

PENGARUH HARGA, LOKASI DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PERUMAHAN SARI RESIDENCE PEKANBARU

Salmah Khoirun Nisa¹, Khusnul Fikri², Hichmaed Tachta Hinggo S³

Universitas Muhammadiyah Riau

190304117@student.umri.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga, lokasi dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada perumahan sari residence pekanbaru. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode penarikan sampel penelitian yaitu metode Non probability sampling. Sampel yang digunakan adalah sebanyak 88 penduduk perumahan sari residence pekanbaru dengan metode analisis regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS v.23. Hasil penelitian ini adalah Variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen, variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen dan variabel fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen pada perumahan sari residence pekanbaru.

Kata kunci: *harga, lokasi, fasilitas dan kepuasan konsumen.*

Pendahuluan

Saat ini faktor terpenting dalam mempertimbangkan untuk memilih rumah atau tempat tinggal adalah kenyamanan hidup, aksesibilitas, tersedianya sarana dan prasarana yang pastinya menunjang kehidupan, kondisi lingkungan fisik dan sosial, kebijakan perumahan, hukum dan biaya lingkungan (Anindita *et al.*, 2021). Adanya pertumbuhan jumlah penduduk yang meningkatkan membuat kebutuhan akan tempat tinggal ikut meningkat, ini adalah masalah besar di kalangan pengusaha properti karena adanya persaingan dengan perusahaan sejenis yang muncul semakin banyak (Rahmawati *et al.*, 2022). Menurut data Properti Market Report Q3 2022 terdapat permintaan hunian pada tahun ini menunjukkan kenaikan sebesar 2,3 persen secara kuartalan minat konsumen terhadap properti terus meningkat (Ardiyanto, 2022). Banyaknya kebutuhan perumahan menyebabkan masing-masing perusahaan menjaring konsumen dengan memberikan yang terbaik dengan hal tersebut mempengaruhi kepuasan konsumen (Mustika dan Sandini, 2023).

Tabel 1 Data pesaing perumahan cluster di pekanbaru

Perumahan	Tahun berdiri	Lokasi
Citraland Pekanbaru	2011	Jl. Soekarno-Hatta
Bali Pavilion Pekanbaru	2016	Jl. Datuk Setia Maharaja
Almayara Pekanbaru	2021	Jl. Merak Sakti, Panam
Grand ubud Pekanbaru	2022	Jl. Siantan, Parit Indah
Selvilla Pekanbaru	2022	Jl. Nurul Amal, Sidomulyo Timur
Casaville	2023	Jl. Karya Mandiri

Sumber : Data diolah (2023)

Berdasarkan data tabel 1 diatas, dapat dilihat bahwa persaingan dalam bidang industri properti dan perumahan semakin ketat setiap tahunnya. Dengan banyaknya perumahan di kota pekanbaru, dapat dilihat dari bertambahnya jumlah penduduk dipekanbaru yang semakin meningkat.

Dari Fenomena diatas dapat dilihat bahwa masyarakat pekanbaru sangat membutuhkan tempat tinggal. Perumahan Sari Residence Pekanbaru merupakan Perumahan di kawasan kalangan menengah keatas. Perumahan ini memiliki keunggulan tersendiri yaitu lokasi yang strategis yang berada dijalan yang dekat dengan fasilitas-fasilitas umum. Sari Residence ini berada dibawah naungan PT. MPIS (Maskapai Pembangunan Industri Sumatra) *grand opening* pada maret 2010. Sari Residence Pekanbaru saat ini memiliki 2 cluster yaitu yang pertama cluster latania yang sudah ditempati sedangkan cluster livistona masih dalam proses pembangunan. Saat ini perumahan Sari Residence Pekanbaru terdapat 189 Kartu Keluarga yang menetap dan bertempat tinggal perumahan tersebut.

Adanya fenomena dalam persaingan *industri properti* perumahan, peneliti melakukan pra *survey* untuk mengetahui bagaimana kepuasan konsumen. Peneliti mengajukan pertanyaan kepada 33 responden perumahan Sari Residence Pekanbaru. Dari hasil pra-*survey* tersebut ada ketidakpuasan konsumen pada fasilitas, lokasi dan lainnya .

