyawan Perusahaan Dengan Masa Kerja Minimal Satu Tahun.
- 5) Surat Keterangan Gaji atau Slip Gaji .
- 6) Surat Keterangan Tidak Memiliki Rumah
- 7) Keterangan Dokumen Pribadi Lainnya.

Indikator harga, produk yang dapat bersaing adalah produk atau jasa yang memiliki harga kompetitif maka dalam penetapan harga jual suatu produk atau jasa maka harus mempertimbangkan beberapa indikator harga. Menurut Kotler dan Armstrong dalam Amalia et al. (2017) menyebutkan ada 5 indikator harga yaitu:

- 1) Keterjangkauan harga
Sebelum melakukan pembelian konsumen akan mempertimbangkan harga yang ditetapkan oleh penjual. Produk-produk yang dijual dengan harga yang terjangkau merupakan harapan dari konsumen.
- 2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk
Konsumen akan memilih produk yang memiliki harga yang murah, namun untuk produk tertentu biasanya konsumen tidak keberatan dengan harga yang mahal asalkan kualitas produk yang diberikan baik.
- 3) Daya saing harga

Harga yang ditetapkan oleh penjual harus mempertimbangkan harga jual yang ditetapkan oleh pesaing agar produk atau jasa yang dipasarkan dapat bersaing .

4) Kesesuaian harga dengan manfaat

Konsumen terkadang lebih mengutamakan manfaat dari produk atau jasa yang diinginkannya, sehingga konsumen mengabaikan harganya.

b. Teori tentang lokasi

Keberadaan lokasi rumah, apakah dipusat atau pinggir kota sangat mempengaruhi minat konsumen dalam membeli rumah. Semakin strategis letak rumah tersebut berarti semakin baik dan semakin tinggi nilai dan manfaat rumah yang didapat oleh konsumen sehingga memiliki tingkat permintaan yang semakin tinggi. Lingkungan memiliki dua aspek dimensi yaitu lingkungan fisik dan lingkungan sosial. Yang termasuk dalam lingkungan sosial adalah semua interaksi sosial antara dan di antara masyarakat (Tarigan R, 2006). Konsumen dapat berinteraksi dengan orang lain baik secara langsung maupun secara mengamati. Sedangkan yang termasuk lingkungan fisik (physical environment) adalah semua aspek non manusia dalam lingkungan dimana perilaku konsumen terjadi (Tarigan R, 2006). Setiap aspek lingkungan fisik dapat dibagi menjadi elemen ruang (spatial) dan nonruang (non spatial). Untuk sebagian besar masyarakat, lingkungan memiliki peranan penting dalam menentukan keputusan terhadap pembelian perumahan. Apalagi untuk yang memiliki keluarga baru, karena lingkungan akan membentuk karakter anak dan keluarga, kenyamanan dan keamanan juga mempengaruhi pembeli dalam menentukan pembelian rumah. Apalagi ditambah kesibukan Masyarakat modern dengan pekerjaan, tentu untuk menghilangkan kejenuhan dan rutinitas hanya bias diwujudkan dalam lingkungan perumahan, karena rumah adalah tempat untuk beristirahat sekaligus menghabiskan waktu bersama keluarga.

Indikator lokasi, Menurut Burgess dalam Mulyo Hendarto (2002), penyebaran permukiman dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain :

- 1) Saingan (*Competition*). Warga kota yang satu dengan yang lainnya saling bersaing mendapatkan perumahan sesuai dengan keinginannya. Hak Milik Pribadi (*Private Ownership*).
- 2) Tanah-tanah yang sudah dimiliki dan direncanakan untuk membangun rumahnya, tidak mudah dimiliki oleh pihak lain.
- 3) Perbedaan Keinginan (*Differential Desirability*). Penilaian ini berkaitan dengan masalah pribadi, masalah prestise, masalah sosial, dan lainnya.
- 4) Topografi. Secara langsung maupun tidak langsung topografi ini berpengaruh terhadap kedudukan dari suatu bangunan, sehingga dapat mempengaruhi harga tanah ataupun bangunan di tempat-tempat tertentu, daya tarik untuk memiliki atau menolak tempat tersebut.
- 5) Transportasi. Berpengaruh terhadap waktu dan biaya perjalanan dikaitkan dengan ketersediaan dan kemampuan finansial, maka hal ini akan juga berpengaruh terhadap lokasi dan juga persebaran permukiman.
- 6) Struktur Asal (*Intertia of Early*). Kota-kota dengan bangunan historis yang memiliki nilai budaya yang tinggi akan mempunyai kesulitan dalam rangka mengatur permukiman masa kini.

