

**PENGARUH FASILITAS DAN LOKASI TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN PADA CV. BAHARI MANDIRI DI PROYEK
PERUMAHAN EKA WARNI 4 RESIDENCE
MEDAN**

SKRIPSI

Oleh :

**VIVI KISANDRA
NPM : 138320002**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2017**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 27/10/25

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)27/10/25

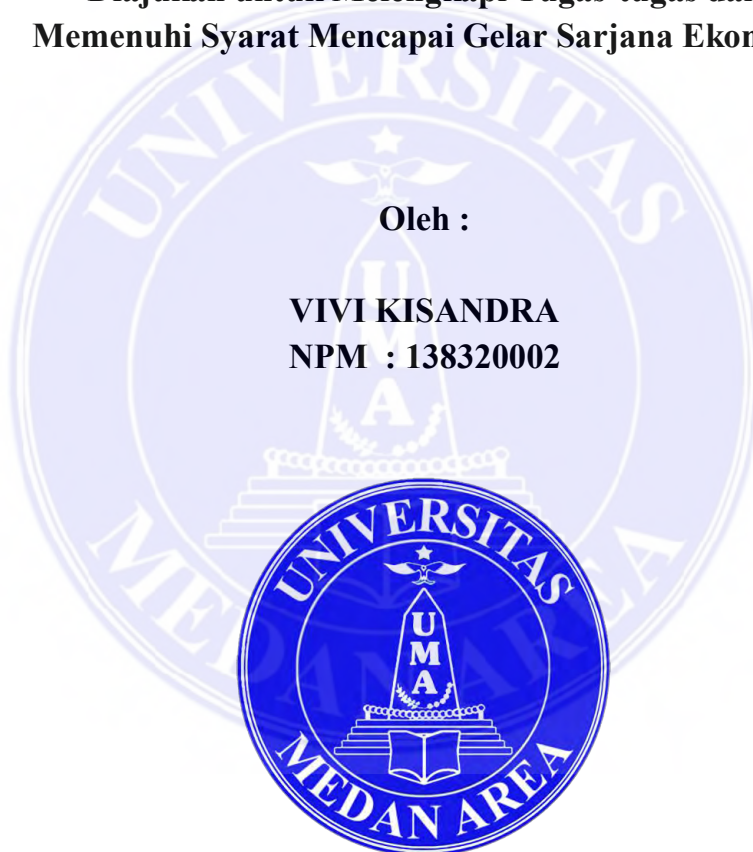
**PENGARUH FASILITAS DAN LOKASI TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN PADA CV. BAHARI MANDIRI DI PROYEK
PERUMAHAN EKA WARNI 4 RESIDENCE
MEDAN**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Melengkapi Tugas-tugas dan
Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi**

Oleh :

**VIVI KISANDRA
NPM : 138320002**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2017**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 27/10/25

Access From (repository.uma.ac.id)27/10/25

Judul Skripsi : Pengaruh Fasilitas dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen pada CV. Bahari Mandiri di Proyek Perumahan Eka Warni 4 Residence Medan

Nama Mahasiswa : VIVI KISANDRA

No Stambuk : 13 832 0002

Program : Manajemen

Menyetujui
Komisi Pembimbing

Pembimbing I Pembimbing II

(Drs. Miftahuddin, MBA) (Adelina Lubis, SE.,M.Si)

Mengetahui

Ketua Jurusan Dekan

(Adelina Lubis, SE.,M.Si) (Drs. Ihsan Effendi, SE.,M.Si)

Tanggal/bulan/Tahun Lulus : 2017

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 27/10/25

Access From (repository.uma.ac.id)27/10/25



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Fasilitas dan Lokasi Minat Beli Konsumen CV. Bahari Mandiri pada proyek perumahan Eka Warni 4 Residence Medan. Jenis data dalam penelitian ini adalah asosiatif yaitu suatu penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen di CV. Bahari Mandiri pada proyek perumahan – perumahan Eka Warni 4 Residence Medan sebanyak 35 orang. Teknik analisis data menggunakan uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, uji hipotensi, uji statistik dengan menggunakan model analisis linear berganda dengan menggunakan model analisis linear berganda dan uji determinasi.

Hasil penelitian uji t dapat dilihat bahwa t_{hitung} pada variabel fasilitas sebesar 2.889 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1.689 dengan probabilitas t yakni sig 0.003. berdasarkan nilai tersebut variabel beli Dan nilai t_{hitung} lokasi sebesar 8.774 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1.689 dengan tingkat sig 0,000 lebih kecil dari batasan signifikasi sebesar 0,005, maka variabel lokasi secara parsial mempunyai pengaruh positif dan signifikasi terhadap variabel minat beli. Berdasarkan hasil uji F maka diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 43.548 lebih besar dari F_{tabel} sebesar 3.17, berarti fasilitas dan lokasi secara serempak berpengaruh secara positif dan signifikasi terhadap variabel minat beli. Nilai Adjusted R Square yang diperoleh sebesar 0.727. angka tersebut menunjukkan bahwa sebesar 72.7% minat beli (variabel terikat) dapat dijelaskan oleh fasilitas dan lokasi. Sisanya sebesar 28.3% dipengaruhi oleh faktor – faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Kata kunci : Fasilitas, Lokasi, Minat Beli