Memuaskan konsumen adalah harapan setiap perusahaan. Selain sebagai faktor penting keberlangsungan suatu perusahaan dan dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan (Hidayat *et al.*, 2022). Strategi yang sering digunakan oleh pengembang perumahan dalam pemilihan perumahan yaitu harga yang bersaing, fasilitas yang bagus, waktu pembangunan rumah, dan lokasi yang tepat dari perumahan tersebut yang diberikan oleh pengembang (Kelana dan Raldianingrat, 2022). Faktor – faktor dengan tersedianya fasilitas yang baik, lokasi dan harga yang baik pada suatu perusahaan akan menciptakan peningkatan kepuasan pada konsumen (Lumempow *et al.*, 2023). Faktor – faktor yang mempengaruhi suatu kepuasan konsumen dalam hal ini yaitu harga, lokasi dan fasilitas.

Berdasarkan pemikiran tersebut peneliti termotivasi untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul **“Pengaruh Harga, Lokasi dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kantor Perumahan Sari Residence Pekanbaru”**

Literatur Review dan Pengembangan Hipotesis

1. Pengertian Kepuasan Konsumen

kepuasan konsumen adalah tanggapan pemenuhan dari konsumen yang memiliki sebab adanya evaluasi terhadap karakteristik produk atau jasa yang disediakan dapat memenuhi tingkat kegunaan yang memberikan kenyamanan konsumen memakai produk atau jasa tersebut (Magdalena dan Musthofa, 2023). Pada penelitian ini, peneliti memilih indikator yang dikemukakan oleh Indrasari (2019) indikator kepuasan konsumen antaraa lain :

- a) Kesesuaian harapan,
- b) Minat berkunjung kembali
- c) Kesiediaan merekomendasikan.

2. Pengertian Harga

Harga adalah suatu nilai yang dinyatakan dalam bentuk rupiah guna pertukaran atau transaksi atau sejumlah uang yang harus dibayar konsumen untuk mendapatkan barang dan jasa (Satriadi *et al.*, 2021). Indikator harga menurut Indrasari (2019) terdapat lima indikator yang mencirikan harga, keenam indikator itu adalah :

- a) Keterjangkauan harga
- b) Kesesuaian harga dengan kualitas produk
- c) Daya saing harga
- d) Kesesuaian harga dengan manfaat
- e) Harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan

3. Pengertian Lokasi

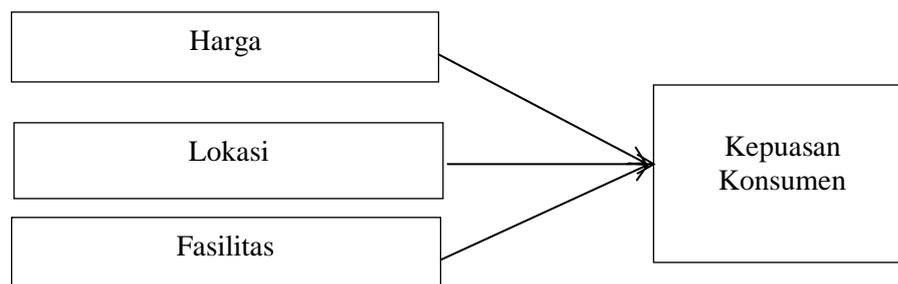
Lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan jasa atau produk yang mementingkan bagi ekonomi (Putra *et al.*, 2021). Terdapat enam indikator lokasi sebagai pengukuran menurut Tjiptono dan Chandra (2016) yaitu :

- a) Akses,
- b) Visibilitas,
- c) Tempat parkir yang luas,
- d) Ekspansi
- e) Lingkungan

