

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Hasil Penelitian Berdasarkan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Membeli Rumah Terjangkau maupun nonsubsidi di Lombok Royal Properti Beberapa kesimpulan dapat diambil sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis, ketiga variabel yang digunakan dalam penelitian ini diketahui berpengaruh positif dan nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu variabel harga, lokasi, dan kualitas.
2. Dari hasil analisis regresi berganda dapat diketahui bahwa variabel yang paling besar pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan yaitu variabel harga, kedua variabel lokasi, dan yang ketiga variabel kualitas.
3. Dari hasil analisis koefisien adjusted R² diketahui 66,0% Kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh variabel harga, lokasi dan kualitas. Sedangkan 34,0% kepuasan konsumen dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

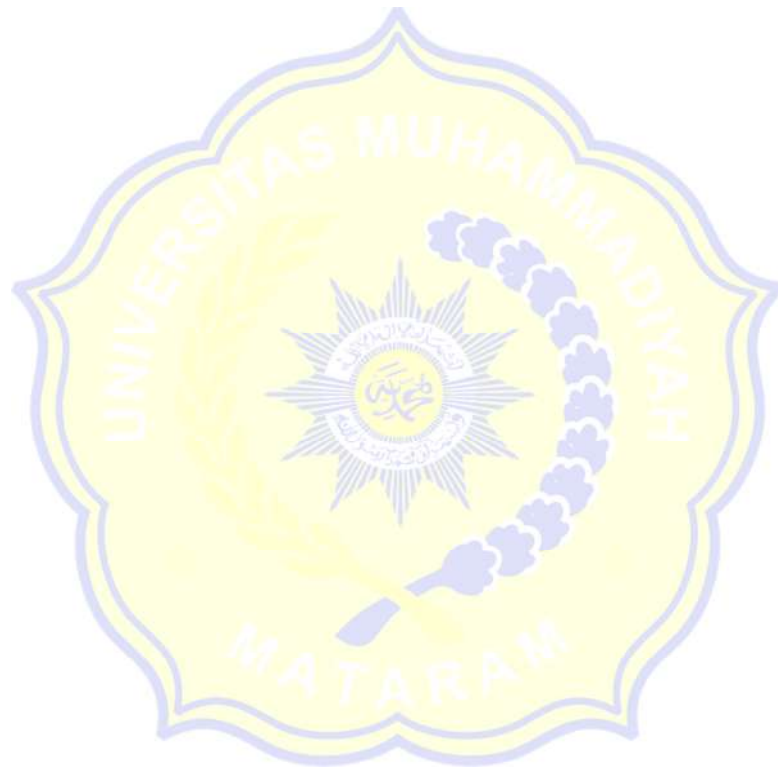
5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, berikut ini adalah beberapa saran yang bias dipertimbangkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan data Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga memiliki nilai koefisien yang paling rendah dibandingkan dengan variabel

lainnya. Oleh karena itu pengembang hendaknya merancang rumah yang sesuai dengan kemampuan masyarakat berpenghasilan rendah (MBR).

2. Dalam penelitian ini juga ditemukan ada beberapa konsumen yang merasa tidak puas dengan fasilitas yang ditawarkan. Oleh karena itu diharapkan kepada pihak terkait untuk kiranya mempertimbangkan atau meningkatkan fasilitas.