ABSTRACT

This study aims to determine the Influence of Facilities and Location Buy Interest consumers in the CV. Bahari Mandiri on housing project Eka Warni 4 Residence Medan. The type of data in this study is associative is a study which is the relationship between two variables. Population in this research is all consumer in CV. Bahari Mandiri on residential housing project Eka Warni 4 Residence Medan as many as 35 people. Technique of collecting data by distributing questioner to consumer at CV. Bahari Mandiri on residential housing project Eka Warni 4 Residence Medan. Analysis of technique data using validity and reliability test, using multiple linear analysis model by using multiple linear analysis model and test of determination.

The result of t test can be seen in t arithmetic of facility variable equal to 2.889 bigger than t table with 1.689 wit sig step margin 0.003. Based on that, the facility of positive and significant variable to the variable of buying interest And t arithmetic location equal to 8.774 bigger that t table equal to. 1.689 with sig 0.000 level smaller than the limit of significance equal to 0.005m hence location variable partially have positive and significant influence to variable buying interest. Based on the result of F test, the result of F count is 43.548 bigger than F tabel equal to 3.17, meaning facility and location simultaneously significantly and signifikan to variable of buying interest. The value of Asjusted R Square yields of 0.727. The figure indicates a 72.7% interest in purchasing (dependent variable) can be explained by the facility and location. The rest of 28.3% is owned by other factors not in this study.

Keywords : Facilities, Location, But Interest

KATA PENGANTAR

Dengan mengucap puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat, nikmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik. Adapun judul dari penelitian ini adalah “Pengaruh Fasilitas dan Lokasi Terhadap minat Beli Konsumen Pada CV. Bahari Mandiri Di Proyek Perumahan Eka Warni 4 Residence Medan” Adapun penyusunan skripsi ini penulis menyusun dengan maksud dan tujuan untuk memenuhi tugas akhir dan melengkapi salah satu syarat kelulusan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Medan Area.

Dalam usaha menyelesaikan skripsi ini, penulis menyadari sepenuhnya akan keterbatasan waktu, pengetahuan, dan biaya sehingga tanpa bantuan dan bimbingan dari semua pihak tidaklah mungkin berhasil dengan baik. Oleh karena itu, Pada Kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada Orang Tua saya tercinta atas dukungan, doa maupun materi dalam penyusunan skripsi ini dan dalam studi yang saya tempuh. Adikku serta Keluargaku semuanya yang telah mendukung dan memberi doa untuk saya dalam penyusunan skripsi ini kemudian tidaklah berlebihan apabila penulis menghaturkan banyak terimakasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. H. A. Ya’kub Matondang, MA. Selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak Dr. Ihsan Efendi, SE, Msi, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
3. Bapak Hery Syarial, SE, Msi, selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
4. Bapak Drs. H. Miftahuddin, MBA, selaku Pembimbing I yang telah meluangkan waktunya membimbing penulis dan banyak memberikan bimbingan dan masukan-masukan yang berharga dalam penyelesaian skripsi ini.

5. Ibu Adelina Lubis, SE, Msi, selaku Ketua Program Fakultas Ekonomi/Manajemen Universitas Medan Area dan selaku Dosen Pembimbing II yang telah Meluangkan Waktunya membimbing Penulis dan banyak memberikan bimbingan dan masukan-masukan yang berharga dalam menyelesaikan Skripsi.
6. Seluruh Dosen Universitas Medan Area yang selama ini telah membekali ilmu pengetahuan kepada penulis.
7. Seluruh pegawai yang telah membantu mempermudah proses pengurusan administrasi Universitas Medan Area.
8. Semua teman-teman stambuk 2013 Fakultas Ekonomi Universitas Medan team yang memberikan dukungan dan motivasi untuk dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Mengingat keterbatasan kemampuan yang penulis miliki, maka penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, walaupun demikian penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkannya.

Medan, 21 November 2017

Vivi Kisandra

13.832.0002

DAFTAR ISI

	Halaman
Abstrak.....	i
Kata Pengantar	iii
Daftar isi	v
Daftar Tabel	viii
Daftar Gambar	x
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	6
BAB II. LANDASAN TEORITIS	
A. Fasilitas	
1. Pengertian Fasilitas	8
2. Unsur-unsur Fasilitas	8
3. Indikator Fasilitas	10
B. Lokasi	
1. Pengertian Lokasi	11
2. Faktor Pemilihan Lokasi	11
3. Indikator Lokasi	12'
C. Harga	
1. Pengertian harga	13
2. Tujuan Penetapan Harga	14
3. Faktor yang mempengaruhi harga	16
4. Indikator harga	16
D. Minat Beli	
1. Pengertian Minat Beli	17
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen...	18
3. Indikator minat beli konsumen	19