Menurut (Mahfud, 2000), karakteristik perumahan yang bersifat unik terutama menyangkut hal-hal sebagai berikut :

- 1) Lokasinya yang tetap dan hampir tidak mungkin dipindah.
 - 2) Pemanfaatannya dalam jangka panjang.
 - 3) Bersifat heterogen secara multidimensional, terutama dalam lokasi, sumber daya alam dan preferensinya.
- Secara fisik dapat dimodifikasi.

Secara spasial lokasinya tetap berarti bahwa lokasi perumahan memiliki atribut yang khusus tidak saja menyangkut aspek fisik, tetapi juga aspek kenyamanan, strata sosial, akses pada fasilitas umum, pusat perbelanjaan dan kebutuhan sehari-hari lainnya. Jarak dengan tempat kerja, gaya hidup dan kebutuhan sehari-hari lainnya. Jarak dengan tempat kerja, gaya hidup dan kenyamanan lingkungan sekelilingnya dan tujuan lainnya. Pemanfaatan rumah tinggal dalam jangka panjang adalah ciri umum dari bangunan perumahan. Pada umumnya penghuni rumah melakukan modifikasi bentuk, interior, eksterior, dan ruangan bangunan perumahan dari bentuk aslinya. Dari sisi pasar perumahan, di lokasi yang lain. Di lain pihak, modifikasi hunian yang banyak dilakukan oleh individu-individu disuatu lingkungan perumahan tertentu akan mempengaruhi kondisi pasar perumahan di lingkungan tersebut.

Ada beberapa indikator lokasi menurut (Setiono et al., 2020), yaitu:

- 1) Akses, misalnya lokasi perumahan dapat diakses dengan mudah oleh kendaraan dan dilalui oleh transportasi umum.
- 2) Dekat dengan pusat bisnis, misalnya perkantoran, supermarket, pasar dan lain-lain.
- 3) Infrastruktur jalan yang memadai, artinya jalan menuju perumahan atau jasa di perumahan tersebut sudah layak ditempati.
- 4) Fasilitas umum, seperti kesehatan, pendidikan, olahraga, rekreasi.
- 5) Fasilitas peribadatan, seperti lokasi dekat dengan tempat ibadah mesjid, gereja, dan lain-lain

c. Teori Tentang Fasilitas Perumahan

Fasilitas umum dan fasilitas sosial yang tersedia dalam lingkup perumahan. Keberadaan fasilitas tersebut tentunya semakin menarik minat konsumen sehingga dapat meningkatkan permintaan akan rumah

subsidi. Pada penelitian ini fasilitas yang tersedia akan berpengaruh pada permintaan konsumen untuk membeli rumah subsidi. Dimasa ini banyak sekali jenis properti perumahan yang ditawarkan kepada masyarakat. Kalau dulu hanya mengenal Perumnas (Perumahan Umum/ Nasional) atau masyarakat hanya bisa membeli rumah berdasarkan kapling dan lokasi saja, tetapi seiring dengan perkembangan jaman dan kebutuhan masyarakat, Produsen mulai menawarkan keragaman tipe perumahan. Hal ini dilihat dengan keanekaragaman tipe – tipe perumahan yang ditawarkan. Fasilitas dibedakan atas dua jenis, yaitu fasilitas umum dan fasilitas sosial. Fasilitas umum berupa prasarana dasar seperti jalan, listrik, telepon, dan air, sedangkan fasilitas sosial misalnya rumah sakit, pendidikan, perumahan, dan peribadatan. Semua jenis fasilitas ini harus disediakan oleh pemerintah kota untuk menunjang kegiatan masyarakatnya.

Namun, tentu saja semua fasilitas, baik itu pelayanan maupun aksesibilitas harus dapat dijangkau segala lapisan masyarakat. Ada yang menawarkan perumahan dengan fasilitas clubhouse, sarana olahraga, jogging track, arena bermain, waterboom sampai cluster dengan fasilitas pantai. Fenomena tersebut menginterpertrasikan bahwa masyarakat sudah jenuh dengan kehidupan yang statis dimana setiap hari selalu disibukan dengan kegiatan pekerjaan, kemacetan lalu lintas dan hiruk piuk kota.