DAFTAR PUSTAKA

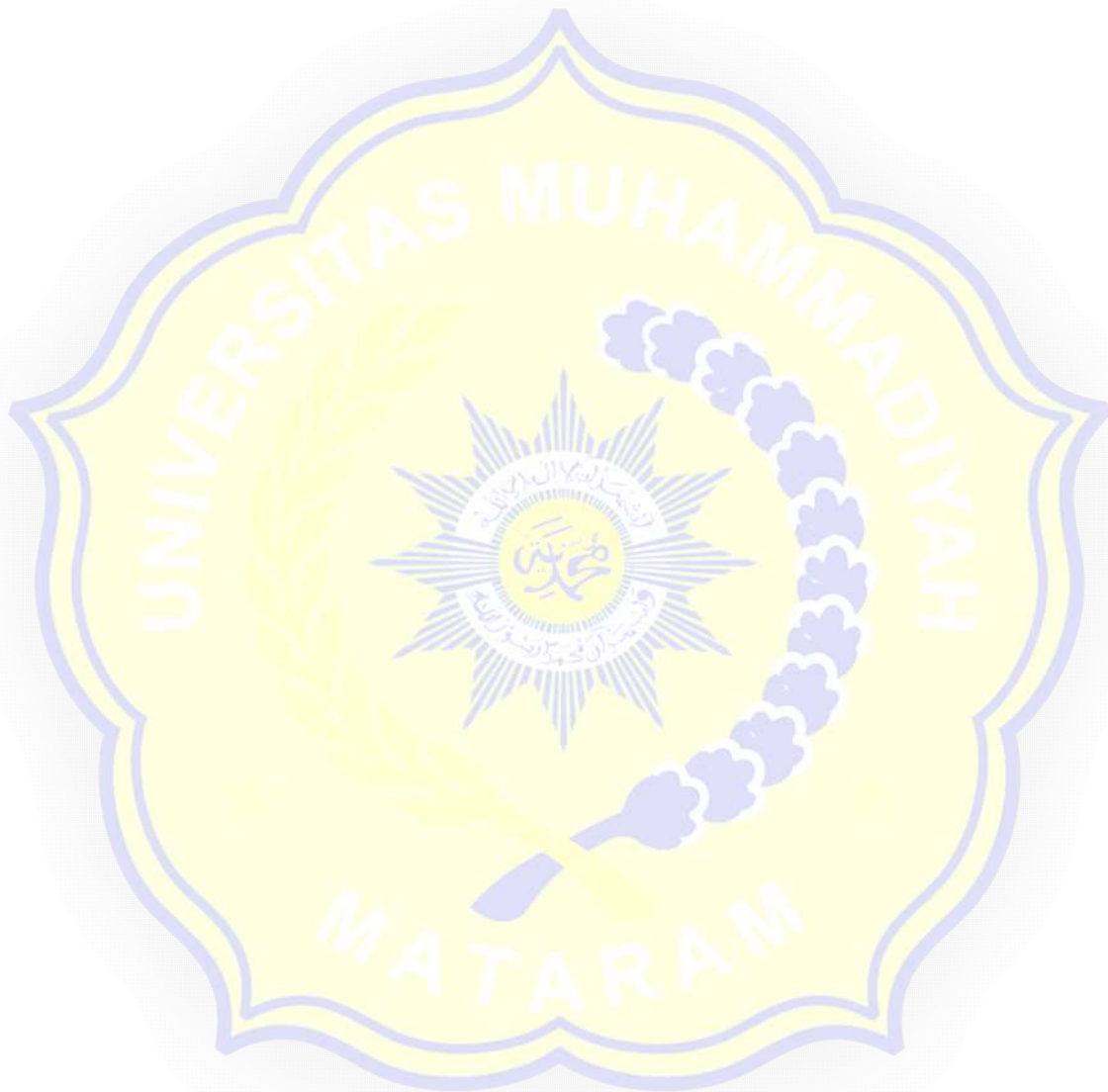
- Abadi Adib, 2001, "Menuju Lingkungan Perumahan Perkotaan yang Berkualitas."
- Augusty Ferdinand, 2006, Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Basu Swastha dan Irawan. 2003. "Manajemen Pemasaran Modern". (Edisi kedua). Cetakan ke sebelas. Yogyakarta : Liberty Offset.
- Basu Swastha, DH dan Hani Handoko, 2002, Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen, Edisi I, BPFE Yogyakarta.
- Basu Swastha, DH dan Irawan, 2002, Manajemen Pemasaran Modern, Liberty: Yogyakarta. Efendi, 1996, "Analisa Lima Faktor Terhadap Pembelian Rumah Sederhana dan Sangat
- Bilson, Simamora. 2001. Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel, Edisi Pertama, Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Cannon, Joseph P., William D. Perreault Jr. dan Jerome McCarthy. 2008. Pemasaran Dasar-Dasar : Pendekatan Manajerial Global. Buku 2. Edisi 16. Alih Bahasa : Diana Angelica dan Ria Cahyani, Salemba Empat. Jakarta.
- Eri Susanti, 2003, "Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Produk Keramik Milan Di Surabaya.", Fakultas Ekonomi Unika Widya Mandala Surabaya.
- Fandy Tjiptono, 1997, Strategi Pemasaran. 2ed. Yogyakarta: ANDI
- Imam Ghozali, 2001, Analisis Multivariat dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ir. Lily Harjati, 2003, "Tidak Cukup Hanya Kepuasan Pelanggan Diperlukan Nilai Pelanggan Untuk Survival", Jurnal Ekonomi Perusahaan, Vol. 10, No. 1, Maret 2003.
- Kotler, Philip, 2002, Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan Implementasi dan Kontrol, Jilid I, Penerbit Prenhallindo: Jakarta.
- Kotler, Philip, 2002, Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium, Jilid 3, Penerbit Prenhallindo: Jakarta.
- Muhammad Taufiq & Eduardus Tandililin, 2007, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Transaksi Rumah Sederhana Tipe 36 di Kabupaten Boyolali Provinsi Jawa Tengah.
- Santoso, Singgih, 2001, Mengolah Data Statistik Secara Profesional, SPSS versi 10, Penerbit PTElexMe

dia Komputindo: Jakarta.

Sederhana.”, Benefit Volume 8 No. 2 Hal. 151-159.

