PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MUSLIM (STUDI KASUS PERUMAHAN PURI INDAH TERBAN BATANG)

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

Oleh :

DEWI MARIA ULFA

NIM : 4117043

JURUSAN EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN 2021

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MUSLIM (STUDI KASUS PERUMAHAN PURI INDAH TERBAN BATANG)

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

Oleh :

DEWI MARIA ULFA

NIM : 4117043

JURUSAN EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN 2021

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : **DEWI MARIA ULFA**

NIM : **4117043**

Judul Skripsi : **PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MUSLIM (STUDI KASUS PERUMAHAN PURI INDAH TERBAN BATANG)**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah benar – benar karya penulis, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya.

Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar – benarnya.

Pekalongan , 20 oktober 2021

Yang menyatakan,

DEWI MARIA ULFA

4117043

NOTA PEMBIMBING

Muhammad Aris Safi'i, M.E.I.
Perum Pisma Garden Residence, Tirto, Pekalongan Barat

Lampiran : 2 (Dua) eksemplar
Hal : Naskah Skripsi Sdri Dewi Maria Ulfa

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
c/q. Ketua Jurusan Ekonomi Syariah
PEKALONGAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini kami kirimkan Naskah Skripsi Saudari:

Nama : Dewi Maria Ulfa
NIM : 4117043
Judul Skripsi :**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MUSLIM (STUDI KASUS PERUMAHAN PURI INDAH TERBAN BATANG)**

Naskah terebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 15 Oktober 2021
Pembimbing

Muhammad Aris Safi'i, M.E.I.
NIP.198510122015000

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUTAGAMA ISLAMNEGERI PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Pahlawan No.52 Rowolaku, Kajen Pekalongan Telp. (0285) 412573, Fax (0285) 423418
Website febi.iainpekalongan.ac.id/Email: info@iainpekalongan.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan mengesahkan skripsi Saudara/i:

Nama : **DEWI MARIA ULFA**

NIM : **4117043**

JUDUL : **PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KONSUMEN MUSLIM (STUDI KASUS PERUMAHAN PURI INDAH TERBAN BATANG)**

Telah diujikan pada hari Rabu tanggal 27 Oktober 2021 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Dewan Penguji

Penguji I	Penguji II
Ahmad Sukron, M.E.I	**Abdul Ghofar Saifudin, M.S.I.Lc**
NIP.197110152005011003	NIP.198402222019031003

Pekalongan, 27 Oktober 2021

Disahkan oleh Dekan,

Dr. Shinta Dewi Rismawati, SH., M.H.
NIP. 197502201999032001

ABSTRAK

DEWI MARIA ULFA. PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MUSLIM (STUDI KASUS PERUMAHAN PURI INDAH TERBAN BATANG)

Kualitas produk ialah karakteristik yang dimiliki oleh suatu produk yang mempunyai kemampuan untuk dapat memberikan kepuasan pada konsumennya. Kualitas produk dijadikan faktor dalam pertimbangan kepuasan konsumen pada pembelian perumahan. Selain kualitas produk, harga, lokasi dan kualitas pelayanan juga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Apabila produk yang dirasakan oleh konsumen sesuai dengan harapan, maka konsumen tersebut akan merasa puas. Dengan tercapainya kepuasan konsumen makan akan mempertahankan konsumen. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Perumahan Puri Indah Terbn Batang.

Penelitian ini menggunakan jenis lapangan (*Field Research*) pada pendekatan kuantitatif. Sumber data pada penelitian ini diambil dari data primer, yaitu dengan cara wawancara dan memberikan kuesioner pada penghuni Perumahan Puri Indah Terban Batang dan data sekunder diperoleh dari studi pustaka antara lain jurnal, skripsi mengenai Kualitas Produk, Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan konsumen, dan buku yang berhubungan dengan penelitian dan lain sebagainnya. Teknik pengambilan sampel secara random (acak). Jumlah sampel yang ditetapkan pada riset ini sebanyak 54 responden. Teknik analisis data dalam penelitian menggunakanuji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinearitas, analisis regresi linear berganda, uji t, uji F dan uji R^2.