Adapun fasilitas yang berpengaruh terhadap minat konsumen, sehingga Indikator tempat tinggal yang dinilai ada 5 item yaitu jenis atap rumah, dinding, status kepemilikan rumah, lantai dan luas lantai. Dari 5 item tersebut kemudian akan digolongkan ke dalam 3 golongan yaitu:

- 1) Permanen

Kriteria permanen ditentukan oleh kualitas dinding, atap dan lantai. Bangunan rumah permanen adalah rumah yang dindingnya terbuat dari tembok/kayu kualitas tinggi, lantai

terbuat dari ubin/keramik/kayu kualitas tinggi dan atapnya terbuat dari seng/genteng/sirap/asbes (BPS, 2012).

2) Semi Permanen

Rumah semi permanen adalah rumah yang dindingnya setengah tembok/bata tanpa plaster/kayu kualitas rendah dan atapnya, lantainya dari ubin/semen/kayu kualitas rendah seng/genteng/sirap/asbes (BPS, 2012) .

3) Non Permanen

Sedangkan rumah tidak permanen adalah rumah yang dindingnya sangat sederhana (bambu/papan/daun) lantainya dari tanah dan atapnya dari daun-daunan atau atap campuran genteng/seng bekas dan sejenisnya (BPS, 2012).

Keputusan pembelian rumah bersubsidi merupakan suatu keputusan yang diambil setelah memperhatikan semua aspek untuk kemudian melakukan pemilihan terhadap alternatif keputusan yang tersedia. Berdasarkan pendapat Tambunan (2009) dalam Benny Rafika et al. (2015) mengenai dimensi fasilitas, maka data penelitian fasilitas akan berisi penilaian responden mengenai kelengkapan dan kondisi fasilitas, dengan indikator fasilitas perumahan adalah:

- a) Kelengkapan fasilitas rumah
- b) Kelengkapan fasilitas umum
- c) Kelengkapan fasilitas social
- d) Kondisi fasilitas
- e) Garansi fasilitas

d. Teori Kepuasan Konsumen

Menurut Adisaputro (2010: 67) menjelaskan bahwa kepuasan adalah perasaan seseorang untuk menjadi senang atau kecewa sebagai hasil dari perbandingan antara kinerja produk yang dipersepsikan (hasil atau outcome) yang dihubungkan dengan harapannya. Menurut Kotler & Keller (2009: 50)kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau

kecewa seseorang dan merupakan suatu penilaian komparatif yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja suatu produk dengan harapan- harapannya, yang dijabarkan sebagai berikut: (1) Jika kinerja berada dibawah harapan, maka konsumen menjadi tidak puas. (2) Jika kinerja sama dengan harapan, maka konsumen akan puas. (3) Jika kinerja melampaui harapan, maka konsumen akan sangat puas atau sangat senang.

Indikator Kepuasan konsumen, Keputusan pembelian dalam penelitian ini adalah sebagai variabel intervening. Data keputusan pembelian adalah berupa pernyataan responden mengenai kriteria dalam mengambil keputusan pembelian perumahan. Indikator keputusan pembelian yang mengacu pada pendapat Kotler & Keller (2012: 161) yang disesuaikan dengan objek penelitian adalah:

- 1) Pemilihan produk
- 2) Pemilihan brand
- 3) Pemilihan penyalur
- 4) Metode pembayaran
- 5) Bentuk atau desain produk

B. Penelitian terdahulu

Tabel 2. 1 Penelitian terdahulu

No	Peneliti	Judul	Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
1	Hairudin dan Hasbullah	“pengaruh promosi, harga, dan lokasi pada keputusan pembelian rumah subsidi di Villa Sutra	Berdasarkan hasil penelitian disimpulkan bahwa R Square diperoleh sebesar 0,571 menunjukkan bahwa promosi, harga, dan lokasi mempunyai	- metode yang digunakan sama-sama menggunakan metode kualitatif - topik pembahasan	perbedaan dari penelitian terdahulu ini adalah penelitian terdahulu menambahkan objek penelitian rumah non subsidi