4. Pengertian Fasilitas

Menurut Suwitho (2022) fasilitas merupakan bagian dari variabel pemasaran jasa yang memiliki peranan cukup penting, jasa yang disampaikan kepada pelanggan tidak jarang sangat memerlukan fasilitas pendukung dalam penyampaian. Menurut Tjiptono (2019) indikator yang perlu dipertimbangkan dalam menentukan fasilitas, yaitu :

- a) Pertimbangan atau perencanaan spesial
- b) Perancangan ruang
- c) Perlengkapan atau perabotan
- d) Tata cahaya dan warna
- e) Pesan – pesan yang disampaikan secara grafis



Gambar 1. Kerangka berpikir

Metode Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan metode Kuantitatif. Populasinya adalah penduduk perumahan sari residence pekanbaru sebanyak 758 penduduk. Metode penarikan sampel penelitian yaitu metode *Nonprobability sampling*. Peneliti mengambil sebanyak 88 sampel dari 758 penduduk dengan rumus *slovin*.

Analisis analisis yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas, uji hipotesis yang meliputi uji koefisien determinasi, dan uji t. Analisis data menggunakan regresi linier sederhana dengan *software* SPSS 23.

Hasil dan Pembahasan

Dalam penelitian ini, responden yang terlibat dan memenuhi syarat untuk dianalisis lebih lanjut adalah 88 responden. Selanjutnya peneliti menggunakan regresi linier sederhana dengan program *computer* SPSS versi 23. Sebelum menguji hipotesis, dilakukan uji validitas dan reliabilitas, serta uji asumsi klasik terhadap data yang dianalisis.

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Validitas ingin mengukur apakah pertanyaan dalam yang sudah peneliti buat benar- benar dapat mengukur apa yang hendak kita ukur. Mengukur validitas dapat dilakukan dengan cara melakukan korelasi antara skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel. Jika r hitung lebih besar dari r tabel dan nilai positif maka butir pertanyaan atau indikator dinyatakan valid (Ghozali, 2018).

Tabel 2 Uji Validitas

Pernyataan	Nilai r hitung	Nilai r table	Kesimpulan
HARGA			
XI.1	0,389	0,209	Valid
XI.2	0,592	0,209	Valid
XI.3	0,683	0,209	Valid
XI.4	0,64	0,209	Valid
XI.5	0,701	0,209	Valid
XI.6	0,731	0,209	Valid
XI.7	0,706	0,209	Valid
XI.8	0,67	0,209	Valid
XI.9	0,623	0,209	Valid
XI.10	0,743	0,209	Valid
XI.11	0,714	0,209	Valid
XI.12	0,683	0,209	Valid
XI.13	0,674	0,209	Valid
XI.14	0,721	0,209	Valid
XI.15	0,773	0,209	Valid
LOKASI			
X2.1	0,704	0,209	Valid
X2.2	0,577	0,209	Valid
X2.3	0,585	0,209	Valid
X2.4	0,655	0,209	Valid
X2.5	0,716	0,209	Valid
X2.6	0,732	0,209	Valid
X2.7	0,738	0,209	Valid

Pernyataan	Nilai r hitung	Nilai r table	Kesimpulan
X2.8	0,697	0,209	Valid
X2.9	0,603	0,209	Valid
X2.10	0,738	0,209	Valid
X2.11	0,638	0,209	Valid
X2.12	0,762	0,209	Valid
X2.13	0,745	0,209	Valid
X2.14	0,639	0,209	Valid
X2.15	0,651	0,209	Valid
FASILITAS			
X3.1	0,534	0,209	Valid
X3.2	0,455	0,209	Valid
X3.3	0,643	0,209	Valid
X3.4	0,56	0,209	Valid
X3.5	0,591	0,209	Valid
X3.6	0,505	0,209	Valid
X3.7	0,724	0,209	Valid
X3.8	0,655	0,209	Valid
X3.9	0,774	0,209	Valid
X3.10	0,605	0,209	Valid
X3.11	0,633	0,209	Valid
X3.12	0,568	0,209	Valid
X3.13	0,652	0,209	Valid
X3.14	0,651	0,209	Valid
X3.15	0,651	0,209	Valid
KEPUASAN KONSUMEN			
Y.1	0,552	0,209	Valid
Y.2	0,551	0,209	Valid
Y.3	0,625	0,209	Valid
Y.4	0,539	0,209	Valid
Y.5	0,729	0,209	Valid
Y.6	0,692	0,209	Valid
Y.7	0,493	0,209	Valid
Y.8	0,676	0,209	Valid
Y.9	0,708	0,209	Valid