Hasil penelitian ini menunjukkan variabel kualitas produk secara parsial memiliki pengaruh terhadap kepusan konsumen dengan nilai t hitung sebesar 2,823 > t tabel 2,0095 dan nilai signifikan sebesar 0,007 < 0,05. Harga secara parsial memiliki pengaruh terhadap kepusan konsumen dengan nilai t hitung sebesar 3,466 > t tabel 2,0095 dan nilai signifikan sebesar 0,001 < 0,05. Lokasi secara parsial memiliki pengaruh terhadap kepusan konsumen dengan nilai t hitung sebesar 3,680 > t tabel 2,0095 dan nilai signifikan sebesar 0,001 < 0,05 dan kualitas pelayanan secara parsial tidak memiliki pengaruh terhadap kepusan konsumen dengan nilai t hitung sebesar 0,176 < t tabel 2,0095 dan nilai signifikan sebesar 0,861 > 0,05. Secara simultan variabel kualitas produk, harga, lokasi dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen dengan nilai f hitung 11,331 > f tabel 2,57 dan nilai signifikan 0,000 < 0,05. Nilai adjusted R Square sebesar 43,8% dan sisanya 56,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukan kedalam peneltian ini.

Kata kunci : Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

DEWI MARIA ULFA. THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PRICE, LOCATION AND QUALITY OF SERVICE ON MUSLIM CONSUMER SATISFACTION (CASE STUDY OF PURI INDAH HOUSING TERBAN BATANG)

Product quality is a characteristic possessed by a product that has the ability to provide satisfaction to its consumers. Product quality is used as a factor in considering consumer satisfaction in housing purchases. In addition to product quality, price, location and service quality can also affect customer satisfaction. If the product perceived by consumers is in line with expectations, then the consumer will feel satisfied. With the achievement of consumer satisfaction, the food will retain consumers. The purpose of this study was to determine the effect of product quality, price, location and service quality on consumer satisfaction at Puri Indah Terbn Batang Housing.

This research uses the type of field (Field Research) on a quantitative approach. Sources of data in this study were taken from primary data, namely by interviewing and giving questionnaires to residents of the Puri Indah Terban Batang Housing and secondary data obtained from the retrieval technique used in this study, namely literature studies including journals, theses on Product Quality, Price, Location and Quality of Service on customer satisfaction, and books related to research and so on. Random sampling technique (random). The number of samples set in this research is 54 respondents. The data analysis technique in this study uses validity test, reliability test, normality test, heteroscedasticity test, multicollinearity test, multiple linear regression analysis, t test, F test and R2 test.

The results of this study indicate that the product quality variable partially has an influence on consumer satisfaction with a t count value of 2.823 > t table 2.0095 and a significant value of 0.007 <0.05. Price partially has an influence on consumer satisfaction with a t-count value of 3,466 > t table 2.0095 and a significant value of 0.001 <0.05. Location partially has an influence on consumer satisfaction with a t-count value of 3.680 > t table 2.0095 and a significant value of 0.001 <0.05 and service quality partially has no effect on consumer satisfaction with a t-count value of 0.176 < t table 2 .0095 and a significant value of 0.861 > 0.05. Simultaneously, the variables of product quality, price, location and service quality have an influence on customer satisfaction with a calculated f value of 11.331 > f table 2.57 and a significant value of 0.000 <0.05. The adjusted R Square value is 43.8% and the remaining 56.2% is influenced by other variables that are not included in this research.

Keywords: Product Quality, Price, Location, Service Quality and Consumer Satisfaction

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Mah Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

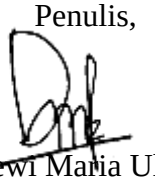
1. Bapak Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag. selaku Rektor IAIN Pekalongan.
2. Ibu Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.M,M.H. selaku Dekan FEBI IAIN Pekalongan.
3. Bapak Muhammad Aris Safi'i, M.E.I. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah FEBI IAIN Pekalongan dan selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.
4. Bapak Drs. H. Achmad Tubagus Surur, M.Ag. selaku Dosen Penasehat Akademik (DPA)
5. Bapak Muhammad Aris Safi'i, M.E.I. selaku dosen pembimbing yang dengan sabar meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya untuk membimbing dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan yang telah bermanfaat memberikan ilmu bagi penulis.
7. Pihak Perumahan Puri Indah Terban Batang yang telah banyak membantu dalam memperoleh data yang saya perlukan.
8. Seluruh responden penelitian yang telah bersedia meluangkan waktu dan membantu penulis dalam skripsi ini
9. Orang tua dan keluarga saya telah memberikan bantuan dukungan material dan moral.