Sri Kurniasih, 1987, ”Usaha Perbaikan Pemukiman Kumuh di Petukangan Utara Jakarta Selatan.”

Sugiyono, 2006, Metode Penelitian Bisnis, Cetakan Kesembilan, Penerbit CV Alfabeta, Bandung.





LAMPIRAN – LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

PENGANTAR KUESIONER

Perihal : Permohonan Pengisian Kuesioner
Lampiran : Satu Berkas
Judul : Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Membeli Rumah Pada PT. Lombok Roysl Properti (Studi Kasus Perumahan Adhyaksa Residence)

Kepada Yth.

Bapak/Ibu

Di

Tempat

Dengan Hormat,

Dalam rangka menyusun skripsi dan menyelesaikan studi pada Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk menempuh kelulusan program pendidikan starata 1 yang saat ini sedang saya tempuh, maka saya mohon kepada, bapak/Ibu untuk dapat mengisi kuesioner yang telah disediakan. Artinya semua jawaban yang diberikan oleh bapak/Ibu adalah benar dan jawaban yang diminta adalah sesuai dengan kondisi yang di rasakan Bapak/Ibu selama ini.

Setiap jawaban yang diberikan merupakan bantuan yang tidak ternilai harganya bagi penelitian ini, atas perhatian dan bantuannya saya mengucapkan terima kasih.

Mataram, 6 Januari 2022

Hormat,

Rismi Baeningsih

I. Identitas Responden

ANGKET

Identitas Responden :

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
3. Umur :
4. Pekerjaan :

PETUNJUK PENGISIAN :

- a. Angket ini dilakukan dengan tujuan untuk mengukur tingkat pengaruh Harga, Lokasi, dan Kualitas Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Pada PT. Lombok Royal Properti.
- b. Saudara mendapatkan kepercayaan terpilih sebagai responden, dimohon untuk mengisi seluruh instrument yang disediakan sesuai dengan pengalaman, pengetahuan, persepsi, dan Keadaan yang sebenarnya.
- c. Jawaban saudara dijamin kerahasiaan dan tidak memiliki dampak negative dalam bentuk apapun.

- d. Pilihlah salah satu dari pilihan jawaban yang disediakan dengan memberin tanda checklist (✓) pada kolom yang tersedia.
- e. (*) Pilih salah satu.
- f. Ada lima pilihan jawaban yang dapat saudara pilih, yaitu :

Sangat Setuju	=	SS
Setuju	=	S
Ragu – Ragu	=	RR
Tidak Setuju	=	TS
Sangat Tidak Setuju	=	STS



1. Variabel Harga (X1), Lokasi (X2) dan Kualitas (X3)

NO.	PERNYATAAN	PILIHAN JAWABAN				
		SS	S	RR	TS	STS
Harga (X1)						
1.	Apakah uang muka untuk membeli rumah subsidi di pt.lombok royal property terjangkau?					
2.	Apakah pembayaran uang muka rumah subdi di pt.lombok royal property apa bisa diansur?					
3.	Apakah ada pemberian diskon untuk pembelian rumah subsidi yang membayar secara tunai?					
4.	Apakah pembayaran yang dilakukan sudah termasuk pemasangan air dan listrik?					
Lokasi (X2)						
1.	Apakah lokasi perumahan adhyaksa residence dapat dijangkau oleh konsumen?					
2.	Apakah lokasi perumahan adhyaksa residence dekat dengan pusat kota?					
3.	Apakah lokasi perumahan adhyaksa residence mudah dapat suply listrik dan air?					
4.	Apakah lokasi perumahan adhyaksa residence dekat dengan public service?					
Kualitas Bangunan (X3)						
1.	Apakah kualitas bangunan diperumahan adhyaksa residence sudah sesuai standar pembangunan?					
2.	Apakah konsep perumahan adhyaksa residence memilikikualitas yang baik?					
3.	Apakah model rumah adhyaksa residence sesuai dengan model terbaru?					
4.	Apakah kualitas jalan transportasi diperumahan adhyaksa residence sudah memadai?					

2. Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

NO	PERNYATAAN	PILIHAN JAWABAN				
		SS	S	RR	TS	STS
Kepuasan Konsumen (Y)						
1.	Apakah anda sudah merasa puas dengan perumahan adhyaksa residence?					
2.	Seberapa besar anda ingin merekomendasikan perumahan adhyaksa residence kepada teman dan kerabat anda?					
3.	Apakah anda sudah merasa puas dengan fasilitas yang di tawarkan diperumahan adhyaksa residence?					