E. Penelitian Terdahulu	20
F. Kerangka konseptual	20
G. Hipotesis	22

BAB III. METODE PENELITIAN

A. Jenis, Lokasi Dan Waktu Penelitian	23
1. Jenis Penelitian	23
2. Tempat Penelitian dan Waktu Penelitian	23
B. Populasi dan Sampel	24
1. Populasi	24
2. Sampel	24
C. Defenisi Operasional	25
D. Jenis dan Sumber Data	26
E. Teknik Pengumpulan Data	27
F. Teknik Analisis Data	28

BAB IV. PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	34
1. Gambaran Umum Perusahaan	34
2. Sturuktur Organisasi	35
3. Penyajian Data Responden	36
4. Penyajian Data Angket Responden	37
B. Pembahasan	
1. Uji Validitas dan Reabilitas	45
2. Uji Asumsi Klasik	47
3. Uji Statistik	52
4. Uji Hipotesis	53
5. Koefisien Determinasi	56
6. Pembahasan Hasil Penelitian	56

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	59
B. Saran	60

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



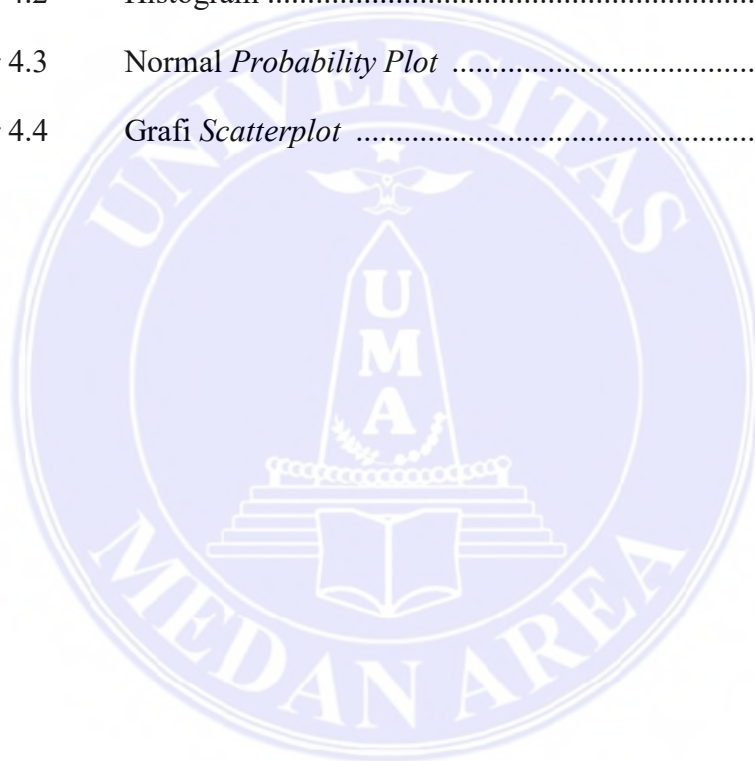
DAFTAR TABEL

No. Tabel	Judul/Teks	Halaman
Tabel 2.1	Ringkasan Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3.1	Rincian Waktu Penelitian	23
Tabel 3.2	Operasional Variabel	26
Tabel 3.3	Instrument Skala Likert	27
Table 3.4	Interval Koefisien Determinasi (R^2).....	32
Tabel 4.1	Jenis Kelamin Responden	36
Tabel 4.2	Usia Responden	36
Tabel 4.3	Suasana dan lingkungan di perumahan ini sangatlah nyaman dan aman	37
Tabel 4.4	Fasilitas ruangan dalam rumah yang disediakan luas, bersih, dan nyaman	38
Tabel 4.5	Peralatan rumah yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan anda	38
Tabel 4.6	Warna rumah yang dipergunakan untuk interior sangatlah bagus sehingga membuat rileks	39
Tabel 4.7	Tersedia Fasilitas yang ditawarkan perumahan ini seperti tempat ibadah, kolam renang dll	39
Tabel 4.8	Lokasi perumahan eka warni 4 residence sangat mudah dijangkau	40
Tabel 4.9	Kondisi lalu lintas menuju lingkungan perumahan eka warni 4 residence sangat aman dari kebisingan dan kemacetan kota	41
Tabel 4.10	Lokasi perumahan eka warni 4 residence sangat mudah diakses memakai kendaraan apapun	41
Tabel 4.11	Kondisi perumahan eka warni 4 residence sangat luas sehingga mudah	42

Tabel 4.12	Perumahan eka warni 4 residence dekat dengan fasilitas fasilitas umum sehingga mudah buat diakses	42
Tabel 4.13	Setelah melihat rumah di perumahan eka warni 4 residence, saya merasa ingin membeli rumah tersebut	43
Tabel 4.14	Saya bersedia merekomendasikan perumahan eka warni 4 residence kepada kerabat saya	44
Tabel 4.15	Saya bersedia melakukan pembelian rumah pada perumahan eka warni 4 residence	44
Tabel 4.16	Perumahan eka warni 4 residence adalah pilihan utama saya	45
Tabel 4.17	Estimasi Uji Validitas	46
Tabel 4.18	Hasil Uji Realibilitas Variabel X1, X2 dan Y	47
Tabel 4.19	Uji Multikonolinearitas	50
Tabel 4.20	Analisis Linear Berganda	52
Tabel 4.21	Uji Parsial (Uji t)	54
Tabel 4.22	Uji Simultan (Uji F)	55
Tabel 4.23	Koefisien Determinasi	56

DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul/Teks	Halaman
Gambar 2.1	Kerangka Konseptual	21
Gambar 4.1	Struktur Organisasi	35
Gambar 4.2	Histogram	48
Gambar 4.3	Normal <i>Probability Plot</i>	49
Gambar 4.4	Grafi <i>Scatterplot</i>	51



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Salah satu kebutuhan manusia yang mendasar adalah masalah tempat tinggal atau papan. Rumah sebagai tempat tinggal adalah salah satu kebutuhan pokok manusia selain pakaian dan makanan. Setiap manusia membutuhkan rumah untuk tempat berlindung dan sebagai sarana investasi. Fungsi rumah juga telah berubah, dari yang semula hanya sekedar sebagai tempat berlindung, namun juga dituntut untuk mengakomodir kebutuhan dan keinginan pemiliknya. Seperti lokasi yang strategis, bangunan yang bagus dan kokoh, serta lingkungannya yang nyaman. Dengan kata lain tak cukup hanya asal untuk berteduh namun juga harus menjadi tempat tinggal yang layak.

Perumahan dan pemukiman merupakan kebutuhan dasar manusia dan mempunyai fungsi strategis dalam perannya sebagai pusat pendidikan keluarga, persemaian budaya dan peningkatan kualitas generasi yang akan datang. Terwujudnya kesejahteraan masyarakat dan sumber daya manusia yang berkualitas dapat ditandai dengan meningkatnya kualitas kehidupan yang layak. Fungsi perumahan akan semakin nyata apabila semakin kompleksnya fasilitas yang disediakan oleh pengembang. Lokasi yang strategis merupakan faktor yang penting dalam mempengaruhi permintaan individu terhadap sebuah tempat tinggal.

Dengan melihat kondisi semacam ini mendorong banyak pihak pengembang (*developer*) untuk melebarkan usahanya di bidang perumahan. Sejalan dengan hal tersebut upaya pembangunan perumahan terus ditingkatkan dengan tetap memperhatikan syarat perumahan yang layak dan memenuhi standar kesehatan. Usaha pemerintah melalui pihak pengembang (*developer*) dalam memenuhi kebutuhan perumahan bagi masyarakat perkotaan dengan keadaan ekonomi menengah ke bawah terhadap perumahan adalah dikembangkannya program rumah sederhana.

Proyek Perumahan Eka Warni 4 Residence Medan merupakan *developer* perumahan CV. Bahari Mandiri di Medan. Pada dasarnya harga rumah per unit yang ditawarkan relatif terjangkau bagi masyarakat golongan bawah daripada harga rumah untuk kategori sederhana yang ditawarkan oleh pengembang lainnya, serta lokasi perumahan yang nyaman dan tenang, sehingga dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat semua golongan terhadap perumahan Eka Warni 4 Residence Medan ini.

Minat yang muncul dalam proses pembelian menciptakan suatu motivasi yang terus terekam dalam benaknya da menjadi suatu kegiatan yang sangat kuat yang pada akhirnya ketika seorang konsumen harus memenuhi kebutuhannya. Apabila minat beli terhadap produk tinggi maka keterlibatan konsumen pada transaksi tersebut juga tinggi. Konsumen akan terlebih dahulu mencari berbagai informasi tentang merek-merek produk yang diinginkannya, kemudian setelah melakukan pembelian dan merasakan kepuasan, konsumen akan mempercayai merek tersebut. Sedangkan apabila minat beli konsumen terhadap produk rendah

maka konsumen membentuk kepercayaan terhadap merek bukan karena mencari informasi merek produk tersebut, tetapi didapat melalui iklan-iklan di media massa.

Dalam pembangunan perumahan perlu mempertimbangkan faktor lokasi, karena dengan lokasi yang strategis maka akan semakin menarik masyarakat untuk meminta rumah. Lokasi rumah di Perumahan Eka Warni 4 Residence Medan yang nyaman dan tenang merupakan daya tarik tersendiri bagi konsumen, namun di sisi lain lokasi yang kurang terjangkau dari transportasi umum. Fakta ini merupakan fenomena yang terjadi pada Perumahan Eka Warni 4 Residence Medan, sehingga apabila tidak segera diperbaiki maka dapat menyebabkan minat masyarakat menurun dalam membeli rumah pada perumahan ini.

Selain lokasi, faktor fasilitas juga penting dalam mempengaruhi minat beli rumah. Masih banyak keluhan-keluhan dari konsumen atas fasilitas yang disediakan pengembang, sehingga diharapkan adanya tanggapan dari pengembang untuk memperbaiki kekurangan yang ada terutama dalam penyediaan fasilitas perumahan.