10. Sahabat yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Pekalongan, 19 September 2021

Penulis,



Dewi Maria Ulfa

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ii

NOTA PEMBIMBING iii

PENGESAHAN iv

ABSTRAK v

ABSTRACT vi

KATA PENGANTAR vii

DAFTAR ISI ix

PEDOMAN TRANSLITERASI xii

DAFTAR TABEL xvi

DAFTAR GAMBAR xvii

BAB I PENDAHULUAN 1

A.Latar Belakang 1

B.Rumusan Masalah 8

C.Batasan Masalah 9

D.Tujuan Penelitian 9

E.Manfaat Penelitian 10

F.Sistematika Pembahasan 11

BAB II LANDASAN TEORI 13

A.Landasan Teori 13

B.Telaah Pustaka 25

C.Kerangka Berfikir 33

D.Hipotesis 36

BAB III METODE PENELITIAN 38
A.Jenis Penelitian 38
B.Setting Penelitian 38
C.Variabel Penelitian dan Definisi operasional 38
D.Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel 41
E.Sumber Data 42
F.Teknik Pengumpulan Data 43
G.Metode Analisis Data 44
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN 49
A.Profil Objek Penelitian 49
B.Deskripsi Responden Penelitian 50
C.Analisis Data Deskriptif 54
D.Analisis Data 63
E.Pembahasan 75
BAB V PENUTUP 80
A.Kesimpulan 80
B.Keterbatasan Penelitian 81
Daftar Pustaka 81
Lampiran I
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian I
Lampiran 2. Identitas Responden VI
Lampiran 3. Hasil Pengumpulan Data Kuesioner VIII
Lampiran 4. Uji Validitas dan Reliabilitas Kualitas Produk XI
Lampiran 5. Uji Validitas dan Reliabilitas Harga XII
Lampiran 6. Uji Validitas dan Reliabilitas Lokasi XIII

Lampiran 7. Uji Validitas dan Reliabilitas Kualitas Pelayanan XIV

Lampiran 8. Uji Validitas dan Reliabilitas Kepuaan Konsumen XV

Lampiran 9. Uji Asumsi Klasik XVI

Lampiran 10. Uji Analisis Regresi Linear Berganda..... XVII

Lampiran 11. Uji Hepotesis XVII

Lampiran 12. Tabel Uji F..... XIX

Lampiran 13. Tabel Uji T..... XXIV

Lampiran 12. Surat Izin Penelitian XXIX

Lampiran 13. Surat Izin Penelitian XXX

PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut.

1. Konsonan

Fonem-fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidakdilambangkan	Tidakdilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sas	ṡ	es (dengantitik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengantitikdibawah)
خ	Kha	Kh	kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	ẓ	zet (dengantitik di bawah)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	esdan ye

ص	Sad	ṣ	es (dengantitik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengantitikdibawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengantitik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengantitikdibawah)
ع	‘ain	‘	komaterbalik (diatas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	.	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal Tunggal	Vokal Rangkap	VokalPanjang
ا = a		ا = ā
ا = i	يا = ai	يا = ī
ا = u	وا = au	اُو =ū

3. Ta Marbutah

Ta Marbutah hidup

dilambangkan dengan

/t/ Contoh :

مرأة ditulis

mar’atun

jamilahTa Marbutah mati dilambangkan

dengan/h/

Contoh :

فاطمة ditulis *Fatimah*

4. Syaddad (tasyid, geminasi)

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddad* tersebut.

Contoh :

ربنا	ditulis	*rabbanā*
البر	ditulis	*al-birr*

5. Kata sandang (artikel)

Kata sandang yang diikuti oleh "huruf syamsiah" ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh :

الشمس	ditulis	*asy-syamsu*
الرجل	ditulis	*ar-rajulu*
السيدة	ditulis	*as-sayyidah*

Kata sandang yang diikuti oleh "huruf qamariyah" ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh :

القمر	ditulis	*al-qamar*

البديع	ditulis	*al-badi'*
اجالل	ditulis	*al-jalāl*

6. Huruf Hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostrof /'/.

Contoh :

امرت	ditulis	*umirtu*
شيء	ditulis	*syai'un*

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penjualan Perumahan Puri Indah Terban Batang 7

Tabel 2.1 Telaah Pustaka 25

Tabel 3.1Definisi Operasional 39

Tabel 4.1 Usia Responden 51

Tabel 4.2 Jenis Kelamin 52

Tabel 4.3 Pendidikan 52

Tabel 4.4 Pekerjaan 53

Tabel 4.5 Jawaban responden variabel kualitas produk 54

Tabel 4.6 Jawaban responden variabel harga 56

Tabel 4.7 Jawaban responden variabel lokasi 58

Tabel 4.8 Jawaban responden variabel kualitas pelayanan 59

Tabel 4.9Jawaban responden variabel kepuasan konsumen 61

Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Instrumen 63

Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas Dengan Metode Alpha Cronbach's 65

Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas Metode Kolmogorov Smirnov 66

Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinearitas dengan Metode VIF 67

Tabel 4.14 Hasil Uji Heteroskedastisitas SPSS dengan Uji Glejser 68

Tabel 4.15 Hasil Uji Regresi Linier Berganda 69

Tabel 4.16 Hasil Uji t 71

Tabel 4.17 Hasil Uji F 73

Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R2) 74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Berfikir..... 33