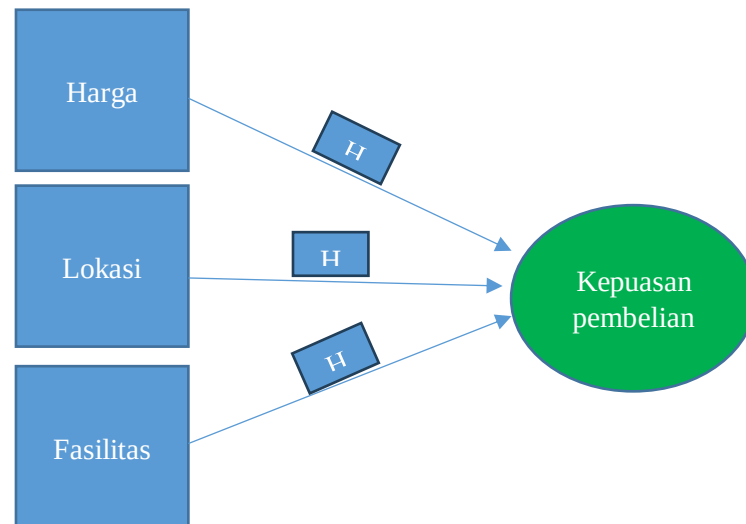
No	Peneliti	Judul	Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
		di PT. Mitra Saburai Properti.”	kemampuan dalam menjelaskan keputusan pembelian sebesar 57,1%.	memiliki inti persamaan harga dan metode peminjaman KPR.	tetapi penelitian ini tidak ada perumahan non subsidi
2	Supri Setyaji	“Penerapan anggaran biaya produksi sebagai alat perencanaan dan pengendalian produksi pada PT. Surya Rengo Containers Cabang Surabaya.”	Yang berisi untuk mengetahui dan menganalisis penerapan anggaran biaya produksi yang dikeluarkan oleh perusahaan yang digunakan sebagai alat perencanaan dan pengendalian produksi pada PT. Surya Rengo Containers Cabang Surabaya.	• metode yang digunakan sama-sama menggunakan metode kualitatif • topik yang dibahas sama-sama memiliki keinginan menekan biaya produksi yang rendah dengan laba yang tinggi	Perbedaan dari penelitian terdahulu yakni penelitian terdahulu melakukan praktik di kawasan surabaya dan penelitian ini di lakukan di boyolali.
3	Rachmat Agus Santoso	“Analisis Literature Review Tentang Efektivitas Perencanaan Dan Pengendalian	Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses perencanaan dan pengendalian biaya produksi melibatkan berbagai langkah komprehensif, mulai	• metode yang digunakan sama-sama menggunakan metode kualitatif • topik yang dibahas sama-	Perbedaan dari penelitian terdahulu hanya meneliti sistem pengendalian produksi.

No	Peneliti	Judul	Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
		Anggaran Biaya Produksi Di Perusahaan”	dari identifikasi masalah hingga koreksi dan perbaikan. Kedua penelitian menekankan pentingnya pengendalian biaya produksi untuk memastikan bahwa anggaran yang disusun dapat diimplementasikan secara efektif.	sama memiliki keinginan menekan biaya produksi yang rendah dengan laba yang tinggi	
4	Vilencia kerap	Analisis Anggaran Biaya Produksi Pada PT. Anping Seafood Indonesia.	Dari hasil perhitungan analisis realisasi biaya bahan baku tahun 2020 diperoleh selisih yang tidak menguntungkan perusahaan sedangkan realisasi biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik variabel berada pada posisi yang menguntungkan bagi	- metode yang digunakan sama-sama menggunakan metode kualitatif - topik yang dibahas sama-sama memiliki keinginan menekan biaya produksi yang rendah dengan laba yang tinggi	Perbedaan dari penelitian terdahulu yakni penelitian terdahulu hanya menghitung biaya produksi bahan baku hingga menjadi unit rumah.

No	Peneliti	Judul	Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
			perusahaan, secara keseluruhan realisasi total biaya produksi diperoleh selisih yang menguntungkan, selisih ini merupakan tanggung jawab dari pihak manajemen Perusahaan Juni (2022).		
5	Ratna ginting dan Limria	"Analisis anggaran biaya produksi sebagai alat perencanaan dan pengendalian biaya produksi pada PT. INDAPO BATU RONGKAM"	Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan anggaran haruslah juga disertai dengan analisis varians yang lebih dalam untuk mengetahui penyebab terjadinya penyimpangan yang ada sehingga kedepannya dapat diambil langkah yang diperlukan untuk dapat meminimalkan varians yang tidak menguntungkan.	• metode yang digunakan sama-sama menggunakan metode kualitatif • topik yang dibahas sama-sama memiliki keinginan menekan biaya produksi yang rendah dengan laba yang tinggi	Perbedaan dari penelitian terdahulu yakni hanya meneliti tentang biaya produksi.