Beberapa fasilitas yang disediakan oleh pihak pengembang perumahan Eka Warni 4 Residence Medan. Dapat dijelaskan bahwa dari tahun 2016 sampai tahun 2017 tidak ada perkembangan kelengkapan fasilitas manapun perbaikan fasilitas yang lebih baik dari pengembang layaknya yang dibutuhkan konsumen sebuah perumahan pada umumnya, Pengembang seharusnya berusaha untuk memuaskan selera konsumen dengan cara memenuhi kenyataan sesuai dengan yang diharapkan. Hal ini harus benar-benar diperhatikan oleh pengembang, sebab

semua itu menyangkut hubungan berkesinambungan dengan minat beli konsumen.

Faktor harga juga penting dalam membeli rumah karena harga merupakan adalah jumlah uang yang harus dibayarkan pelanggan untuk memperoleh produk. Sebagai contoh, harga yang ditawarkan suatu rumah yang terlalu mahal sementara karakteristik yang ditawarkan sama dengan rumah saingannya, hal semacam itu juga dapat menyebabkan perpindahan minat beli konsumen. Semakin banyaknya pengembang yang bergerak di bidang perumahan, maka pihak CV. Bahari Mandiri harus berhati – hati memahami sikap konsumen, jangan sampai terdengar berbagai macam keluhan yang dapat merugikan perusahaan. Kepemilikan rumah akan semakin kompleks apabila didukung dengan sarana prasarana yang lengkap oleh pengembang. Fasilitas yang disediakan pada perumahan Eka Warni 4 Residence Medan kurang memuaskan bagi konsumen perumahan. Hal ini dibuktikan dengan berbagai macam keluhan-keluhan yang datang dari para konsumen perumahan.

Berdasarkan fenomena yang penulis amati dan penulis lihat dilapangan maka penulis, ingin meneliti apakah benar seorang konsumen benar-benar memperhatikan harga dan promosi penjualan dalam memutuskan untuk membeli. Dan apakah memang harga dan promosi penjualan berpengaruh dalam keputusan membeli suatu produk, maka dari itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Fasilitas dan Lokasi Minat Beli Konsumen di CV. Bahari Mandiri pada proyek perumahan Eka Warni 4 Residence Medan.”**

B. Rumusan Masalah

1. Apakah Fasilitas berpengaruh parsial terhadap minat beli konsumen di CV. Bahari Mandiri pada proyek perumahan Eka Warni 4 Residence Medan?
2. Apakah Lokasi berpengaruh parsial terhadap minat beli konsumen di CV. Bahari Mandiri pada proyek perumahan Eka Warni 4 Residence Medan?
3. Apakah Harga berpengaruh parsial terhadap minat beli konsumen di CV. Bahari Mandiri pada proyek perumahan Eka Warni 4 Residence Medan?
4. Apakah Fasilitas, lokasi dan harga berpengaruh simultan terhadap minat beli konsumen di CV. Bahari Mandiri pada proyek perumahan Eka Warni 4 Residence Medan?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas secara parsial terhadap minat beli konsumen di CV. Bahari Mandiri pada proyek perumahan Eka Warni 4 Residence Medan.
2. Untuk mengetahui lokasi secara parsial terhadap peningkatan minat beli konsumen di CV. Bahari Mandiri pada proyek perumahan Eka Warni 4 Residence Medan.
3. Untuk mengetahui harga secara parsial terhadap peningkatan minat beli konsumen di CV. Bahari Mandiri pada proyek perumahan Eka Warni 4 Residence Medan.

4. Untuk mengetahui pengaruh Fasilitas, lokasi dan harga secara simultan terhadap minat beli konsumen di CV. Bahari Mandiri pada proyek perumahan Eka Warni 4 Residence Medan.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu proses pembelajaran serta pengaplikasian ilmu pengetahuan, terutama yang berhubungan dengan fasilitas dan lokasi yang berkaitan dengan pengaruh terhadap minat beli konsumen di CV. Bahari Mandiri pada proyek perumahan Eka Warni 4 Residence Medan bagi pihak peneliti sendiri sebagai pembelajaran dan pengalaman.

2. Bagi akademisi

Hasil penelitian diharapkan memberikan sumbangan saran, pemikiran dan informasi yang bermanfaat yang berkaitan dengan fasilitas dan lokasi terhadap minat beli konsumen di CV. Bahari Mandiri pada proyek perumahan Eka Warni 4 Residence Medan.

3. Bagi peneliti lain

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi tambahan atau untuk pengembangan ide – ide baru untuk penelitian selanjutnya, dan sebagai bahan pertimbangan organisasi atau instansi lain yang menghadapi permasalahan yang sama.

4. Bagi Perusahaan

Bagi perusahaan dapat memberikan kontribusi dengan cara meningkatkan minat beli konsumen melalui fasilitas dan lokasi sehingga dapat meningkatkan pendapatan perusahaan.



BAB II

URAIAN TEORITIS

A. Fasilitas

1. Pengertian Fasilitas

Pengertian fasilitas menurut Sulistiyono (2008) fasilitas adalah penyediaan perlengkapan-perengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada para tamu dalam melaksanakan aktivitas-aktivitasnya atau kegiatan-kegiatannya, sehingga kebutuhan-kebutuhan tamu dapat terpenuhi. Segala fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, kelengkapan, desain interior dan eksterior serta kebersihan fasilitas harus diperhatikan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan atau didapat konsumen secara langsung. Pelanggan memang harus dipuaskan, sebab kalau tidak puas akan meninggalkan perusahaan dan menjadi pelanggan pesaing. Hal ini akan menyebabkan penurunan penjualan dan pada gilirannya akan menurunkan laba.