Sumber : Data diolah (2023)

Dari tabel 2 diatas dapat diketahui bahwa instrument atau variabel harga (XI), lokasi (X2), fasilitas (X3) dan kepuasan konsumen (Y) Valid. Selanjutnya dilakukan uji reliabilitas, uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang dihasilkan dapat diandalkan atau bersifat tangguh. Dasar dari putusan yang digunakan pada uji reliabilitas yaitu Suatu variabel dikatakan reliable jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0.60 semakin nilai alphanya mendekati 1 maka nilai reliabilitas datanya semakin terpercaya (Duli, 2019). Hasil pengujian reliabilitas dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 3 Hasil Uji Reliabel

Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Reliabel	Kesimpulan
Harga	0,909	0,60	Reliabel
Lokasi	0,914	0,60	Reliabel
Fasilitas	0,881	0,60	Reliabel
Kepuasan Konsumen	0,784	0,60	Reliabel

Sumber : Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel 3 diatas dapat dilihat bahwa masing-masing dari setiap variabel ternyata diperoleh nilai *Cronbach Alpha* > 0,60. Dengan demikian, maka hasil uji reliabilitas terhadap keseluruhan variabel adalah reliabel.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji normalitas bertujuan untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas ini dapat diuji dengan menggunakan uji normalitas dari *Kolmogorov Smirnov*. Dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas yaitu jika nilai signifikansi besar $\alpha = 0,05$ maka data tersebut berdistribusi normal (Duli, 2019). Hasil pengujian normalitas dapat dilihat dalam tabel berikut :

**Tabel 4 Hasil Uji Asumsi Klasik
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		88
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	2,66582657
Most Extreme Differences	Absolute	,101
	Positive	,070
	Negative	-,101
Kolmogorov-Smirnov Z		,952
Asymp. Sig. (2-tailed)		,325
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

Sumber : Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4. Menunjukkan bahwa hasil uji normalitas yang dilakukan dengan metode *Kolmogorov Smirnov* menunjukkan hasil yang signifikan uji normalitas sebesar 0,325 dimana hasil tersebut lebih besar dari pada taraf signifikansi 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa penelitian yang diberikan pada uji normalitas berdistribusi normal.

Uji multikolinearitas bertujuan melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas terhadap variabel bebas dalam model suatu model regresi linier berganda Suatu regresi menunjukan adanya multikolinearitas apabila nilai tolerance , 0,01 atau nilai VIF > 10 (Duli, 2019). Hasil pengujian multikolinearitas dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 5 Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Harga	0,92	1,087

Lokasi	0,943	1,061
Fasilitas	0,955	1,047

Sumber : Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel 5 diatas hasil uji heteroskedastisitas dengan metode uji *gletser* dapat diketahui bahwa kedua variabel independen memiliki signifikansi lebih dari 0,05. Maka dapat disimpulkan model regresi terbebas dari heteroskedastisitas pada penelitian ini.

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda adalah pengembangan dari regresi linier sederhana yang sama-sama alat yang dapat digunakan untuk mengetahui pengaruh satu sama lain atau lebih variabel bebas terhadap satu variabel tidak bebas (Sugiyono, 2020):

Tabel 6 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients ^a							
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
	(Constant)	10,848	5,775		4,878	,000		
1	Harga	,101	,058	,167	4,731	,001	,920	1,087
	Lokasi	,247	,056	,420	4,414	,000	,943	1,061
	Fasilitas	,094	,062	,145	5,528	,001	,955	1,047

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel 6 tersebut diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = 10,848 + 0,101 X_1 + 0,247 X_2 + 0,094 X_3 \dots (4.3)$$