LAMPIRAN 2**Distribusi Jawaban Responden**

No RESPONDEN	HARGA (X1)				TOTAL X1	LOKASI (X2)				TOTAL X2
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	
1	4	5	5	4	18	4	5	4	5	18
2	4	4	3	5	16	4	5	5	5	19
3	4	4	4	4	16	4	4	5	5	18
4	4	5	4	5	18	4	5	4	4	17
5	4	5	4	4	17	4	4	3	4	15
6	4	4	5	4	17	4	4	5	5	18
7	5	5	5	4	19	5	4	4	4	17
8	5	5	5	4	19	5	5	4	4	18
9	4	4	5	4	17	4	4	4	4	16
10	5	5	5	4	19	5	5	5	5	20
11	4	5	5	4	18	4	4	5	4	17
12	5	4	5	4	18	4	5	4	4	17
13	4	5	5	5	19	4	4	4	4	16
14	5	5	5	5	20	4	5	4	4	17
15	4	4	5	4	17	5	4	4	4	17
16	5	5	4	5	19	5	5	5	5	20
17	5	4	5	4	18	4	5	4	5	18
18	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
19	4	5	4	5	18	5	4	4	4	17
20	5	4	5	4	18	4	5	4	5	18
21	5	5	5	4	19	5	5	5	4	19
22	5	5	4	4	18	4	5	4	5	18
23	4	5	5	4	18	4	4	4	4	16
24	5	5	4	5	19	5	5	5	4	19
25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
26	4	5	4	5	18	5	4	5	5	19
27	5	5	5	4	19	4	5	5	4	18
28	5	4	5	5	19	5	5	5	4	19
29	4	4	4	4	16	5	4	4	4	17
30	5	5	5	4	19	5	5	4	5	19
31	5	5	5	4	19	5	5	5	4	19
32	5	5	5	5	20	4	5	5	5	19
33	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20

34	4	5	4	5	18	5	4	5	5	19
35	5	5	5	5	20	4	5	5	4	18
36	5	5	5	4	19	5	5	5	5	20
37	4	4	5	5	18	5	4	5	5	19
38	5	5	5	4	19	5	5	4	4	18
39	5	5	5	4	19	5	5	5	4	19
40	4	4	4	4	16	5	4	4	4	17
41	4	4	4	5	17	5	4	4	4	17
42	5	5	4	5	19	5	5	4	4	18
43	4	4	4	5	17	5	4	4	4	17
44	4	4	5	4	17	5	4	4	4	17
45	4	5	4	4	17	5	4	4	4	17
46	5	4	4	4	17	5	5	4	4	18
47	4	4	4	4	16	5	4	4	4	17
48	5	4	4	4	17	4	5	4	4	17
49	4	4	5	4	17	5	4	4	4	17
50	5	4	4	4	17	5	5	4	4	18
51	5	4	5	4	18	4	5	4	4	17
52	5	4	5	4	18	5	5	4	4	18
53	5	4	4	4	17	4	5	4	4	17
54	4	3	4	3	14	4	4	4	3	15
55	3	4	5	4	16	4	3	3	4	14
56	3	4	4	4	15	4	3	3	2	12
57	3	4	4	4	15	4	3	4	4	15
58	4	4	4	4	16	4	4	3	3	14
59	3	4	4	4	15	4	3	3	3	13
60	5	5	5	5	20	4	5	5	5	19
61	5	5	5	5	20	5	5	5	4	19
62	5	4	5	5	19	4	5	5	4	18
63	5	5	5	4	19	5	5	4	4	18
64	5	4	5	4	18	5	5	4	4	18
65	5	5	5	5	20	4	5	5	5	19
66	5	4	5	4	18	5	5	5	4	19
67	5	5	4	5	19	5	5	4	5	19
68	5	5	4	5	19	4	5	5	5	19
69	5	5	5	4	19	5	5	5	5	20
70	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
71	3	4	5	4	16	4	3	4	4	15

72	5	4	4	3	16	4	5	4	5	18
73	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
74	4	4	4	4	16	4	4	4	3	15
75	5	4	4	4	17	3	3	4	4	14
76	4	4	4	3	15	4	4	5	4	17
77	4	4	4	3	15	3	4	3	4	14
78	3	4	3	4	14	4	3	4	3	14
79	5	5	5	5	20	5	4	5	5	19
80	4	4	4	3	15	3	4	4	4	15
81	4	4	3	4	15	3	4	4	4	15
82	5	5	5	4	19	5	5	5	4	19
83	4	4	5	3	16	3	4	3	4	14
84	3	3	4	4	14	4	3	4	3	14
85	4	5	3	4	16	3	4	4	3	14
86	4	5	5	5	19	4	4	5	4	17
87	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
88	3	3	4	4	14	4	3	4	4	15
89	4	5	5	5	19	4	4	4	4	16
90	3	4	4	3	14	4	3	4	4	15
91	3	3	4	4	14	3	3	4	4	14
92	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
93	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
94	4	3	4	4	15	4	4	4	3	15
95	5	4	4	4	17	5	5	5	4	19
96	4	4	3	4	15	4	4	3	3	14
97	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
98	3	4	3	4	14	4	3	4	4	15
99	5	5	5	4	19	5	5	5	4	19