Gambar 2. Struktur Organisasi Perumahan Puri Indah Terban Batang.... 49

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di Indonesia jumlah penduduk semakin meningkat, kebutuhan akan tempat tinggal terus meningkat dari waktu ke waktu. Kebutuhan hidup manusia yang paling dasar ialah kebutuhan primer (sandang, pangan dan papan). Kebutuhan sandang berkaitan dengan pakaian yang digunakan, kebutuhan pangan yaitu makanan seperti roti, nasi, buah, daging, air minum sedangkan kebutuhan papan adalah tempat tinggal atau rumah. Dari berbagai kebutuhan primer yang dibutuhkan oleh manusia, rumah adalah tempat tinggal yang dibutuhkan manusia untuk menunjang kehidupan. Rumah merupakan tempat untuk berlindung dan menjalankan aktivitas bersama keluarga. Perkembangan bisnis pada saat ini semakin bertumbuh pesat pada halnya bisnis yang bergerak pada dibidang perumahan. Dengan tersedianya perumahan diharapkan dapat memenuhi kebutuhan primer pada manusia.Pada bisnis perumahan,masing-masing perusahaan yang bergerak sebagai pengembang, juga diharapkan mampu meningkatkan kualitas pelayanan agar mampu bersaing pada persaingan didalam dibidang properti. (Alvaris,2017)

Semakin banyak perusahaan perumahan, semakin besar persaingan dalam memasarkan produknya. Pelaku ekonomi berlomba-lomba menawarkan dan memasarkan produk yang memenuhi kebutuhan

konsumen. Perusahaan perlu berhati-hati dalam mengambil keputusan ketika merumuskan strategi pemasaran yang baik agar pelanggan tertarik serta bertahan secara konsisten. Strategi ialah suatu rancangan agar perusahaandapat beroperasi dan mencapai tujuannya. Strategi sangat penting untuk perusahaan supaya tetap bertahan ditengah-tengah persaingan.(Elina, 2017: 142)

Kabupaten Batang merupakan wilayah yang dikategorikan sebagai daerah berkembang. Hal ini dapat dilihat dari kondisi wilayah yang merupakan kombinasi anatara daerah pantai, daerah rendah dan pegunungan di Kabupaten Batang merupakan potensi yang amat besar untuk dikembangkan pembangunan daerah bercirikan agroindustri, agrowisata dan agrobisnis. Banyaknya agroindustri, agrowisata dan agrobisnisyang ada didaerah Batang, maka akan banyak didatangi oleh masyarakat dari berbagai daerah dengan tujuan tertentu. Kondisi ini memiliki pengaruh terhadap kebutuhan akan perumahan sebagai tempat tinggal. Dalam peluang bisnis ini, perusahaan memiliki kesempatan agar bisa membuat konsumen tertarik untuk membelian produk perumahan yang ada di daerah Batang. Dalam menjalankan bisnis ini perusahaan harus melakukan suatu langkah dan analisa pada perilaku konsumen dimana sering sejalan dengan trend saat kini dengan adanya strategi bisnis yang tepat dan strategi peningkatan kepuasan pelanggan untuk mendapatkan umpan balik pasar bisnis perumahan, juga perlu mempertimbangkan strategi pemasaran terhadap faktor – faktor yang

mempengaruhinya karena stategi pemasaran perumahan adakaitan hubungannya pada variabelyaitu produk, harga, lokasi dan pelayanan. Strategi bauran pemasaran meliputiproduk, harga, lokasi dan layanan adalah strategi dimana diharapkan mampu menciptakan kepuasan konsumen.

Kualitas produk ialah karakteristik yang dimiliki oleh suatu produk yang mempunyai kemampuan untuk dapat memberikan kepuasan pada konsumennya.Kualitas produk juga merupakan kemampuan dalam memberikan nilai baik pada produk itu sendiri dalam memenuhi fungsinya. Untuk memenuhi tujuan tersebut, pengembang perumahan perlu menekankan pada bangunan rumah yang dibentuk menarik agar banyak konsumen yang tertarik membelinya, kualitas pada bahan bangunan yang juga perlu diperhatikan agar bangunan rumah memiliki kualitas yang baik, masalah lain yang perlu diperhatiakan yaitu pada kenyamanan rumah yang dibangun. Pada hakikatnya bahwa sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan konsumennya dapat disebut produk tersebut akan semakin berkualitas (Cynthia, 2017). Pernyataan tersebut relevan pada penelitian diteliti Risnawati & Nuril Huda (2014) memiliki judul "Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Perumahan Komplek Amd Permai Banjarmasin)", hasilnya dimana kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Meskipun ada penelitian yang menunjukkan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen,

namun penelitian telah diteliti Ika Mariana Zulaikha (2015) yangberjudul "Pengaruh Kualitas Layanan, Store Image, Kualitas Produk, Lingkungan Belanja dan Harapan Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Swalayan As-Gross Ar-Royan Solo)" menunjukkan hasilvariabel kualitas produk tidak berpengaruh pada kepuasan konsumen.