Dari persamaan tersebut, maka penjelasannya ialah:

1. “Konstanta (a) = 10,848 menampilkan nilai konstan, Koefisien positif mengandung arti bahwa pengaruh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam model regresi memiliki hubungan berbanding searah dengan Kepuasan Konsumen.
2. “Koefisien $X_1(b_1) = 0,101$ menunjukkan bahwa variabel Harga (X_1) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Artinya jika Harga (X_1) ditingkatkan maka variabel Kepuasan Konsumen (Y) akan meningkat sebesar 0,101”.
3. “Koefisien $X_2(b_2) = 0,247$, menunjukkan bahwa variabel Lokasi (X_2) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Artinya jika variabel Lokasi (X_2) ditingkatkan maka variabel Kepuasan Konsumen (Y) akan meningkat sebesar 0,247”.
4. “Koefisien $X_3(b_3) = 0,094$, menunjukkan bahwa variabel Fasilitas (X_2) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Artinya jika variabel Fasilitas (X_2) ditingkatkan maka variabel Kepuasan Konsumen (Y) akan meningkat sebesar 0,094”.

Hasil Uji T

Uji parsial (uji t) dalam analisis regresi berganda bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas X secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel Y. pengambilan keputusan yaitu $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat dan jika $sig < 0,05$ = variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Ghozali, 2018).

**Tabel 7 Hasil Uji T
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	10,848	5,775		4,878	,000		
1 Harga	,101	,058	,167	4,731	,001	,920	1,087
Lokasi	,247	,056	,420	4,414	,000	,943	1,061
Fasilitas	,094	,062	,145	5,528	,001	,955	1,047

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Berdasarkan tabel 7 diatas diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

1. Hipotesis 1

Hasil pengujian dengan SPSS untuk variabel Harga (X_1) terhadap kepuasan konsumen (Y) diperoleh $t_{hitung} = 4,731 > t_{tabel} = 1,989$ dengan tingkat signifikansi yaitu sebesar $0,001 < 0,05$ artinya Harga (X_1) mempunyai pengaruh positif dan signifikan pada Kepuasan Konsumen (Y), dengan kata lain hipotesis (H1) diterima.

2. Hipotesis 2

Hasil pengujian dengan SPSS untuk variabel Harga (X_1) terhadap kepuasan konsumen (Y) diperoleh $t_{hitung} = 4,414 > t_{tabel} = 1,989$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ artinya Lokasi (X_2) secara parsial tidak memiliki keterkaitan positif dan signifikan pada Kepuasan Konsumen (Y), dengan kata lain hipotesis (H1) diterima.

3. Hipotesis 3

Hasil pengujian dengan SPSS untuk variabel Harga (X_1) terhadap kepuasan konsumen (Y) diperoleh $t_{hitung} = 5,528 > t_{tabel} = 1,989$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ artinya Fasilitas (X_3) secara parsial memiliki keterkaitan positif dan signifikan pada Kepuasan Konsumen (Y), dengan kata lain hipotesis (H1) diterima.

Pembahasan

Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil pengujian dengan SPSS untuk variabel Harga (X_1) terhadap kepuasan Konsumen diperoleh nilai yaitu $0,001 < 0,05$ dan nilai t-hitung variabel Harga sebesar $4,371 > 1,989$ maka intisarinnya bahwa memiliki keterkaitan positif dan signifikan Harga pada Kepuasan Konsumen. Artinya Harga yang ditetapkan menjadi tolak ukur kepuasan konsumen dari segi keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan fasilitas, daya saing harga pada perumahan lain, kesesuaian harga dengan manfaat yang konsumen dapatkan dengan harga dapat mempengaruhi konsumen. Hal ini menunjukkan harga merupakan salah satu penentu kepuasan konsumen karena semakin baik Harga yang diberikan maka semakin baik pula Kepuasan Konsumen (Siswanto dan Cahyono, 2022).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Apriliawan (2023) bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan Hariyanti dan Choid (2023) penelitian bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil pengujian dengan SPSS untuk variabel Lokasi (X_2) terhadap kepuasan Konsumen diperoleh nilai yaitu $0,000 < 0,05$ dan nilai t-hitung Lokasi (X_2) $4,414 > 1,989$ maka disimpulkan bahwa Lokasi berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen secara statistik. Artinya perumahan sari residence ini memiliki akses, jarak lokasi dan lingkungan yang strategis. Pentingnya Lokasi Yang strategis dan tepat akan mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam melayani konsumen dan memberikan kepuasan pada konsumen (Mustikasari, 2023). Artinya lokasi yang strategis dan lingkungan sekitar lokasi juga mempengaruhi kepuasan konsumen. Lokasi yang bersih, aman, dan nyaman akan meningkatkan kepuasan pada konsumen (Ariyani dan Fauzi, 2023)

