

***THE INFLUENCE OF PRODUCT, PLACE, AND PRICE ON CONSUMER
SATISFACTION
(STUDY ON GRAND TARUMA HOUSING AGUNG DEVELOPMENT PODOMORO GROUP)***

**PENGARUH PRODUCT, PLACE, DAN PRICE TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN
(STUDI PADA PERUMAHAN GRAND TARUMA PENGEMBANG AGUNG PODOMORO
GROUP)**

Julita Silaban¹, Solehudin², Edi Suwadji³

Fakultas Manajemen Universitas Singa perbangsa Karawang^{1,2,3}

juliyoselina@gmail.com¹, solehudin@gmail.com², edysuwadji@gmail.com³

ABSTRACT

The research conducted by the author aims to determine the large or small influence of product, place, and price on consumer satisfaction. The author conducted research at the GT Karawang Housing. Meanwhile, in this study, it is influenced by Product (x1), Place (X2) and Price (X3) on consumer satisfaction, namely (y). In this research method, the writer covers the types of research, namely data sources, population, data processing techniques and data analysis. In this study also included by conducting interviews and field research as data collection techniques and analysis using simple regression analysis. The respondents used by the author are 120 residents in Grand Taruma Karawang using Spss. And the results in this study have an effect on x1, x2, x3 which have a significant positive effect on y. as for the effect of x1 that is 0.726 to y. the effect of x2 on y is 0.251 on y and x3 on y is 0.189. based on the data analysis and hypothesis testing, in this case it shows that there is a strong influence between x1, x2, x3 on y. with the linear equation $y=0.726x1+0.251x2+0.189x3$.

Keywords: *Product, Place, Price and Consumer Satisfaction*

ABSTRAK

Penelitian yang dilakukan oleh penulis bertujuan untuk mengetahui besar atau kecilnya pengaruh dari product,place,dan price terhadap kepuasan konsumen. Penulis melakukan penelitian di Perumahan GT Karawang. Adapun dalam penelitian ini di pengaruhi oleh Product(x1), Place(X2) dan Price (X3) terhadap kepuasan konsumen yaitu (y). dalam metode penelitian ini penulis meliputi jenis penelitian yaitu sumber data,populasi,Teknik pengolahan data dan analisis data. Dalam penelitian ini dimasukkan juga dengan melakukan wawancara dan penelitian lapangan sebagai Teknik pengumpulan data dan analisisnya menggunakan analisis regresi sederhana. Adapun responden yang digunakan oleh penulis sebanyak 120 penghuni yang ada di Grand Taruma Karawang dengan menggunakan Spss. Dan hasil dalam penelitian tersebut mendapatkan pengaruh terhadap x1,x2,x3 yang mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap y. adapun pengaruh dari x1 yaitu 0.726 terhadap y. pengaruh x2 terhadap y sebesar 0,251 terhadap y dan x3 terhadap y adalah 0.189. berdasarkan data analisis serta pengujian hipotesis yang dihasilkan maka dalam hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang kuat diantara x1,x2,x3 terhadap y. dengan persamaan linear $y=0.726x1+0.251x2+0.189x3$.

Kata Kunci : Product,Place, Price dan Kepuasan Konsumen

PENDAHULUAN

Perumahan Grand Taruma Karawang merupakan salah satu perumahan yang dikembangkan oleh developer Agung Podomoro land yang berlokasi di pusat kota Karawang. Pembangunan perumahan sangat pesat di Karawang karena Karawang merupakan Kawasan industri terbesar se-Asean. Sehingga saat ini para pengembang (*developer*) sangat gencar dalam melakukan pembangunan perumahan terhusus di kota Karawang. Oleh karena itu Agung podomoro land Group mengembangkan sayapnya di kota karawang dengan produk perumahan yaitu Grand Taruma karawang.

Dengan banyaknya *developer* Grand taruma Karawang memberikan inovasi produknya dengan memperbaiki fasilitas guna memperindah tata ruang dalam lokasi perumahan. Salah satu yang akan menjadi pertimbangan setiap *developer* adalah perbaikan dari *product* yang mereka gunakan agar bagaimana supaya konsumen yang menggunakan produknya tidak berpindah haluan adalah menggunakan *product* yang berkualitas demi kepuasan konsumen sebagai pengembang atau *developer* harus menjadi bahan pertimbangan dan akan menjadi pemenang hati konsumen melalui *product* yang ditawarkan.