Bagi konsumen, harga adalah bahan pertimbangan yang harus diperhatikan.Harga yang bervariatif lebih cenderung diminati oleh konsumen pembeli rumah sesuai dengan kemampuan ekonominya. Dalam penelitiann yang telah dilakukan oleh Nabila Mariska & Sorayanti Utami (2015)yang berjudul "Pengaruh Harga, Lokasi dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Murah Di Hadrah Property". Dalam riset ini mempunyai hasil variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsume. Sedangkan menurut Henry Anggi Pramana (2018) yang berjudul "Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pelanggan (Studi Kasus Warung Spesial Sambel UMS Solo)" menunjukkan hasil bahwa variabel harga tidak berpengaruh pada kepuasan pelanggan.

Pengembang saat membangun perumahan harus memperhatikan faktor lokasi. Dalam mencapai tujuan pada sebuah usaha pemilihan lokasi mempunyai fungsi yang penting. Lokasi yang strategis dan dapat memaksimalkan laba merupakan lokasi yang baik. Lokasi yang nyaman,dan koneksi jalan yang baik dapat meningkatkan kepuasan konsumen saat membeli perumahan. Penelitian yang diteliti Marita

Ermelinda (2013) yang memiliki judul "Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Graha Harmoni Kabupaten Simalungun" menyatakan dimanalokasi berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Namun penelitian diteliti Lina Sari Situmeang (2017) memiliki judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Istana Hot Plate Medan" menunjukkan hasil bahwa variabel lokasi tidak memiliki pengaruh pada kepuasan konsumen.

Selain lokasi, kualitas pelayanan adalahsesuatu diduga bisa menciptakan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan adalah langkah usaha yang diharapkan mampu menarik perhatian banyak konsumen. Meningkatkan kualitas pelayanan agar mewujudkan kenyamanan pada konsumen agar memberikan nilai yang yang baik seperti yang diharapkannya. Kualitas pelayanan apabila dilakukan lebih dekat pada konsumen akan menciptakan kesan dengan baik juga dapat memunculkan perasaan kepuasan tersendiri terhadap konsumen (Lina,2017:5). Didukung penelitian diteliti Cynthia Violita Wijaya (2017) memiliki judul "Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Depot Madiun Masakan Khas Ibu Rudy", memiliki hasil kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Namun penelitian diteliti Tri Ulfa Wardani (2017) dengan judul "Pengaruh Kuaitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada

Bisnis Jasa Transportasi Gojek" menunjukkan hasil bahwa kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Sebagai seorang konsumen khususnya Muslim,membeli suatu produk tidak untuk pemenuhan kebutuhan jasmani saja, namun juga untuk pemenuhan kebutuhan rohani yang didasarkan sesuai dengan syariat Islam dimana produk yang dibeli harus produk yang bersih dan halal. Terdapat pula nilai yang seharusnya seorang muslim lakukan dalam mengonsumsi atau membeli sebuah produk yaitu semua harus dengan niat untuk menjalankan ibadah kepada Allah SWT yang maksudnya membeli produk sesuai dengan kebutuhan dan menjalin hubungan dengan sesama manusia atau lingkungannya tetapi disisi lain hubungan kepada Allah SWT juga tetap terjalin. Berbeda dengan arti konsumsi konvensional uang merupakan perilaku untuk memenuhi kebutuhan dengan tingkat kepuasan yang optimal (Yasid,2013). Sedangkan menurut Yusuf Qardhawi (1997), menjelaskan terdapat tiga norma yang dapat menjadi landasan dalam perilaku konsumen muslim ialah, membelanjakan harta yang dimiliki dalam hal kebaikan dan menjauhi sifat pelit, menerapkan kesederhanaan dalam hidup.

Salah satu perusahaan developer (pengembang) yang memperhatikan kelima hal diatas yaitu kualitas prosuk, harga, lokasi, kualitas layanan serta kepuasan pelanggan adalah PT Difalindor Cipta yang berdiri pada tahun 1988. Salah satu produk perumahan dari PT Difalindor Cipta adalah Perumahan Puri Indah Terban Batang. Perumahan

Puri Indah Terban adalah perusahaan yang menyediakan rumah dengan tipe 31/60 dengan harga 130 juta. Harga tersebut ditetapkan sesuai dengan peraturan Pemerintah dalam surat keputusan "Menteri PUPR Nomor 535/KTPS/M/2019 tentang Batasan Harga Jual Rumah Sejahtera Tapak yang diperoleh melalui Kredit/Pembiayaan Pemilikan Rumah Bersubsidi" (Jogloabang, 2015). Perumahan Puri Indah Terban terletak di Wates Terban Kecamatan Warungasem Kabupaten Batang Jawa Tengah.Perumahan Puri Indah Terban mulai beroperasi pada tahun 2018.Perumahan ini mempunyai keunggulan desain bangunan yang menarik, harga bersaing, fasilitas yang memadahi dan lokasi perumahan yang strategis.