2. Unsur – Unsur Fasilitas

Menurut Tjiptono (2000) ada beberapa unsur-unsur yang perlu dipertimbangkan dalam menentukan fasilitas jasa, yaitu :

a. Pertimbangan atau perencanaan parsial

Aspek-aspek seperti proposi, tekstur, warna lain – lain perlu dipertimbangkan dikombinasikan, dan dikembangkan untuk memancing respon intelektual maupun emosional dari pemakai atau orang yang melihatnya.

b. Perancang ruang

Unsur ini mencakup perencanaan interior dan arsitektur seperti penempatan perabot dan perlengkapan dalam ruangan, desain aliran sirkulasi dan lain-lain. Seperti penempatan ruang pertemuan perlu diperhatikan selain daya tampungnya, juga perlu diperhatikan penempatan perabotan atau perlengkapan.

c. Perlengkapan atau perabotan

Perlengkapan berfungsi sebagai sarana pelindung barang-barang berharga sebagai tanda penyambutan bagi para konsumen.

d. Tata cahaya

Yang perlu diperhatikan dalam tata cahaya adalah warna jenis dan sifat aktivitas yang dilakukan dalam ruangan serta suasana yang diinginkan.

e. Warna

Warna dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan efisiensi, menimbulkan kesan rileks, serta mengurangi tingkat kecelakaan. Warna yang dipergunakan untuk interior fasilitas jasa diperlu dikaitkan dengan efek emosional dari warna yang dipilih.

f. Pesan-pesan yang disampaikan secara grafis

Aspek penting yang terkait dalam unsur ini adalah penampilan visual, penempatan, pemilihan bentuk fisik, pemilihan warna, pencahayaan dan pemilihan bentuk perwajahan lambang atau tanda yang dipergunakan untuk maksud tertentu.

3. Indikator Fasilitas

Menurut Tjiptono (2008: 46-48) indikator ada enam yaitu :

1. Pertimbangan/perencanaan spasial

Aspek-aspek seperti proposi, tekstur, warna dan lain-lain dipertimbangkan, dikombinasikan dan dikembangkan untuk memancing respon intelektual maupun emosional dari pemakai atau orang yang melihatnya.

2. Perencanaan ruang

Unsur ini mencakup perencanaan interior dan arsitektur, seperti penempatan perabotan dan perlengkapannya dalam ruangan, desain aliran sirkulasi, dan lain-lain. Seperti penempatan ruang tunggu perlu diperhatikan selain daya tampungnya, juga perlu diperhatikan penempatan perabotan atau perlengkapan tambahannya.

3. Perlengkapan/perabotan

Perlengkapan/perabotan berfungsi sebagai sarana yang memberikan kenyamanan, sebagai pajangan atau sebagai infrastruktur pendukung bagi penggunaan barang para pelanggan. Yang dimaksud dengan perlengkapan dalam penelitian ini seperti : ketersediaan listrik, meja atau kursi, internet hotspot area, lukisan atau bacaan, peralatan tulis dan lain – lain.

4. Tata cahaya dan warna

Tata cahaya yang dimaksud adalah warna jenis penawaran ruangan dan pengaturan pencahayaan sesuai sifat aktivitas yang dilakukan dalam ruangan serta suasana yang diinginkan. Warna dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan efisiensi, menimbulkan kesan rileks, serta mengurangi

tingkat kecelakaan. Warna yang dipergunakan untuk interior fasilitas jasa perlu dikaitkan dengan efek emosional dari warna dipilih.

5. Unsur pendukung

Keberadaan fasilitas utama tidak akan lengkap tanpa adanya fasilitas pendukung lainnya, seperti : tempat ibadah, toilet, tempat parkir, tempat lokasi makan dan minum, mendengarkan musik atau menonton televisi, internet area yang luas yang selalu diperhatikan tingkat keamanannya.

B. Lokasi

1. Pengertian Lokasi

Menurut Kasmir (2011:140), lokasi adalah tempat melayani konsumen sehingga dapat lebih mudah bertransaksi terhadap produk yang ditawarkan secara langsung. Menurut Swastha (2009), lokasi adalah tempat dimana suatu usaha atau aktivitas usaha dilakukan. Faktor penting dalam pengembangan suatu usaha adalah letak lokasi terhadap daerah perkotaan, cara pencapaian dan waktu tempuh lokasi tujuan. Faktor lokasi yang baik adalah relatif untuk setiap jenis usaha yang berbeda.