Setiap perusahaan harus membuat inovasi mengingat banyaknya persaingan dilapangan yang menawarkan *product* yang sama kepada konsumen. Oleh karena itu perusahaan pengembang harus berupaya untuk memenangkan hati konsumen. Dalam hal ini penulis membahas perusahaan pengembang yaitu Agung Podomoro Land yang menawarkan *product*, *place* dan *price* terhadap konsumen agar mampu menarik konsumen yang akan menghuni di Karawang. Properti memang menjanjikan tetapi disamping itu sebagai pengembang perlu memperhatikan mulai dari kualitas *product*, *place*, dan *price* tentunya ketiga hal tersebut akan sangat berpengaruh terhadap daya beli konsumen. *Product*

sangat penting dalam sebuah perusahaan yang mana dapat di pergunakan dan ditawarkan guna memenuhi kebutuhan dan memuaskan kebutuhan. Kualitas suatu produk merupakan hal yang sangat penting dalam pembangunan perumahan. Apabila kualitas produk yang ditawarkan dapat memuaskan konsumen merupakan sebuah keuntungan antara kedua belah pihak yakni pengembang dan konsumen.

Adapun pengertian produk adalah sesuatu yang ditawarkan oleh individu maupun perusahaan terhadap konsumen yang mana dalam memenuhi kebutuhan dan mendapatkan kepuasan konsumen atau individu dalam hal yang ditawarkan baik produk/jasa maupun barang (Kotler & Keller, 2018). Dalam hal ini individu yang menawarkan produk barang ataupun jasa terhadap konsumen tentunya setiap konsumen menginginkan barang yang mereka miliki adalah produk yang berkualitas dan bermanfaat bagi konsumen.

Selain membahas produk tentunya akan berpengaruh terhadap *Place* yang mana apabila yang ditawarkan oleh perusahaan atau individu sebagai penyedia jasa tentunya merencanakan harus menentukan tempat yang terjangkau dan akses jalan yang strategis tentunya sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Seperti yang dijelaskan oleh Kotler menyatakan bahwa lokasi (*place*) adalah salah satu penentu dalam menawarkan suatu barang dan jasa terhadap konsumen.

Produk, lokasi sangat berpegaruh tetapi ada hal lain juga yang sangat mempengaruhi minat dari konsumen yaitu harga. Dalam hal ini pasar yang ditawarkan oleh suatu perusahaan terhadap konsumen. Adapun harga menjadi pematok dalam penjualan suatu barang dan jasa yang ditawarkan. Harga yang baik akan mempengaruhi tingkat peminat konsumen. Dalam memasarkan suatu produk tentunya sangat di pengaruhi oleh harga sebagaimana dalam strategi penetapan harga dapat dilakukan dengan cara memberikan diskon terhadap satu

produk. Keterjangkauan harga suatu produk dapat meningkatkan daya beli konsumen dengan produk yang sesuai dengan harga yang ditawarkan. Adapun permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini adalah (1) apakah terdapat pengaruh dari produk terhadap kepuasan konsumen, (2) apakah terdapat pengaruh yang signifikan dari lokasi terhadap kepuasan konsumen, (3) apakah terdapat pengaruh yang signifikan dari harga terhadap kepuasan konsumen.

METODE PENELITIAN

Lokasi dan objek penelitian

Lokasi yang dijadikan sebagai tempat penelitian adalah perumahan Grand Taruma yang berlokasi di jalan Kertabumi Karawang.

Metode pengumpulan Data Penelitian Lapangan

Data yang diperoleh penulis dengan cara melakukan penelitian secara langsung ke lapangan baik yang didapat melalui lisan maupun tulisan. Penelitian yang didapatkan melalui a) observasi, yaitu dengan melakukan tinjauan ke lapangan dengan mengamati langsung dan b) *interview* yaitu dengan melakukan wawancara langsung dengan penghuni secara tanya jawab.

Populasi dan penarikan sampel

Cara pengambilan sampel dilakukan secara metode *Probability sampling* guna untuk mempermudah penulis. Dalam penelitian ini penulis mengambil sampel sebanyak 120 dari keseluruhan responden yang ada demi mempermudah penelitian. Adapun jenis penelitian yang dipilih adalah *proportional sampling*.

Sampel menurut Sukardi (2019:54) adalah sebagian dari jumlah populasi yang dipilih untuk sumber data. Syarat yang harus diperhatikan dalam mengambil sampel ada dua, yaitu jumlah sampel harus mencukupi dan profil sampel harus mewakili.

Pengumpulan data

Adapun pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan penelitian lapangan dengan cara menebar kuesioner, dan data yang digunakan adalah data primer.

Peralatan analisis data

Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda. Untuk mengetahui pengaruh dari product, lokasi dan harga terhadap kepuasan konsumen. Analisis yang digunakan menggunakan SPSS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji validitas

Hasil penelitian berdasarkan data yang diperoleh dapat kita lihat pada tabel 1 mengenai nilai perbandingan yang diperoleh dari variabel independen dengan dependen. Dilihat dari hasil penelitian yang didapatkan melalui uji validitas terdapat nilai yang valid antara korelasi indikator variabel product, place dan harga terhadap kepuasan konsumen (y) yaitu 0.159.