KUALITAS (X3)				TOTAL X3	KEPUASAN (Y)			TOTAL Y
X3.1	X3.2	X3.3	X3.4		Y1	Y2	Y3	
5	5	5	4	19	5	5	5	15
5	4	3	5	17	5	5	5	15
4	4	4	5	17	4	4	4	12
4	4	4	3	15	5	4	4	13
4	4	3	4	15	5	4	4	13
4	5	4	5	18	4	4	4	12

5	4	5	4	18	5	4	5	14
4	5	5	4	18	5	4	4	13
5	5	5	4	19	4	4	4	12
5	5	5	5	20	5	5	5	15
5	4	5	4	18	4	4	4	12
5	4	5	5	19	4	4	4	12
5	5	5	4	19	4	4	4	12
5	5	4	4	18	5	5	5	15
5	5	5	5	20	5	4	5	14
4	5	5	5	19	5	4	5	14
5	5	4	5	19	5	4	5	14
5	5	5	5	20	5	4	5	14
5	5	5	5	20	4	5	5	14
4	5	4	4	17	4	4	4	12
5	5	5	5	20	5	4	5	14
5	5	5	5	20	4	5	5	14
5	5	5	5	20	5	4	5	14
5	5	5	5	20	5	5	5	15
5	5	5	5	20	5	5	5	15
5	5	5	4	19	5	5	5	15
5	5	5	5	20	5	5	5	15
5	4	5	5	19	5	5	5	15
5	4	4	4	17	5	4	4	13
5	5	5	5	20	5	4	4	13
5	5	5	5	20	5	5	5	15
5	4	5	5	19	5	4	5	14
5	5	5	5	20	5	5	5	15
5	5	5	5	20	5	5	5	15
5	5	5	5	20	5	5	5	15
5	5	5	5	20	5	5	5	15
5	5	5	4	19	5	5	5	15
5	5	4	4	18	5	5	5	15
5	5	5	5	20	5	5	5	15
5	5	4	4	18	5	5	5	15
5	4	5	4	18	5	4	4	13
4	5	4	4	17	4	4	5	13
5	4	4	4	17	5	4	4	13
4	4	5	4	17	4	5	4	13
5	4	4	4	17	5	5	4	14

5	5	4	4	18	5	4	4	13
4	4	5	5	18	5	5	4	14
5	4	4	4	17	5	4	4	13
5	4	4	4	17	5	5	4	14
5	4	4	4	17	5	4	5	14
5	5	4	4	18	4	4	5	13
4	4	5	4	17	5	4	5	14
5	5	4	4	18	5	5	4	14
5	4	4	4	17	5	5	4	14
4	4	4	4	16	4	3	5	12
4	4	4	4	16	4	5	4	13
4	3	4	4	15	4	4	4	12
4	4	4	4	16	4	4	4	12
3	4	3	3	13	4	4	4	12
3	4	4	3	14	4	4	4	12
4	4	5	5	18	5	4	5	14
5	5	5	5	20	5	5	5	15
5	4	4	5	18	5	5	5	15
5	5	4	5	19	5	5	5	15
4	5	5	4	18	5	4	5	14
4	5	5	5	19	5	4	5	14
5	5	5	5	20	4	4	5	13
4	5	5	5	19	5	5	5	15
4	5	5	5	19	5	5	5	15
4	5	5	5	19	5	4	5	14
5	5	5	5	20	5	5	5	15
4	3	4	4	15	4	4	4	12
3	3	4	4	14	4	4	4	12
3	3	3	5	14	4	4	5	13
4	3	4	4	15	4	4	4	12
4	4	4	4	16	4	4	5	13
5	4	4	4	17	4	4	4	12
4	4	3	4	15	4	4	4	12
4	4	3	4	15	4	4	4	12
5	5	5	5	20	5	5	5	15
5	4	4	4	17	3	3	4	10
4	3	4	4	15	4	4	4	12
5	5	5	5	20	5	5	5	15

4	4	3	4	15	4	4	4	12
4	4	4	4	16	4	4	4	12
4	4	3	4	15	4	4	4	12
5	5	5	5	20	5	4	5	14
5	5	5	5	20	5	5	5	15
4	3	4	4	15	4	4	3	11
5	5	5	5	20	5	5	5	15
3	3	4	4	14	3	3	3	9
4	4	4	4	16	3	3	4	10
4	4	4	4	16	4	4	4	12
4	4	4	4	16	4	4	4	12
4	4	3	4	15	4	4	4	12
5	5	5	5	20	4	4	4	12
4	4	4	3	15	4	4	3	11
5	5	5	5	20	5	5	5	15
4	3	4	4	15	4	3	3	10
5	5	5	5	20	5	5	5	15