2. Faktor Pemilihan Lokasi

Menurut Tjiptono (2011:117) ada beberapa faktor pemilihan tempat lokasi yaitu :

1. Akses, misalnya lokasi yang dilalui atau mudah dijangkau sarana transportasi umum.

2. Visibilitas yaitu lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal.
3. Lalu-lintas menyangkut dua pertimbangan utama :
 - a. Banyaknya orang yang lalu lalang bisa memberikan peluang besar terhadap terjadinya dorongan pembelian (*impulse buying*) yaitu keputusan pembelian yang seringkali terjadi spontan.
 - b. Kepadatan dan kemacetan lalu lintas bisa menjadi hambatan.
4. Tempat parkir yang luas, nyaman dan aman baik untuk kendaraan roda dua maupun roda empat
5. Ekspansi, yaitu tersedia tempat yang cukup luas untuk perluasan usaha di kemudian hari.
6. Lingkungan yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa yang ditawarkan
7. Kompetisi yaitu lokasi pesaing

3. Indikator Lokasi

Tjiptono (2007:92), menjelaskan bahwa terdapat indikator lokasi yang digunakan dalam pemilihan tempat atau lokasi adalah :

- 1) Askes adalah kemudahan untuk menjangkau lokasi obyek wisata yang meliputi : a) Lokasi yang mudah dijangkau, b) Kondisi jalan menuju lokasi, c) Waktu yang ditempuh menuju lokasi.
- 2) Lalu-lintas (*traffic*), banyaknya orang yang lalu lalang bisa memberikan peluang besar terhadap terjadinya impulse buying. Kepadatan dan kemacetan lalu – lintas bisa juga menjadi hambatan.

- 3) Visibilitas adalah lokasi obyek wisata dapat dilihat dari jalan utama dan terdapat petunjuk lokasi keberadaan obyek wisata, meliputi : a) Lokasi yang bisa dilihat dari jalan raya, b) Petunjuk yang jelas menuju lokasi.
- 4) Tempat parkir yang luas dan aman adalah sarana tempat parkir yang aman luas dan terjamin keamanannya.
- 5) Lingkungan adalah keadaan lingkungan, keadaan lingkungan obyek wisata, meliputi kebersihan dan kenyamanan lingkungan.

C. Harga

1. Pengertian Harga

Penetapan harga merupakan tugas kritis yang menunjang kebersihan operasi organisasi profit maupun non profit. Harga merupakan satu – satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pendapat bagi organisasi. Akan tetapi, keputusan mengenai harga tidak mudah untuk dilakukan. Disatu sisi harga yang terlalu mahal dapat meningkatkan harga jangka pendek, tetapi disisi lain akan sulit dijangkau konsumen. Dalam kasus tertentu, harga yang mahal sekali dapat diprotes lembaga konsumen dan bahkan mengandung campur tangan pemerintah untuk menurunkannya. Selain itu, margin laba yang besar cenderung menarik para pesaing untuk masuk ke industri yang sama. Sebaliknya, bila harga terlalu murah, pangsa pasar dapat melonjak. Akan tetapi, margin laba bersih yang diperoleh akan berkurang.

Secara sederhana, istilah harga dapat diartikan sebagai jumlah uang (satuan moneter) dan atau aspek lain (non-moneter) yang mengandung utilitas/kegunaan tertentu yang diperlukan mendapatkan suatu produk.

Kebijaksanaan harga perlu diperhatikan perusahaan agar tercapai tujuan yang diinginkan, salah satunya untuk mencapai keuntungan yang wajar dari penjualan yang dilakukan.

Mengenai istilah harga banyak sekali pendapat para ahli yang berbeda, diantaranya pengertian harga menurut Alma (2011:79) yaitu harga adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang. Pendapat Alma tersebut menggambarkan bahwa harga sebagai suatu nilai dari barang yang dijual dan barang tersebut diukur dalam bentuk uang. Pendapat diatas cukup jelas mengartikan makna dari harga yakni menyatakan ukuran uang dalam jumlah tertentu yang dibayar oleh konsumen atau pelanggan dalam rangka mendapatkan produk tertentu yang mereka inginkan.

Agar dapat sukses dalam memasarkan suatu barang atau jasa, setiap perusahaan harus menetapkan harganya secara tepat. “Harga merupakan satu – satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan, sedangkan ketiga unsur lainnya (produk, tempat, dan Universitas Sumatera Utara promosi) menyebabkan timbulnya biaya/pengeluaran” (Tjiptono, 2008:151). Menurut Kotler dan Armstrong (2008 : 63)” harga adalah jumlah uang yang harus dibayarkan pelanggan untuk memperoleh produk”.

2. Tujuan Penetapan Harga

Ada 4 (empat) tujuan yang umum dalam penetapan harga yaitu :

1. Untuk mendapatkan laba maksimum.

Harga suatu produk ditentukan oleh permintaan dan penawaran terhadap produk tersebut. Semakin tinggi permintaan terhadap produk tersebut,

maka tingkat harganya semakin tinggi pula. Dalam keadaan demikian perusahaan akan memperoleh keuntungan maksimum.

2. Mengharapkan tingkat pengembalian investasi

Pada suatu produk dapat kembali apabila perusahaan memperoleh laba. Laba ini biasa diperoleh bila mana harga jual lebih tinggi dari biaya seluruhnya.