Uji Realibilitas

Berdasarkan hasil penelitian yang diuji melalui metode Uji Realibilitas menunjukkan bahwa masing-masing hasil yang diperoleh dapat ditunjukkan melalui tabel dibawah ini

Table 1. Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Jumlah Item	Cronbach's Alpha Hitung	Standar	Keterangan
1	Kepuasan Konsumen	5	0,526	0,60	Handal
2	Harga	6	0,599	0,60	Handal
3	Lokasi	3	0,758	0,60	Handal
4	Product	3	0,673	0,60	Handal

Uji Secara Parsial (Uji t)

Pengujian berdasarkan uji secara parsial adalah untuk mengetahui pengaruh secara parsial antara variabel bebas dan yang terikat dimana hasil perhitungan tersebut besar t hitung dilihat dari masing-masing variabel dengan maksimal signifikan di hitung 5%.

Tabel 2. Hasil Perhitungan Uji t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.086	0,662		.231	.890
	X1	.567	0,126	.726	4.349	.000
	X2	.255	.126	.251	1.459	.105
	X3	.285	.119	.189	2.872	.019

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

H1: *Product* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen

Hasil penelitian terhadap variabel *Product* memiliki nilai t-hitung sebesar 5,329. Sedangkan nilai t-tabel yang telah diperoleh yaitu 0,134. Karena nilai t-hitung > t-tabel maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan dari variabel *Product* (X1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000,

H2: *Place* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Hasil penelitian terhadap variabel *Place* memiliki nilai t-hitung sebesar 1,316. Sedangkan nilai t-tabel yang telah diperoleh yaitu 0,134. Karena nilai t-hitung < t-tabel maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan dari variabel *Place* (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dan nilai signifikansi lebih besar dari tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$), yaitu 0,108.

H3: *price* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen

Hasil penelitian terhadap variabel *price* memiliki nilai t-hitung sebesar 2,492. Sedangkan nilai t-tabel yang telah diperoleh yaitu 1,657. Karena nilai t-hitung > t-tabel maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan dari variabel *price* (X3) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dengan tingkat signifikansi sebesar 0,014.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil Analisa dan pembahasan yang telah di rangkup penulis dapat menyimpulkan bahwa :

Pengujian secara parsial dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel X1, X2 dan X3 berpengaruh Sampel menurut Sukardi (2021:54) adalah sebagian dari jumlah populasi yang dipilih untuk sumber data. Syarat yang harus diperhatikan dalam mengambil sampel ada dua, yaitu jumlah sampel harus mencukupi dan profil sampel harus mewakili.

1. Responden dalam penelitian ini adalah pengunjung Hotel Mercure Karawang. Penelitian yang dilaksanakan mengambil responden sebanyak 484 orang hal ini diambil karena jumlah kamar 242 kamar positif terhadap kepuasan Konsumen (Y).
2. Sedangkan dalam pengujian determinasi yang dapat diperoleh dapat dijelaskan bahwasanya variabel X1, X2 dan X3 terhadap variabel (y) yaitu 86.6% dan selebihnya menjadi faktor faktor pendukung dalam variabel penelitian.

saran

Dari tulisan yang telah dipaparkan oleh penulis, maka penulis membuat saran berdasarkan pemikiran dan apa yang terjadi selama penulisan dan tentunya memberkan saran. Grand taruma yang merupakan salah satu pengembang terbesar saat ini di kota Karawang tentunya harus mempertahankan kualitas sesuai dengan harga dan pemilihan lokasi yang strategis karena dalam hal inilah konsumem akan memperimbangan daya tarik terhadap product yang ditawarkan. Selain faktor tersebut hendaknya management estate dalam perumahan atau lingkungan sekitarnya di kelola dengan baik supaya tidak terlihat kumuh dan menjaga fasilitas yang telah disediakan guna untuk meningkatkan ketertarikan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, P. and Kevin Lane Keller. (2018). *Perilaku Konsumen (sikap dan pemasaran)*. Terjemahan:

- Firmansyah, M. A. Pasuruan : CV. Penerbit Qiara Media.
- Lupiyoadi. (2019). *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*, Jakarta : Salemba Empat.
- Noor, Juliansyah. (2019). *Metodologi Penelitian*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung : Alfabeta.
- Sukardi. (2017). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Tjiptono, F. dan Chandra, G. (2019). *Service, Quality, dan Satisfaction, Edisi Ke-4*. Yogyakarta : Andi.