Pembangunan rumah tidak hanya harus berproduksi, mereka juga berusaha membuat konsumen membeli produk yang ditawarkannya.Memahami sikap dan perilaku konsumen adalah penting karena berpengaruh pada penjualan produk. Data jumlah penjualan Perumahan Puri Indah Terban dapat dilihat pada Tabel berikut ini:

Tabel 1. 1Penjualan Perumahan Puri Indah Terban Batang

Tahun	Target Penjualan (Unit)	Permintaan (Unit)	Realisasi (Unit)
2018	35	29	29
2019	40	38	38
2020	46	51	51

Sumber: Data Perumahan Puri Indah Terban

Dari tabel 1.1 terlihat bahwa target penjualan yang ingin dicapai pada tahun 2018 adalah 35 unit, sedangkan realisasi penjualan hanya mencapai 29 unit. Pada tahun 2019 perusahaan pengembang memiliki target penjualan 40 unit, sedangkan realisasi penjualan mencapai target yaitu sebesar 38 unit. Pada 2020 target penjualan yang ingin dicapai adalah 46 unit, sedangkan realisasi penjualan mencapai target sebesar 51 unit. Dari data di atas disimpulkan bahwa pencapaian ditahun 2020 sudah terealisasikan sesuai dengan target penjualan sedangkan pada tahun 2018 dan 2019 penjualan perumahan belum melampaui target penjualan yang diinginkan. Belum tercapainya target membuktikan bahwa Perumahan Puri Indah Terban harus lebih optimal dalam pemasaran produknya. Penurunan dalam penjualan akan terus terjadi apabila tidak mengambil langkah strategis untuk mengantisipasinya. Berdasarkan pembahasan di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang ***"Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Muslim (Studi Kasus Perumahan Puri Indah Terban Batang)".***

B. Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen muslim pada Perumahan Puri Indah Terban?
2. Apakah harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen muslim pada Perumahan Puri Indah Terban?

3. Apakah lokasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen muslim pada Perumahan Puri Indah Terban?
4. Apakah kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikana terhadap kepuasan konsumen muslim pada Perumahan Puri Indah Terban?
5. Apakah kualitas produk, harga, lokasi dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen muslim pada Perumahan Puri Indah Terban?

C. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini, penelitian berusaha untuk mengungkapkan faktor-faktor yang menentukan kepuasan konsumen pada Perumahan Puri Indah Terban Batang. Objek dalam penelitian ini adalah para penghuni Perumahan Puri Indah Terban Batang. Dalam penelitian ini, peneliti hanya membatasi pada 4 variabel X dan 1 variabel Y, yaitu Kulitas Produk, Harga, Lokasi dan Kulitas Pelayanan yang berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen.

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen muslim pada Perumahan Puri Indah Terban.

2. Untuk mengetahui apakah harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen muslim pada Perumahan Puri Indah Terban.
3. Untuk mengetahui apakah lokasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen muslim pada Perumahan Puri Indah Terban.
4. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikana terhadap kepuasan konsumen muslim pada Perumahan Puri Indah Terban.
5. Untuk mengetahui apakah kualitas produk, harga, lokasi dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen muslim pada Perumahan Puri Indah Terban.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

   Penelitian ini memiliki kegunaan sebagai rujukan serta penambahan ilmu pengetahuan berdasar pada berbagai teori yang ada dan dapat memberikan bukti empiris tentang pengaruh variabel-variabel yang berkaitan dengan kepuasan konsumen.

2. Manfaat Praktis
   a. Bagi pengembang perumahan dan pemerintah, berguna untuk menjadi bahan informasi dan bahan masukan dalam menetapkan suatu kebijakan yang akan dilakukan untuk kedepannya.

b. Bagi konsumen, berguna untuk memberikan wawasan dan informasi mengenai pembelian perumahan Puri Indah Terban Batang.

3. Manfaat Akademis

Penelitian ini bisa menjelaskan informasi terkait hubungan antara pengaruh kualitas produk, harga, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dan menjadi kontribusi terkait pengembangan literatur penelitian kepuasan terhadap konsumen.