No	Peneliti	Judul	Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
			Dengan demikian fungsi anggaran sebagai alat perencanaan dan pengendalian dapat lebih efektif dan efisien (2019).		
6	Rabil Al-Murizzki	“ANALISIS ANGGARAN BIAYA PRODUKSI SEBAGAI ALAT PERENCANAAN DAN PENGAWASAN (STUDI KASUS PT. DUTA PALMA NUSANTARA SEI KUKO’ KECAMATAN BENAI KABUPATEN Kuantan Singingi)”	Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa Dalam perencanaan penyusunan anggaran PT. Duta Palma Nusantara Sei Kuko’ sudah menerapkan sistem bottom up, yaitu perusahaan mengikuti sertakan semua bagian-bagian mulai dari bagian terendah sampai bagian tertinggi untuk memberikan usulan, ide, dan saran tentang anggaran periode selanjutnya.	• metode yang digunakan sama-sama menggunakan metode kualitatif • topik yang dibahas sama-sama memiliki keinginan menekan biaya produksi yang rendah dengan laba yang tinggi	Perbedaan dari penelitian terdahulu yakni hanya meneliti populasi yang masih sedikit.

C. Kerangka pikir



Gambar 2. 1 Skema kerangka berfikir

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban atau gambaran awal sebuah penelitian yang masih perlu untuk di uji kebenarannya yang dilakukan melalui sebuah proses penelitian:

H1 : Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian indikator harga adalah: keterjangkauan harga, pertumbuhan harga pesaing, kesesuaian harga dengan kualitas produk, kesesuaian harga dengan manfaat yang dihasilkan (Saladin, 2010)

H2 : Lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian lokasi merupakan keputusan yang dibuat perusahaan berkaitan dengan dimana operasi dan stafnya akan ditempatkan, dan lokasi merupakan gabungan antara lokasi dan keputusan atas saluran distribusi, dalam hal ini berhubungan dengan cara penyampaian jasa kepada konsumen dan dimana lokasi yang strategi. Lupiyoadi (2017) dalam Puspa (2017)

H3 : Fasilitas berpengaruh terhadap keputusan pembelian Fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen. Adapun indikator dari fasilitas antara lain peralatan dan fasilitas yang lengkap dan nyaman, gedung atau kantor yang memadai dan nyaman, petugas yang ramah, sopan dan rapih

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

1. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Harga yang kompetitif dan sesuai dengan kualitas produk/jasa yang ditawarkan dapat meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan.

2. Pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen

Lokasi terbukti berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Faktor kemudahan akses, ketersediaan transportasi, dan kedekatan dengan pusat aktivitas konsumen menjadi faktor utama dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

3. Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen

Fasilitas yang disediakan oleh PT Lima Sejahtera Jaya juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Fasilitas yang lengkap, nyaman, dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan dapat meningkatkan pengalaman dan loyalitas konsumen terhadap perusahaan.

4. Pengaruh Simultan Harga, Lokasi, dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen

Secara simultan, harga, lokasi, dan fasilitas berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut saling mendukung dalam menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan, sehingga perusahaan perlu mempertahankan dan meningkatkan aspek-aspek tersebut untuk mempertahankan kepuasan

B. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, beberapa saran yang dapat diberikan untuk PT Lima Sejahtera Jaya adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan Kualitas Lokasi

Jika memungkinkan, perusahaan dapat memperbaiki aksesibilitas lokasi

atau mempertimbangkan ekspansi ke area yang lebih strategis agar lebih mudah dijangkau oleh pelanggan.

2. Peningkatan Fasilitas

Perusahaan dapat melakukan perbaikan dan penambahan fasilitas yang mendukung kenyamanan pelanggan, seperti area parkir yang lebih luas, ruang tunggu yang nyaman, serta layanan tambahan yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

3. Evaluasi dan Peningkatan Berkelanjutan

PT Lima Sejahtera Jaya sebaiknya terus melakukan evaluasi terhadap harga, lokasi, dan fasilitas secara berkala guna memastikan bahwa ketiga faktor tersebut tetap sesuai dengan kebutuhan dan harapan konsumen.