LAMPIRAN 3
HASIL OLAH DATA

1). Uji Validitas

a. Uji Validitas Variabel Harga, Lokasi dan Komunikasi (X)

		Correlations														
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	TOTAL_X 1	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	TOTAL_X 2	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	TOTAL_X 3
X1.1	Pearson Correlation	1	.516	.460	.282	.791**	.422	.903	.488	.468	.761	.429	.555	.497	.517	.630**
	Sig. (2-tailed)		0.000	0.000	0.005	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
X1.2	Pearson Correlation	.516	1	.379	.485	.804**	.372**	.516	.425	.443	.579**	.421	.582	.542	.439	.629**
	Sig. (2-tailed)	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
X1.3	Pearson Correlation	.460	.379	1	0.178	.692**	.344**	.414	.351	.356	.482**	.432	.520	.532	.405**	.598**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000		0.079	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
X1.4	Pearson Correlation	.282	.485	0.178	1	.643**	.369**	.309	.466	.368	.492**	.311	.410	.417	.384**	.481**
	Sig. (2-tailed)	0.005	0.000	0.079		0.000	0.000	0.002	0.000	0.000	0.000	0.002	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
TOTAL_X 1	Pearson Correlation	.791	.804	.692	.643	1	.515**	.748	.590	.559	.796**	.545	.706	.677	.598	.798**

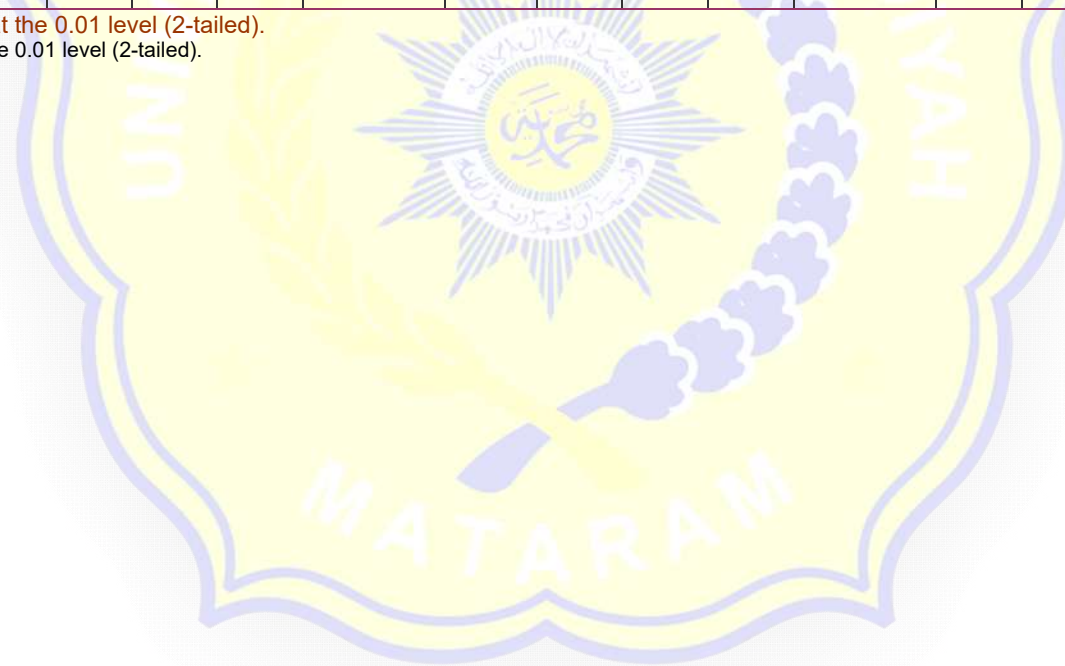
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
X2.1	Pearson Correlation	.422*	.372*	.344*	.369*	.515**	1	.424*	.402*	.278*	.685**	.445*	.511*	.522*	.337**	.576**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.005	0.000	0.000	0.000	0.000	0.001	0.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
X2.2	Pearson Correlation	.903*	.516*	.414*	.309*	.748**	.424**	1	.486*	.487*	.802**	.434*	.554*	.451*	.492**	.609**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.002	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
X2.3	Pearson Correlation	.488*	.425*	.351*	.466*	.590**	.402**	.486*	1	.564*	.797**	.471*	.459*	.545*	.654**	.666**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
X2.4	Pearson Correlation	.468*	.443*	.356*	.368*	.559**	.278**	.487*	.564*	1	.761**	.277*	.449*	.429*	.521**	.527**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.005	0.000	0.000	0.000	0.000	0.005	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
TOTAL_X2	Pearson Correlation	.761*	.579*	.482*	.492*	.796**	.685**	.802**	.797*	.761*	1	.534*	.650*	.637*	.656**	.780**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
X3.1	Pearson Correlation	.429*	.421*	.432*	.311*	.545**	.445**	.434*	.471*	.277*	.534**	1	.562*	.472*	.421**	.769**

