

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PELAYANAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI PT PROPERTI
VILLA TANAH ALYA DI KOTA MALANG**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



Oleh:

KARDIANUS JELAHU

2018120196

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS TRIBWUANA TUNGGADewi MALANG
2022**

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI PT PROPERTI VILLA TANAH ALYA DI KOTA MALANG

Kardianus Jelahu⁽¹⁾

Drs. R.Y.Susanto; MAB⁽²⁾, Retno Ayu Dewi Novitawati; SE.MM⁽³⁾

⁽¹⁾Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang

⁽²⁾⁽³⁾Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang
Email: andykjelahu68@gmail.com

RINGKASAN

Semakin padatnya pertumbuhan penduduk menyebabkan meningkatnya kebutuhan akan kawasan perumahan riset berikut memiliki tujuan Sebagai mengetahui bagaimana kepuasan konsumen pada PT dipengaruhi oleh kualitas produk, harga, dan pelayanan. Sebagian atau sekaligus, milik Villa Tanah Alya Kota Malang. Memakai jenis penelitian kuantitatif. Populasi riset ini terdiri dari 56 perumahan di Dau, Joyo Grand, dan Tidar. Total sampling digunakan dalam metode sampling. Kuesioner digunakan sebagai instrumen penelitian. Regresi linier berganda digunakan untuk analisis data, dan uji t dan uji F sebagai alat uji hipotesis. Variabel kualitas produk dan layanan memiliki nilai koefisien regresi positif pada analisis regresi berganda, sedangkan variabel harga mempunyai penilaian koefisien regresi negatif. Koefisien determinasi (R^2) dari hasil regresi juga sebesar 0,646 dengan kontribusi pengaruh sebesar 64,6%. Dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis diterima yaitu kualitas produk, harga, dan pelayanan mempunyai pengaruh signifikan pada pakta terhadap keputusan pembelian pada PT. Hasil pengujian hipotesis uji-t secara parsial diketahui bahwasannya semua variabel bebas mempunyai nilai t hitung t tabel dengan taraf signifikansi 0,05. Pengujian simultan uji F mengungkapkan nilai Fhitung Ftabel dengan tingkat signifikansi 0,05. Properti di kota Malang milik Villa Tanah Alya, baik seluruhnya (masing-masing) atau secara bersamaan. Diharapkan kepada manajemen PT. Properti Villa Tanah Alya di kota Malang dapat memperhatikan bauran pemasaran, terutama berkaitan sama kualitas produk, harga, dan pelayanan, sehingga hal ini dapat mendorong sikap calon pembeli untuk mengambil keputusan dalam membeli properti yang ditawarkan oleh PT. Properti Villa Tanah Alya di kota Malang.

Kata Kunci: Harga, Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Pelayanan.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kita semua menyadari bahwa lingkungan bisnis terus berkembang pesat dan berkembang setiap tahun. Hal ini mendorong tumbuhnya banyak bisnis baru dalam berbagai kategori produk dan layanan. Dimulai dengan pemilihan bahan berkualitas dan berlanjut melalui proses manufaktur dengan tujuan menghasilkan produk dengan kualitas setinggi mungkin, para pelaku bisnis berlomba-lomba untuk dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Selain itu, berbagai inovasi produk diterapkan agar pelanggan tidak menjadi tidak puas dengan produk yang sudah dimilikinya. , berbagai promosi, termasuk iklan di majalah, radio, televisi, dan media sosial, dilakukan agar produk dapat terjual. Semua itu bertujuan untuk menghasilkan keuntungan yang signifikan dan meningkatkan penjualan produk.

Setiap manusia dapat berubah, baik dalam bidang politik, ekonomi, sosial, budaya ataupun cara para pesaing menjalankan bisnisnya. Akibatnya, persaingan bisnis menjadi semakin ketat. Pada umumnya, setiap bisnis ingin sukses dalam operasinya. Semua berbentuk pembiayaan moneter yang dibayarkan oleh pelanggan agar mendapatkan, mempunyai, dan menggunakan berbagai produk dan layanan disebut sebagai harga. Terlepas dari produk, kualitas layanan ialah masalah penting untuk setiap bisnis. Sederhananya , kualitas layanan ialah sejauh mana tingkat layanan memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.