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Suyanti (2021) bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan Mansandra *et al.* (2023) penelitian bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil pengujian dengan SPSS untuk variabel Fasilitas (X_3) terhadap kepuasan Konsumen diperoleh nilai yaitu $0,001 < 0,05$ dan nilai t-hitung variabel Fasilitas sebesar $5,528 > 1,989$ maka intisarily bahwa Fasilitas memiliki keterkaitan positif dan signifikan pada Kepuasan Konsumen. Fasilitas merupakan layanan yang diberikan perusahaan dalam memuaskan konsumen perusahaan harus memberikan fasilitas yang baik tentunya akan membuat konsumen puas dan nyaman (Adiatma & Widjajanti, 2023). Artinya semakin baik perancangan konsep yang ditawarkan dan perlengkapan fasilitas yang diberikan sesuai dengan harapan maka semakin tinggi kepuasan konsumen (Afifatul Gholimah dan Darsono, 2021)

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Hidayah dan Noviardy, 2022) bahwa fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan (Lenggana, 2022) penelitian bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kesimpulan

Hasil penelitian mengenai pengaruh harga, lokasi dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada perumahan Sari Residence Pekanbaru, dapat dibuat kesimpulan sebagai berikut:

Setelah melalui tahap beberapa tahap yang telah dilakukan yaitu pengumpulan data, pengolahan data dan analisis data didapatkan hasil analisis terkait pengaruh Harga, Lokasi dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen pada Perumahan Sari Residence sebagai berikut:

1. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Perumahan Sari Residence. Artinya semakin baik Harga yang diberikan maka Kepuasan Konsumen juga akan semakin baik.
2. Lokasi berpengaruh dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Perumahan Sari Residence. Hal ini berarti semakin baik Lokasi maka Kepuasan Konsumen juga akan semakin baik.
3. Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Perumahan Sari Residence. Artinya semakin baik Fasilitas yang diperoleh maka Kepuasan Konsumen juga akan semakin baik.