F. Sistematika Pembahasan

Dalam laporan tugas akhir ini akan berisi lima bab sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan, menjabarkan latar belakang permasalahan, rumusan permasalahan dimana mencakup pertanyaan permasalahan penelitian serta menjabarkan tujuan penelitian.

Bab II Landasan Teori, menjabarkan kajian pustaka dimana isinya yakni penelitian sebelum yang menunjang penelitian ini., kerangka teorinya berisikan mengenai konsep serta teori yang hendak dimanfaatkan guna menganalisis serta menyimpulkan, kerangka penelitian berisikan telaah diuji berbentuk persamaan dan gambar, serta pengembangan hipotesis.

Bab III Metode Penelitian, menjabarkan uji instrumen dan alat analisis, instrumen penelitian, definisi operasional, teknik pengumpulan data, tenpat penelitian dan populasi serta sampel juga jenis penelitiannya.

Bab IV Analisis Data dan Pembahasan, menjelaskan objek yang diteliti, menjelaskan data & kemudian dianalisis data yang diperoleh dari konsumen.

Bab V Penutup, menarik hasil akhir dari permasalahan yang dihadapi oleh konsumen dan penulis

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari analisis data yang dilakukan, penelitian memperoleh kesimpulan sebagaimana yang tertera dibawah ini:

1. Terdapat pengaruh signifikan antara variabel kualitas produk terhadap kepuasan konsumen muslim pada Perumahan Puri Indah Terban Batang. Hal ini dapat dibuktitakan dengan nilai t hitung (2,823) > t tabel (2,0095), dan nilai signifikan sebanyak 0,007 < 0,05.
2. Terdapat pengaruh signifikan antara variabel kualitas produk terhadap kepuasan konsumen muslim pada Perumahan Puri Indah Terban Batang. Hal ini dapat dibuktitakan dengan nilai t hitung (2,823) > t tabel (2,0095), dan nilai signifikan sebanyak 0,001 < 0,05.
3. Terdapat pengaruh signifikan antara variabel lokasi terhadap kepuasan konsumen muslim pada Perumahan Puri Indah Terban Batang. Hal ini dapat dibuktitakan dengan nilai t hitung (3,680) > t tabel (2,0095), dan nilai signifikan sebanyak 0,001 < 0,05.
4. Tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen muslim pada Perumahan Puri Indah Terban Batang. Hal ini dapat dibuktitakan dengan nilai t hitung (0,176) < t tabel (2,0095), dan nilai signifikan sebanyak 0,861 > 0,05.

5. Seacara simultan variabel kualitas produk, harga, lokasi dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen muslim di Perumahan Puri Indah Terban Batang dengan perbandingan nilai F hitung (11,331) > F tabel (2,57) dan nilai signifikan 0,000 < 0,05.
6. Indeks determinasi menunjukkan bahwa kepuasan konsumen sebesar 43,8% dapat dijelaskan melalui kualitas produk, harga, lokasi dan kualitas pelayanan. Kemudian 56,2% sisanya dijelaskan oleh faktor-faktor lain.

B. Keterbatasan Penelitian

Ketika melakukan penelitian, peneliti mengetahui terdapat kekurangan dan hambatan selama penelitian dilakukan yang disebabkan oleh:

1. Pada penelitian ini, variabel independen masih terbatas yakni hanya variabel kulitas produk, harga, lokasi dan kualitas pelayanan sehingga dimungkinkan masih terdapat faktor lain yang dapat mempengaruhi profitabilitas.
2. Peneliti mendapatkan data melalui pembagian kuesioner kepada responden dan terkadang responden kurang maksimal dalam menjawab pertanyaan.
3. Peneliti tidak mengetahui apakah responden menjawab pertanyaan dengan keadaan yang sesungguhnya atau tidak sehingga mengakibatkan jawaban yangdiberikan responden tidak akurat.

DAFTAR PUSTAKA

Azwar, Saifuddin. 2011. *Metode Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Aziz, Abdul. 2013. *Etika Bisnis Prespektif Islam*, Bandung: Alfabeta.

Azwar Karim, Adiwarman. 2004. *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, Cet 2, Jakarta: PT Raja Gravindo Persada.

Alma dan Bachari. 2002. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*, Bandung: Alfa Beta.

Anang Firmansyah, Muhammad. *Pemasaran Produk dan Merek: Planning dan Strategy*. penerbit: Qiara Media.

Darmawan, Dan. *2013. Metode Penelitian Kuantitatif*, Bandung: PT Remaja Rosdakary.

Daga, Rosnaini. 2017. *Citra, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan*, Cet 1, Sulawesi Selatan: Global RCI.

Duli, N. 2019, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS*, Yogyakarta: Deepublish.

Ermelinda, Marita. 2013. *Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Graha Harmoni Kabupaten Simalungun*, Universitas Terbuka Jakarta.