Permintaan akan perumahan peningkatan sama dengan tumbuhnya populasi yang semakin banyak. Demikian membuat dorongan kepada pengembang real estate untuk mengembangkan alternatif pilihan perumahan yang layak dan bisa dijangkau. harga tanah. Pada akhirnya, banyak orang hanya mampu menyewa atau menyewa rumah karena tidak mampu membelinya. Perusahaan

yang berbasis di Malang yang dikenal sebagai PT Vila Tanah Alya terlibat dalam pengembangan kawasan perumahan. Perusahaan ini memiliki kawasan perumahan yang tersebar di Kota Malang, Kabupaten Malang, Pasuruan, antara lain. PT. Vila Tanah Alya menyediakan berbagai pilihan perumahan, termasuk rumah menengah, perumahan non-subsidi, dan perumahan subsidi di Malang, jenis perumahan Perumahan bersubsidi yang dikenal dengan Perumahan Tanah Alya ini telah dibangun sejak tahun 2016.

Seringkali, hal ini memudahkan masyarakat dan pelajar untuk membeli rumah dengan uang muka dan cicilan yang rendah. Pengembang perumahan telah melakukan sejumlah upaya sebagai daya tarik perhatian konsumen dan memberikan peningkatan jual.

mulai dari jenis model, harga, dan banyaknya promosi yang dilakukannya. Volume penjualan produk dipengaruhi oleh ketatnya persaingan dalam pemasaran produk. Oleh karena itu, pemilik usaha harus mampu menerapkan strategi pemasaran yang efektif untuk mempertahankan dan meningkatkan volume penjualan. Selain itu, bisnis harus memahami konsep dasar pemasaran—kebutuhan, keinginan, dan permintaan—serta pentingnya pemasaran, yang mencakup lebih dari sekadar penjualan produk.

Kualitas produk, sebagaimana didefinisikan oleh Schiffman dan Kanuk (2007) dan Syahid, M. S. (2019), ialah kemampuan perusahaan untuk memberikan setiap produknya suatu identitas atau karakteristik yang memungkinkan pelanggan untuk mengenali produk tersebut. Sementara itu, Kotler dan Armstrong (2008). Dalam pengertian yang lebih luas, harga ialah jumlah dari semua hal yang dikorbankan pelanggan untuk mendapatkan manfaat dari suatu produk atau layanan. Kualitas produk adalah kemampuan produk untuk melakukan berbagai tugas, seperti tahan lama, dapat diandalkan, ramah pengguna, dan dapat diandalkan..

PT Vila Tanah Alya di kota Malang Meningkatkan pengetahuan yang lebih mendalam tentang trend perkembangan pasar yang kompetitif dan keunggulan kompetitif perusahaan dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat dan konsumen yang semakin selektif memilih produk di pasar. PT Vila Tanah Alya harus memiliki rencana dan strategi untuk mencapai tujuan yang diinginkan dalam rangka meningkatkan kualitas produk. PT Vila Tanah Alya di kota Malang menerapkan sejumlah kebijakan yang tidak lepas dari potensi masing-masing komponen untuk mencapai hal tersebut. Harga dan kualitas ialah dua faktor.

PT. Vila Tana Alya di kota Malang ialah salah satu perusahaan yang bergerak di bidang property, berkedudukan Di jln Raya candi A3 A5 Kec lowokWaru karena meningkatnya keinginan rumah tangga sekarang khususnya di Kota Malang berdampak semakin banyak pihak perusahaan atau pengembangan yang mempunyai niatan membangun usaha.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas produk mempunyai pengaruh kepada kepuasan konsumen di PT. Properti Vila Tanah Alya di kota Malang
2. Apakah harga mempunyai pengaruh kepada kepuasan konsumen di PT. Properti Vila Tanah Alya di kota Malang
3. Apakah pelayanan mempunyai pengaruh kepada kepuasan konsumen di PT. Properti Vila Tanah Alya di kota Malang
4. Apakah kualitas produk, harga, pelayanan mempunyai pengaruh kepada kepuasan konsumen di PT. Properti Vila Tanah Alya di kota Malang

1.3 Tujuan penelitian

Terurainya perumusan permasalahan diatas, sehingga peneliti memiliki tujuan sebagaimana berikut:

1. Untuk mengetahui dampak dari pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di PT. Properti Vila Tanah Alya di kota Malang
2. Untuk mengetahui dampak dari harga terhadap kepuasan konsumen di PT. Properti Vila Tanah Alya di kota Malang
3. Untuk mengetahui dampak dari pelayanan terhadap kepuasan konsumen di PT. Properti Vila Tanah Alya di Kota Malang
4. Untuk mengetahui dampak dari kualitas produk, harga dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen di PT. Properti Vila Tanah Alya di kota Malang

1.4 Manfaat penelitian

Adapun manfaat penelitian antara lain:

1. Bagi PT Vila Tanah Alya di kota Malang

Riset berikut memiliki tujuan sebagai meningkatkan informasi dengan mendalami terkait PT Vila Tanah Alya di kota Malang Ini mulai dari Harga, lokasi , pemasaran, promosi, tipe lingkungan dan sebagainya untuk publik sebagai daya tarik para konsumen agar bisa meningkatkan pembeli.