Dengan menerapkan saran-saran tersebut, diharapkan PT Lima Sejahtera Jaya dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan mempertahankan loyalitas konsumen dalam jangka panjang.

DAFTAR PUSTAKA

- Adisaputro, G. (2010). *Manajemen Pemasaran Analisis Untuk Perancangan Strategi Pemasaran. Cetakan Pertama*. STIM YKPN.
- Amalia, Suri, & Asmara. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi Di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(1), 666.
- American Institute of Real Estate Appraisers. (1993). *The Dictionary of Real Estate Appraisal*. American Institute of Real Estate Appraisers.
- Arikunto. (2002). *Metodologi Penelitian*. Rineka Cipta.
- Benny Rafika, Nova, & Sutopo. (2015). Analisis Pengaruh Harga, Lokasi dan Fasilitas Terhadap Pembelian Rumah di Surabaya (Studi Kasus Perumahan Griya Sutorejo Asri-Surabaya). *Jurnal Manajemen Branch Marc k.Surabaya.UBS*.
- Ghozali. (2011). *Aplikasi Anaisis multivariate dengan program IBM SPSS*.
- Ghozali I. (2006). *Aplikasi Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, I., Triwiyanto, T., & Kusumaningrum, D. E. (2018). Pendampingan penulisan artikel ilmiah bagi para guru sekolah menengah pertama. *Abdimas Pedagogi: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 128–135.
- Kotler, & Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran. Edisi 13*. PT Gelora Aksara Pratama.
- Kotler, P., & Amstrong. (2017). *Principle Of Marketing. Edisi Ketujuhbelas*. . Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. (2009). *Manajemen Pemasaran. 13th editi*. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. (2017). *Manajemen Pemasaran. In Marketing Management, Thirteenth Edition*. Penerbit Erlangga.
- Lupiyoadi, Hamdani. (2017). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat.
- Mahfud, s. (2000). *Model Penelitian Property Berbagai Penggunaan Tanah di*

Indonesia. Yayasan Bina Umat Sejahtera.

- Mulyo Hendarto. (2002). *Materi Pekuliahan Ekonomi Perkotaan*, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Nurussyifa, R., & Listiadi, A. (2021). Pengaruh mata diklat produktif akuntansi, kompetensi siswa, dan lingkungan keluarga terhadap kesiapan kerja melalui mediasi efikasi diri. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 13(1), 164–177.
- Rahman. (1995). *Doktrin Ekonomi Islam, Jilid 1*. PT Dhana Bhakti Wakaf.
- Saputra, A. (2012). Faktor Kepribadian dalam Perilaku Konsumen. [Http://Angga.Blog.Esaunggul.Ac.Id/2012/11/04/Faktor-Kepribadian-Dalam-Perilaku-Konsumen/](http://Angga.Blog.Esaunggul.Ac.Id/2012/11/04/Faktor-Kepribadian-Dalam-Perilaku-Konsumen/).
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Consumer Behavior*. Pearson Prentice Hall., 10.
- Setiono, S., Koosdaryani, K., Suryoto, S., & Ulyanisa, N. (2020). Selera Masyarakat dalam Menentukan Perumahan di Kabupaten Sukoharjo dengan Metode Fuzzy-AHP. *Matriks Teknik Sipil*, 8(2).
- Siregar. (2009). *Analisis Perbedaan Pembiayaan KPR Bank Konvensional dan Pembiayaan KPRS Bank Syariah di Medan*.
- Sjafriza. (2017). *Ekonomi Wilayah dan Perkotaan*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA.
- Sugiyono, P. D. (2017). *Metode penelitian manajemen*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Supangat, A. (2010). *Statistik dalam Kajian Deskriptif, Inferensi, dan Nonparametrik*. Kencana Prenada Media Group.
- Tarigan R. (2006). *Perencanaan Pembangunan Wilayah, Edisi Revisi*. Bumi Aksara.
- Umaira, S., & Adnan, A. (2019). Pengaruh partisipasi masyarakat, kompetensi sumber daya manusia, dan pengawasan terhadap akuntabilitas pengelolaan dana desa (studi kasus pada kabupaten aceh barat daya). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi*, 4(3), 471–481.

Yuniarsih. (2009). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Alfabeta.

Ziyadin, A. W. (2024). *Prototipe sistem kendali dan monitoring air PDAM di perumahan* (Doctoral dissertation, UIN Sunan Gunung Djati Bandung).