	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.002	0.000	0.000	0.000	0.000	0.005	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
X3.2	Pearson Correlation	.555*	.582*	.520*	.410*	.706**	.511**	.554*	.459*	.449*	.650**	.562*	1	.559*	.477**	.827**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
X3.3	Pearson Correlation	.497*	.542*	.532*	.417*	.677**	.522**	.451*	.545*	.429*	.637**	.472*	.559*	1	.544**	.819**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
X3.4	Pearson Correlation	.517*	.439*	.405*	.384*	.598**	.337**	.492*	.654*	.521*	.656**	.421*	.477*	.544*	1	.757**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.001	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
TOTAL_X3	Pearson Correlation	.630*	.629*	.598*	.481*	.798**	.576**	.609*	.666*	.527*	.780**	.769*	.827*	.819*	.757**	1
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
Y1	Pearson Correlation	.589*	.597*	.450*	.501*	.729**	.589**	.619*	.417*	.398*	.668**	.527*	.509*	.442*	.410**	.595**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
Y2	Pearson Correlation	.455*	.465*	.322*	.499*	.591**	.443**	.480*	.361*	.325*	.531**	.470*	.473*	.346*	.397**	.530**

	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.001	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.001	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
Y3	Pearson Correlation	.586*	.513*	.497*	.473*	.707**	.388**	.536*	.548*	.418*	.622**	.439*	.623*	.476*	.607**	.675**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
TOTAL_Y	Pearson Correlation	.647*	.625*	.504*	.585*	.804**	.562**	.648*	.527*	.453*	.722**	.569*	.638*	.502*	.563**	.715**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



b. Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Correlations

		Y1	Y2	Y3	TOTAL_Y
Y1	Pearson Correlation	1	.598**	.581**	.862**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	99	99	99	99
Y2	Pearson Correlation	.598**	1	.494**	.831**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	99	99	99	99
Y3	Pearson Correlation	.581**	.494**	1	.826**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	99	99	99	99
TOTAL_Y	Pearson Correlation	.862**	.831**	.826**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	99	99	99	99

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

LAMPIRAN 4

Hasil Olah Data Statistik

1. Hasil Uji Validitas

a. Harga, Lokasi dan Kualitas (X)

Variabel	Item	Corrected Item Correlation (r-Hitung)	R-tabel (5%)	Kriteria	Keterangan
Harga (X1)	X1.1	0,791	0,196	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
	X1.2	0,804	0,196	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
	X1.3	0,692	0,196	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
	X1.4	0,643	0,196	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Lokasi (X2)	X2.1	0,761	0,196	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
	X2.2	0,579	0,196	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
	X2.3	0,482	0,196	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
	X2.4	0,492	0,196	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Kualitas (X3)	X3.1	0,630	0,196	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
	X3.2	0,629	0,196	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
	X3.3	0,598	0,196	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
	X3.4	0,481	0,196	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

b. Kepuasan Konsumen (Y)

Variabel	Item	Corrected Item Correlation (r-Hitung)	R-tabel (5%)	Kriteria	Keterangan
Kepuasan (Y)	0.647	0,647	0,196	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
	0.625	0,196	0,196	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
	0.504	0,196	0,196	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

2. UJI REALIABILITAS

a. Harga (X1)

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items

.714	.713	4
------	------	---

b. Lokasi (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.758	.759	4

c. Kualitas Bangunan (X3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.804	.804	4

d. Kepuasan Konsumen (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.790	.791	3

3. UJI REGRESI LINIER BERGANDA

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
1	(Constant)	1.668	.848		1.968	.052
	Harga (X1)	.447	.088	.562	5.104	.000
	Lokasi (X2)	.126	.078	.171	1.612	.110
	Kualitas (X3)	.097	.078	.133	1.248	.215

a. Dependent Variable: Kepuasan (Y)

4. UJI HIPOTESIS

a. Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
1	(Constant)	1.668	.848		1.968	.052
	Harga (X1)	.447	.088	.562	5.104	.000
	Lokasi (X2)	.126	.078	.171	1.612	.110
	Kualitas (X3)	.097	.078	.133	1.248	.215

a. Dependent Variable: Kepuasan (Y)

b. Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	134.913	3	44.971	64.478	.000 ^b
	Residual	66.259	95	.697		
	Total	201.172	98			

a. Dependent Variable: Kepuasan (Y)

b. Predictors: (Constant), Kualitas (X3), Lokasi (X2), Harga (X1)



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN DAN
PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
Jalan KH. Ahmad Dahlan No.1 Telp. 639180 – 633723 Mataram
Website: fisipol.ummat.ac.i

BERITA - ACARA

Lampiran : Berita Acara Ujian Skripsi Sarjana Lengkap Strata Satu Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.