2. Bagi penulis

Memperoleh ilmu dan bisa mengamati secara langsung dan memanfaatkan penerapan ilmu yang menjadi daya tarik penulis.

3. Bagi pembaca

Dari Hasil riset berikut sebagai pemberi ilmu pengetahuan bagi yang minat baca supaya bisa terinspirasi agar menjadi pengusaha yang bisa bersaing pada bidang perumahan.

DAFTAR PUSTAKA

- Andrianto, A., Sasmito, C., & Indragunawan, C. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Kesehatan Dan Kepuasan Pasien Terhadap Citra Klinik "X" Di Tuban. *Care: Jurnal Ilmiah Ilmu Kesehatan*, 8(2), 206-221.
- Agustina, S., Lestari, E., & Susanti, R. A. D. (2022). *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Online Melalui E-Commerce (Studi Empiris Pengguna Shopee Pada Mahasiswa UNITRI)* (Doctoral dissertation, Fakultas Manajemen Universitas Tribhuwana Tungadewi).
- Arumsari, D., & Khasanah, I. (2012). *Analisis pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan (AMDK) Merek Aqua (Studi pada Konsumen Toko Bhakti Mart KPRI Bhakti Praja Provinsi Jawa Tengah)* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Bahar, A., & Sjahrudin, H. (2017). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dan minat beli ulang.
- Chalim, A. S., Sunaryo, H., & Farida, E. (2021). Pengaruh Persepsi Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Platform E-Commerce Shopee Di Era Pandemi (Studi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Malang). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 10(01)
- Harahap, D. A. (2015). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di Pajak USU (PAJUS) Medan. *Jurnal Keuangan dan Bisnis*, 7(3), 227-242.
- Ibrahim, M., & Thawil, S. M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 175-182.
- Julia, M. A., Susanto, R. Y., & Budi, C. S. K. (2020). *Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Roti Mongki Di Kantin UNITRI (Studi Kasus Pada Mahasiswa Aktif Program Studi Manajemen Angkatan 2016)* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomi Universitas Tribhuwana Tungadewi).
- Kendari, M. P. D. A. K., & Ima, N. (2008). Pengaruh Kualitas Produk Dan Komunikasi Word-Of-Mouth, Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah.
- Millah, H. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Karyawan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Iqtishodiyah: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 6(2), 134-142

- Novitawati, Retno Ayu Dewi, and Budi Prihatminingtyas(2019). "Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen." *JISIP: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik* 8.4 (2019): 175-180..
- Noti, M. B., Prihatminingtyas, B., & Sayekti, R. R. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk Sumber Daya Manusia Layanan dan Harga Barang Terhadap Kepuasan Konsumen Di Kantin Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomi Universitas Tribhuwana Tungadewi).
- Nuryadin, M. B. (2007). Harga Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Mazahib*, 4(1), 90.
- Rachmatika, T. S. (2013). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variable Mediasi Di Perumahan Puri Kahuripan Karanganyar* (Doctoral dissertation, UNS (Sebelas Maret University)).
- REGO PEREIRA, Adelino Do (2015) . Kualitas Pelayanan Berbasis Sistim Informasi Akademik Di Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tribhuwana Tungadewi*, 1.1: 42369.
- Runtuuwu, J. G., Oroh, S., & Taroreh, R. (2014). Pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna café dan resto Cabana Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2(3).
- Saidani, B., & Arifin, S. (2012). Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian dan minat beli pada ranch market. *JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 3(1), 1-22.
- Santoso, J. B. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 16(01), 127-146.
- Schiffman , kanuk "kualitas produk yang dipertimbangkan dalam pembelian kosmetik dan pengaruhnya pada keputusan pembelian diSurabaya." *Jurnal Manajemen dan kewirausahaan* 7.2 (2005): 139-151.
- Sembiring, I. J. (2014). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Mcdonald's Mt. haryono Malang)* (Doctoral dissertation, Brawijaya University).
- Suyatno, A., & Wati, R. K. (2022). Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada “Gethuk Semar” di Wonogiri. *Prosiding HUBISINTEK*, 2(1), 783-783.
- Syahid, M. S. (2019). *Pengaruh kualitas produk, promosi, persepsi harga, dan lokasi terhadap keputusan pembelian di toko riskmi sport gresik* (Doctoral dissertation, Untag Surabaya).
- Tombeng, B., Roring, F., & Rumokoy, F. S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Raja Oci Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 7(1).

Widyasari, S., & Fifilia, E. T. (2009). Analisis pengaruh produk, harga, promosi dan lokasi terhadap keputusan pembelian rumah (Studi pada Perumahan Graha Estetika Semarang). *Telaah Manajemen*, 6(2), 249074.