JURNAL

PENGARUH HARGA, FASILITAS DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PERUMAHAN SAMBIREJO REGENCY KABUPATEN KEDIRI

EFFECT OF PRICE, FACILITIES AND QUALITY OF CUSTOMER SATISFACTION IN HOUSING SAMBIREJO REGENCY KEDIRI

Oleh:

DIKY CITRA DWI ARIANTO
NPM. 12.1.02.02.0300

Dibimbing oleh :

1. Ema Nurzainul,S.E.,M.M
2. Rino Sardanto,S.Pd., M.Pd.

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NUSANTARA PERSATUAN GURU REPUBLIK INDONESIA
UN PGRI KEDIRI

2017

SURAT PERNYATAAN
ARTIKEL SKRIPSI TAHUN 2017

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap	: Diky Citra Dwi Arianto
NPM	: 12.1.02.02.0300
Telepon/HP	: 085 755 646 282
Alamat Surel (Email)	: dickycitra711@gmail.com
Judul Artikel	: Pengaruh Harga, Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Sambirejo Regency Kabupaten Kediri
Fakultas – Program Studi	: Fakultas Ekonomi – Manajemen
Nama Perguruan Tinggi	: UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
Alamat Perguruan Tinggi	: Kampus I Jl. KH. Achmad Dahlan No. 76 kediri

Dengan ini menyatakan bahwa :

a. artikel yang saya tulis merupakan karya saya pribadi (bersama tim penulis) dan bebas plagiarisme;
b. artikel telah diteliti dan disetujui untuk diterbitkan oleh Dosen Pembimbing I dan II.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian data dengan pernyataan ini dan atau ada tuntutan dari pihak lain, saya bersedia bertanggungjawab dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Mengetahui		Kediri, 9 Februari 2017
Pembimbing I	Pembimbing II	Penulis,
Ema Nurzainul,S.E.,M.M. NIDN. 0727127801	Rino Sardanto,S.Pd., M.Pd NIDN. 0730127403	Diky Citra Dwi Arianto 12.1.02.02.0300

PENGARUH HARGA, FASILITAS DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PERUMAHAN SAMBIREJO REGENCY KABUPATEN KEDIRI

Diky Citra Dwi Arianto
12.1.02.02.0300
Fakultas Ekonomi – Manajemen
dickycitra711@gmail.com
Ema Nurzainul,S.E.,M.M. dan Rino Sardanto,S.Pd., M.Pd.
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Perumahan Sambirejo Regency merupakan salah satu elemen penting pemenuhan kebutuhan tempat tinggal. Dengan memahami kebutuhan keinginan dan permintaan konsumen, maka akan memberikan pemasukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi konsumenya. Rmumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh harga, fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Perumahan Sambirejo Regency?".

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Perumahan Sambirejo Regency sebanyak 47. Variabel penelitian ini terdiri dari harga, fasilitas dan kualitas pelayanan sebagai variabel bebas dan kepuasan konsumen sebagai variabel terikat. Metode pengumpulan data yaitu dengan tehnik yaitu kuesioner Analisis data menggunakan analisis deskriptif presentase dan analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukan bahwa, (1) harga tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. (2) fasilitas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. (3) kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. (4) harga, fasilitas dan kualitas pelayanan secara bersama sama mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Hasil penelitian di atas di harapkan Perumahan Sambirejo regency untuk memperhatikan harga, meningkatkan fasilitas dan kualitas pelayanan sehingga dapat terciptanya kepuasan konsumen dan meningkatkan jumlah konsumen pada Perumahan Sambirejo Regency

KATA KUNCI : Harga, Fasilitas, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.

I. LATAR BELAKANG

Kepuasan pada hakikatnya merupakan suatu hal yang sangat berharga demi mempertahankan keberadaan konsumennya tersebut untuk tetap berjalannya suatu bisnis atau usaha (Kotler, 2001:54). Karena kepuasan konsumen merupakan salah satu alasan konsumen untuk melangkah ke tahap selanjutnya. Apabila kinerja tidak sesuai yang di harapkan maka konsumen akan merasa tidak puas dan tidak akan merekomendasikan pada konsumen lain. Untuk dapat memperkirakan kepuasan konsumen Lupiyoadi (2001: 68), menyebutkan lima faktor utama yang perlu diperhatikan yaitu : kualitas produk, kualitas pelayanan, fasilitas, harga, dan biaya.

Harga sangat penting pada perusahaan yang bergerak dalam bidang barang, harga yang baik akan meningkatkan lebih banyak konsumen. Harga merupakan suatu cara bagi seorang penjual untuk membedakan penawaranya dari para pesaing. Sehingga penetapan harga dapat dipertimbangkan sebagai bagian dari fungsi deferensiasi barang dalam pemasaran. Harga juga dapat menjadi indikator kualitas dimana suatu produk dengan kualitas tinggi akan berani dipatok dengan harga yang tinggi pula. Apabila harga yang diketahui sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen, maka hal tersebut akan menimbulkan kepuasan bagi konsumen.