Nama : **Rismi Baeningsih**
NIM : 218120031
Jurusan : Administrasi
Program Studi : Administrasi Bisnis
Konsentrasi : ENTREPRENEUR
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram
Judul Skripsi : *"Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Membeli Rumah Pada PT Lombok Royal Properti (Studi Kasus Perumahan Adyaksa Residence)"*.

KOMPONEN – KOMPONEN SKRIPSI YANG DIUJI

NO	KOMPONEN	BOBOT	NILAI	B X N	KET.
1	Sistematika	2	3,3	6,6	
2	Latar Belakang / Alasan	2	3,3	6,6	
3	Wawasan Pengetahuan	2	3,3	6,6	
4	Metodologi	3	3,3	9,9	
5	Penyajian Data	3	3,4	13,6	
6	Analisa Data	4	3,4	6	
7	Kesimpulan	2	3	6,9	
8	Konsistensi Bahasan	3	3	8,4	
9	Bahasa	2	3,2	6,6	
10	Sikap	2	3,3		
Jumlah		25			

TOTAL BN

IP ----- 77,3 ----- = 3,09

TOTAL B

25

Mataram, 09 Februari 2022

Penguji Pendamping,

Sulhan Hadi, SE, MM
NIDN. 0813038202



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN DAN
PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

Jalan KH. Ahmad Dahlan No.1 Telp. 639180 – 633723 Mataram

Website: fisipol.ummat.ac.i

BERITA - ACARA

Lampiran : Berita Acara Ujian Skripsi Sarjana Lengkap Strata Satu Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.

Nama : **Rismi Baeningsih**
NIM : 218120031
Jurusan : Administrasi
Program Studi : Administrasi Bisnis
Konsentrasi : ENTREPRENEUR
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram
Judul Skripsi : *"Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Membeli Rumah Pada PT Lombok Royal Properti (Studi Kasus Perumahan Adyaksa Residence)"*.

KOMPONEN – KOMPONEN SKRIPSI YANG DIUJI

NO	KOMPONEN	BOBOT	NILAI	B X N	KET.
1	Sistematika	2	3,6	7,2	
2	Latar Belakang / Alasan	2	3,6	7,2	
3	Wawasan Pengetahuan	2	3,6	7,2	
4	Metodologi	3	3,5	10,5	
5	Penyajian Data	3	3,8	11,4	
6	Analisa Data	4	3,6	14,4	
7	Kesimpulan	2	3,6	7,2	
8	Konsistensi Bahasan	3	3,6	10,8	
9	Bahasa	2	3,8	7,6	
10	Sikap	2	3,8	7,6	
Jumlah		25		90,9	

TOTAL BN

IP ----- $\frac{90,9}{21} = 3,64$

Mataram, 09 Februari 2022
Penguji Utama,

Dr. Amil, MM
NIDN. 0831126204



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN DAN
PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
Jalan KH. Ahmad Dahlan No.1 Telp. 639180 – 633723 Mataram
Website: fisipol.ummat.ac.i

BERITA - ACARA

Pada hari ini **Rabu** Tanggal **08** Bulan **Februari** Tahun **2022** pukul **10.00 Wita** telah diselenggarakan **Ujian Skripsi** bertempat di Ruang Ujian Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram dan dinyatakan **LULUS / ~~TIDAK LULUS~~** dengan predikat **CUKUP / ~~MEMUASKAN~~** / SANGAT MEMUASKAN / **CUM LAUDE**, Mahasiswa :

Nama : **Rismi Baeningsih**
NIM : 218120031
Jurusan : Administrasi
Program Studi : Administrasi Bisni
Konsentrasi : ENTREPRENEUR
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram
Judul Skripsi : **"Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Membeli Rumah Pada PT Lombok Royal Properti (Studi Kasus Perumahan Adyaksa Residence)"**.

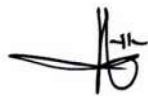
Rekap Nilai dari masing-masing Team Penguji sebagai berikut :

No	Nama Team Penguji Skripsi	Jabatan	IP Yang Diberikan
1	Drs. Amil,MM NIDN. 0831126204	PU	3,64
2	Sulhan Hadi,SE,MM NIDN. 0813038202	PP	3,09
3	Selva, M.Sc. NIDN. 0811118601	PN	3,26
TOTAL			9,99

Jumlah IP 9,99 = 3,33
AI IP -----
Jumlah Penguji 3

Mataram, 09 Februari 2022

TIM PENGUJI SKRIPSI

Penguji Utama,	Penguji Pendamping,	Penguji Netral,
 Drs. Amil,MM NIDN. 0831126204	 Sulhan Hadi,SE,MM NIDN. 0813038202	 Selva, M.Sc. NIDN. 0811118601