Daftar Pustaka

- Adiatma, M. T., dan Widjajanti, K. (2023). Analisis Pengaruh Harga, Fasilitas, Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pand's Muslim Departement Semarang. *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, Vol. 21(2), 555–564.
- Afifatul Gholimah, dan Darsono. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Dan Ketepatan Waktu Delivery Cargo Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Pabean Di PT. Biru Pratama Logistindo Line Semarang. *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi*, Vol.27(2), 18–32.
- Anindita, N., Astuti, W., dan Hardiana, A. (2021). Pemilihan Lokasi Perumahan Bagian Barat Urban Fringe Kota Surakarta. *Jurnal; Desa Kota*, Vol. 3(1), Hal. 61-76.
- Apriliawan, D. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Pusat Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, Vol. 12(1), 1–17.
- Ardiyanto, W. (2022). *Rumah.com Indonesia Properti Market Report Q3 2022 - Powered by PropertiGuru DataSense*. Rumah.Com. <https://www.rumah.com/panduan-properti/rumah-com-indonesia-properti-market-report-q3-2022-powered-by-propertiguru-datasense-69193>
- Ariyani, A., dan Fauzi, A. (2023). Pengaruh Harga, Lokasi Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, Vol. 2(2), 23–28.
- Duli, N. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi dan Analisis Data Dengan Spss*. CV. Budi Utama.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM Spss 25 (9th Ed.)*. Semarang :Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hariyanti, K. N., dan Choid, I. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Emosional dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen JM Group Plaju Palembang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang*, Vol.12(2), 450–456.
- Hidayah, N., dan Noviardy, A. (2022). Pengaruh Kualitas Palayanan, Fasilitas Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di Hotel Binadarma Palembang. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, Vol. 3 (9), 1023-1034.
- Hidayat, R., Arief, M. Y., dan Pramesthi, R. A. (2022). Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Cofe Sky Garden Wonoboyo di Bonowoso. *Jurnal Mahasiswa Interpreter (JME)*, Vol.1 No. 10, Hal. 2141-2151.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya : Unitomo Press.
- Kelana, I. N., dan Raldianingrat, W. (2022). Pengaruh Harga , Produk , Promosi dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Rumah pada Perumahan Satria Nusantaraaa Kabupaten Konawe (Studi Kasus Pada Perumahan Satria Nusantaraaa Kabupaten Konawe). *Jurnal Ilmiah Dikdaya*, Vol. 12 No. 2, Hal. 596-503.
- Lenggana, F. M. (2022). Pengaruh Fasilitas dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei pada Konsumen Z'dulur Coffe dan Pool Kab. Tasik malaya). *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, Vol. 1(11),3976-3979.
- Lumempow, K. R., Worang, F. G., dan Gunawan, E. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Swiss Belhotel Maleosan Manado. *Jurnal EMBA*, Vol. 11 No. 1, Hal. 1-11.
- Magdalena, M., dan Musthofa. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga terhadap kepuasan Konsumen pada Pakaian Bekas Impor Di Pasar Lereng Kota Bukittinggi. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, Vol. 3 No. 1, Hal. 323-337.
- Mansandra, H., Candrayanti, T., & Anggraini, M. D. (2023). Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan TERhadap Kepuasan Konsumen Pada Resto Incim Alahan

- Panjang. *Jurnal Matua*, Vol. 5 No. (1),15-28.
- Mustika, D., & Sandini, D. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pembelian Rumah Di perumahan Puncak Manis Cibolang Sukabumi. *Jurnal Manajemen Jasa*, Vol. 1(1), 1–8.
- Mustikasari, A. (2023). *Manajemen Operasional*. Yogyakarta : PT. Limajari Indonesia.
- Putra, I. G. B. N. p ., Maharani, I. A. D. P., dan Soraya, D. (2021). *Kewirausahaan*. Bandung : Nilacakra.
- Rahmawati, M., Hijuzaman, O., dan Yudhanegara, D. (2022). Pengaruh Harga, Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah melalui mediasi Kepuasan Pelanggan di PT. Bumi Jaya Propertindo. *Jurnal Teknologika*, Vol.12 (2)289-294.
- Satriadi, Wanawir, Hendrayani, E., Siwiyanti, L., dan Nursaidah. (2021). *Samudra Biru (Anggota IKAPI). Manajemen Pemasaran*. Samudra Biru (Anggota IKAPI).
- Siswanto, Y. T., dan Cahyono, D. (2022). *Kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan*. Bandung : CV. Azka Pustaka.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung : CV. Alfabeta.
- Suwitho. (2022). *Pengusaha Yang Sukses Pasti Menjaga Kepuasan Pelanggannya: Sebuah Monogrof Dari Sudut Pandang Manajemen Pemasaran*. Purwokerto Selatan : CV. Pena Persada.
- Suyanti. (2021). Pengaruh Lokasi, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Diwarung Kopi Netral Bantauprapat (Study Kasus Konsumen Rantau Prapat). *Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI)*, Vol. 1 (1),147-156.
- Tjiptono, F. (2019). *Service Managemen : Mewujudkan Pelayanan Prima*. Yogyakarta : CV. Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Pealayan, Kualitas dan Kepuasan*. Yogyakarta : CV. Andi Offset.