Menurut penelitian Enjeli Dwi (2009), kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan fasilitas. Fasilitas diberikan oleh perusahaan guna untuk menarik konsumen. Menurut Tjiptono (2015:56), "Fasilitas adalah sumber dafa fisik yang ada sebelum suatu jasa dapat di tawarkan kepada konsumen." fasilitas menjadi satu pertimbangan konsumen dalam menentukan pilihan. Fasilitas yang baik akan memberikan kenyamanan bagi konsumen. Hal ini sesuai dengan Bachtiar (2009;123), yang menyatakan bahwa, apabila suatu perusahaan jasa mempunyai fasilitas yang memadai sehingga dapat memudahkan konsumen dalam menggunakan jasanya dan membuat nyaman konsumen dalam menggunakan jasanya tersebut maka akan dapat memberikan kepuasan bagi konsumen. Apa bila fasilitas yang di sediakan sesuai dengan kebutuhan, maka konsumen akan merasa puas.

Demikian pula, kualitas pelayanan juga merupakan unsur yang sangat penting di dalam pemasaran untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Hal ini senada dengan hasil penelitian Maulana (2008) yang menyatakan bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Menurut Lupiyoardi (2008:148), "Kualitas pelayanan adalah strategi dasar bisnis atau spesifikasi yang menghasilkan barang dan jasa yang membuat pelanggan secara mudah terpenuhi kebutuhan dan kepentinganya." Ketika pelayanan yang di berikan mampu memenuhi atau melampaui atau yang di harapkan konsumen maka konsumen tersebut akan merasa puas.

Perumahan Sambirejo Regency Kabupaten Kediri merupakan perumahan yang didirikan di

Kecamatan Sambirejo Regency Kabupaten Kediri, membutuhkan strategi pemasaran yang tepat untuk menjalankan bisnis tersebut agat tetap eksis baik harga, fasilitas maupun kualitas pelayanan. Motivasi pemilikan dan pembelian perumahan Sambirejo Regency didasarkan pada nilai ekonomis dan kebutuhan masyarakat akan tempat tinggal, bahkan untuk saat ini banyak keluarga yang baru menikah enggan tinggal bersama orang tuanya dan memilih untuk mandiri dan perumahan merupakan salah satu solusinya. Semua pembisnis perumahan berlomba-lomba menciptakan inovasi-inovasi baru baik desain, type, lokasi, dan interior terus dikembangkan sesuai selera konsumen. Promosi besar-besaran dilakukan diberbagai media, baik cetak maupun elektronik. Hal ini menunjukkan bahwa permintaan pasar perumahan sangat tinggi. Tingginya permintaan tersebut tidak hanya disebabkan oleh faktor kebutuhan semata, akan tetapi juga banyak dipengaruhi oleh faktor lainnya, seperti atribut produk dan promosi yang dilakukan oleh *marketing* yang membuat konsumen semakin tertarik.

Berkaitan dengan hal di atas maka, perumahan Sambirejo Regency Kabupaten Kediri juga menghadapi tantangan dalam bidang pemasaran. Tingginya kebutuhan masyarakat akan tempat tinggal memicu pula tingginya persaingan dalam bisnis perumahan. Untuk itu, sudah selayaknya pihak manajemen perumahan Sambirejo Regency mengetahui faktor-faktor apa yang mempengaruhi kepuasan konsumen terutama agar dapat merumuskan strategi pemasaran yang tepat dalam memasarkan perumahan Sambirejo Regency.

Berdasarkan uraian di atas peneliti tertarik membahas masalah peneliatian dengan judul: **"Pengaruh Harga, Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Sambirejo Regency Kabupaten Kediri"**

II. METODE

Didalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu: variabel terikat adalah kepuasan konsumen. Variabel bebas adalah harga, fasilitas dan kualitas pelayanan

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kuantitatif, karena data dalam penelitian ini diwujudkan dalam bentuk angka-angka. Dalam penelitian ini teknik yang diambil adalah metode deskriptif,

karena untuk menggambarkan fenomena yang ada.

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh konsumen yang ada di Perumahan Sambirejo Regency yang berjumlah 90. Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin karena jumlah populasi diketahui. Pengambilan sampel dilakukan dengan menngunkan *accidental sampling* adalah teknik penarikan sampel secara kebetulan yaitu siapa saja konsumen perumahan Sambirejo Regency di tempat penelitia. Jadi jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 47 responden

Instrumen yang digunakan dalam penelitian yaitu angket. Kategori jawaban yang digunakan adalah sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Untuk menguji validitas menggunakan teknik analisis korelasi *pearson product moment* dengan bantuan program *SPSS 21.0*. Sedangkan untuk uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan teknik *alfa cronbach*, bantuan program *SPSS* .01

Teknik analisis data yang digunnakan adalah regresi linier berganda. Sebelum melakukan uji regersi linier berganda terlebih dahulu memenuhi asumsi klasik yaitu uji normelitas, multikolinieritas, autokorelasi dan heteroskedastisitas.