Edy Wibowo, Agung. 2012. *Aplikasi Praktis SPSS dalam Penelitian*, Yogyakarta: Gava Media.

Edward Pandesia, Alvaris. 2017. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Griya Paniki Indah Manado Housing*, Jurnal EMBA, Vol.5, No.2

Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*, Semarang: Badan Penerbit UNDIP.

Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Mulvariate dengan Program IBM SPSS 21 Edisi 7*, Semarang: Badan Penebit UNDIP.

Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS19*, Cet 5, Semarang: BP Undip.

Ghozali, Imam. 2018, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan IBM SPSS 25Edisi 9*, Universitas Diponegoro.

Husein, Umar. 2009. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis* Bisnis, Cet 2, Jakarta: Rajawali Pers.

Hardiansyah. 2011. *Kualitas Pelayanan Publik*, Yogyakarta: Gava Media.

https://www.google.com/amp/s/www.jogloabang.com/ekbis/kepmen-pupr-535kptsm2019-batasan-harga-jual-rumah-sejahtera-tapak%3famp

Irawan, Handi. 2003. *Indonesia Customer Satisfaction*, Cet 1, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, Gramedia.

John W, Creswell. 2012. *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed,* Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Kotler, Philip & Lanc Keller, Kelvin. 2007. *Manajemen Pemasaran*, Cet 13, Jakarta: Indeks.

Lexy J, Moleong. 1992. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya Offset.

Monica, Elina. *PengaruhHarga, Lokasi, Kualitas Bangunana dan Promosi Terhadap Minat Beli Perumahan Taman Safari Bondowoso, Internasional Jurnal Of Social Science And Business*, Vol. 2, No.3.Muhammad. 2004. *Ekonomi Mikro dalam Prespejtif Islam*, Cet 1, Yogyakarta: BPFE.

Mariska, Nabila dan Utami, Sorayanti.*Pengaruh Harga, Lokasi dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Murah Di Hadrah Property*, Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen, Vol. 2, No. 1.

Marzuki, A., Armereo, C., & Rahayu, P.F, 2020, *Praktik Statistik*, Malang: Ahli Media Press.

Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam, Ekonomi Islam, Cet 6, Jakarta:Rajawali Pers.

Prawirosentono, Suyadi. 2002. *Manajemen Sumber Daya Manusia*: Kebijakan Kinerja Karyawan, Cet 8, Yogyakarta: BPFE.

Peter, P.J. 2000. *Consumer Bahaviour,* Cet 1, Jakarta: Erlangga.

Purnomo, Rochmat Aldy. 2017, *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS,* Ponorogo: CV Wade Group.

Qardhawi, Yusuf. 1997. Norma dan Etika Ekonomi Islam, Jakarta: Gema Insani.

Rambat, Lupiyoadi & Hamdani. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa,* Jakarta: Salemba Empat.

Rosadi, Rusla. 2006. *Manajemen Public Relation*, Jakarta: PT. Raja Grafindo.

Risnawati & Huda, Nuril, 2014. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Perumahan Komplek Amd Permai Banjarmasin),* Jurnal Wawasan Manajemen. Vol. 2, No. 1.

Sari Situmeang, Lina. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Istana Hot Plate Medan*, Skripsi Universitas Islam Negeri Sumetera Utara.

Salafudin dan Nalim. 2014. *Statistik Inferensi*, Pekalongan: STAN Pekalongan Press.

Sugiono. 2017. *Statistik Untuk Penelitian*, Cet 28, Bandung: Alfabeta.

Sugiono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Cet ke-12, Bandung: Alfabet.

Sugiono. 2014. *Statistikka untuk Penelitian*, Bandung: CV Alfabeta.

Setyo. 2016. *Konsep dan Penerapan Ekonometrika,* Depok: PT. Rajagrafindo Persada.

Tjiptono, Fandy. 2002. *Perspektif Manajemen dan Pemasaran Komtemporer*, Cet.1, Yogyakarta: Andy.

Tjiptono, Fandy. 20002. *Strategi Pemasaran*, Edisi 2, Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa*, Cet 1, Jakarta: Andi Publisher.

Violita Wijaya, Cynthia. 2017. *Pengaruh Harga, Kualitas Pelyanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Depot Madiun Masakan Khas Bu Rudy,* AGORA, Vol. 5, No.1.

Yunia Fauzia, Eka dan Kadir Riyadi, Abdul. 2014. *Prinsip Dasar Ekonomi Islam,* Cet 1, Edisi 1, Jakarta: Kencana.

Yasid, 2013. *Perilaku Konsumen: Perspektif Konvensional dan Perspektif Islam*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam. Vol. 7, No. 2.