Menurut Ghozali (2011:96), adapun model persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut :

$$\mathbf{Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e}$$

keterangan:

Y	= Kepuasan konsumen
a	= Konstanta
X_1	= Harga
X_2	= Fasilitas
X_3	= Kualitas Pelayanan
b1,b2, b3	= Koefisien regresi
e	= Kesalahan pengganggu (*error term*)

III. HASIL DAN KESIMPULAN

1. Harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini terlihat berdasarkan hasil perhitungan uji t, dimana nilai signifikan variabel harga adalah 0,000 < 0,05. Harga merupakan salah satu unsur pemasaran yang penting. Apabila harga yang diketahui sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen, maka hal tersebut akan menimbulkan kepuasan bagi konsumen.

2. Fasilitas secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dengan nilai sig. sebesar 0,029. Nilai tersebut lebih kecil dari α = 0.05. Fasilitas dapat juga diartikan sebagai sarana dan prasarana yang tersedia di perumahan. Apa bila fasilitas yang di sediakan sesuai dengan kebutuhan, maka konsumen akan merasa puas
3. Kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen dengan nilai sig. sebesar 0,000. Nilai tersebut lebih kecil dari α = 0.05. Apabila pelayanan yang di berikan mampu memenuhi atau melampaui atau yang di harapkan konsumen maka konsumen tersebut akan merasa puas.
4. Harga, fasilitas dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dapat terlihat dari nilai signifikan dari hasil dari uji F diperoleh nilai signifikan sebesar 0,000 < 0,05 yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan besarnya harga, fasilitas dan kualitas pelayanan dapat menjelaskan kepuasan konsumen sebesar 78,6%

IV. DAFTAR PUSTAKA

Arifin, Hayat. 2013. *Pengaruh Produk, Harga, Lokasi, Promosi, Fasilitas Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Besi.* Surabaya : STIESIA

Arikunto, S. 2010. *Prosedur penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi revisi VI. Jakarta : PT. Rineka Cipta

Buchari, Alma. 2009. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa.* Bandung: Alfabeta

Dwi, Enjeli .2009.Analisis pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pasien rawat inap keluarga miskin (studi pada RSUD kota Semarang

Ferdinand. 2009. *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta : Kencana

_____. 2011. *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta : Kencana

Fitri, Nabila. 2013. Pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas, persepsi harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada pemancingan Ngambel Asri Gunungpati Semarang

Giese & Cote. 2000. *Academy of Marketing Science Review. Defining Consumer SatisfactionVolume 2000 No. 1* Available: http://www.amsreview.org/articles/giese01-2000.pd

Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM*

SPSS19. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Irawan dkk. 2001. *Pemasaran Prinsip Dan Kasus*. Yogyakarta: BPFE

Kotler, Philip. 2001. *Manajemen Pemasaran Edisi Millenium, Jilid 1*. Jakarta: PT. Prenhallindo.

_____. 2008.*Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga

_____. 2009. *Manajemen Pemasaran*Edisi I. Jakarta: Prenhallindo

Kotler,Philip and Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsipPemasaran. Edisi13. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga

Lopiyoardi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat

_____. 2008. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 4. Jakarta : Salemba Empat

Maulana, Riski. 2008. Analisis pengaruh persepsi harga, persepsi kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan terhadap telepon fleksi

Narimawati, Umi. 2008. *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif, Teori dan Aplikasi*. Bandung: Agung Media

Nasution. 2005. *Manajemen Produksi*. Jakarta : Gramedia

Peter, J. Paul dan Jerry C. Olson. 2014. *Perilaku Konsumen dan Marketing Strategy*. Jakarta : Salemba Empat

Rahman. 2008. *Pemasaran Ritel*. PT. Gramedia Pustaka Utama : Jakarta

Sari. 2007. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta

Simamora, Henry. 2014. *Manajemen Sumber Daya Manusia*.Yogyakarta: Bagian Penerbitan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN

Stanton, William J, 2007, *Fundamental Of Marketing,Mc Graw Hill Inc*

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung : Alfabeta

Swasta, Basu. 2015. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty

Tjiptono, Fandi. 2001. *Prinsip-prinsip Total Quality Service (TQS)*. Yogyakarta: Andi

_____. 2004. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi

_____. 2015. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi

Umar, Sekaran. 2000. *Metodologi Penelitian*. Jakarta : Salemba Empat