3. Mecengah atau mengurangi saingan

Perusahaan dapat mengurangi persaingan yang ada dipasar dengan cara penetapan harga yang rendah dari produk saingan.

4. Mempertahankan atau memperbaiki *market share*

Setiap perusahaan berusaha menetapkan harga jual yang tepat bagi produk yang dihasilkan nya, yang dapat menghasilkan keuntungan yang maksimal, baik jangka panjang maupun jangka pendek. Apabila perusahaan menetapkan harga jual tersebut salah, maka perusahaan menderita kerugian.

Dalam menetapkan harga jual suatu produk, banyak factor yang perlu dipertimbangkan seperti keadaan perekonomian, permintaan dan penawaran, biaya produksi, persaingan dan tingkat keuntungan yang diinginkan, peningkatan market share dan sebagainya. Dalam menyusun kebijakan penetapan harga, perusahaan mengikuti prosedur enam tahap penetapan harga yaitu :

- a. Perusahaan memiliki tujuan penetapan harga
- b. Perusahaan memperkirakan kurva permintaan probabilitas kuantitas yang akan terjual pada tiap kemungkinan harga.

- c. Perusahaan memperkirakan bagaimana biaya bervariasi pada berbagai level produksi dan pada berbagai level akumulasi pengalaman produksi.
- d. Perusahaan menganalisa biaya, harga, dan tawaran pesaing.
- e. Perusahaan menyeleksi metode penetapan harga.
- f. Perusahaan memilih harga akhir.

3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Harga

Faktor-faktor yang mempengaruhi harga, antara lain para ahli seperti Alma (2011 :122) menyatakan : "*price policies*" perlu diketahui factor-faktor yang mempengaruhi :

- a. Apa yang akan dituju misalnya untuk mencegah masuknya saingan maka *price policies* ditetapkan berdasarkan harga pokok di tambah laba tipis.
- b. Penetrasi maksudnya untuk menerobos produk-produk baru, *price policies* dapat ditinjau dari tiga sudut, yaitu :
 - 1. Produsen
 - 2. Whole saler
 - 3. Retailer

4. Indikator Harga

Menurut Kotler dan Amstrong (2012) pengukuran harga diukur dengan indicator sebagai berikut :

- a. Kesesuaian Harga

Akan melihat terlebih dahulu harga yang tercantum pada sebuah produk.
- b. Daftar Harga

Adalah informasi mengenai harga produk yang ditawarkan konsumen mempertimbangkan untuk membeli.

c. Potongan Harga Khusus

Potongan harga khusus oleh konsumen pada saat event tertentu.

d. Harga yang dipersepsikan

Persepsi pelanggan terhadap harga yang diterima, apakah tinggi, rendah, atau adil.

D. Minat Beli

1. Pengertian Minat Beli

Minat beli diperoleh dari suatu proses belajar dan proses pemikiran yang membentuk suatu persepsi. Minat yang muncul dalam melakukan pembelian menciptakan suatu motivasi yang terus terekam dalam benaknya dan menjadi suatu kegiatan yang sangat kuat yang pada akhirnya ketika seorang konsumen harus memenuhi kebutuhannya akan mengaktualisasikan apa yang ada didalam benaknya itu. Dengan demikian, minat beli akan timbul saat dalam proses pengambilan keputusan.

Menurut Ajay dan Goodstein yang dikutip oleh Yoestini dan Eva (2007;p.270) jika kita ingin mempengaruhi seseorang, maka cara terbaik adalah mempelajari apa yang dipikirkannya, dengan demikian yang akan didapatkan tidak hanya sekedar informasi tentang orang itu tentu lebih bagaimana proses informasi itu dapat berjalan dan bagaimana memanfaatkannya. Hal ini yang dinamakan *“The Buying Process”* (Proses Pembelian).

Dari pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa minat beli adalah suatu proses belajar dan proses pemikiran yang membentuk suatu persepsi konsumen untuk mendapatkan informasi secara lebih lengkap tentang produk tertentu lewat kunjungan ke *outlet* produk.

2. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen

Lidyawatie (2008) menjelaskan bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen, yaitu :

- a. Perbedaan pekerjaan, artinya dengan adanya perbedaan pekerjaan seseorang dapat diperkirakan minat terhadap tingkat pekerjaan yang ingin dicapainya, aktivitas yang dilakukan, penggunaan waktu senggangnya, dan lain-lain.
- b. Perbedaan sosial ekonomi, artinya seseorang yang mempunyai sosial ekonomi tinggi akan lebih mudah mencapai apa yang diinginkannya daripada yang mempunyai sosial ekonomi rendah.
- c. Perbedaan hobi atau kegemaran, artinya bagaimana seseorang menggunakan waktu senggangnya.
- d. Perbedaan jenis kelamin, artinya minat wanita akan berbeda dengan minat pria, misalnya dalam pola belanja.
- e. Perbedaan usia, artinya usia anak – anak, remaja, dewasa dan orangtua akan berbeda minatnya terhadap suatu barang, aktivitas benda dan seseorang.

3. Indikator Minat Beli Konsumen

Menurut Ferdinand (2002:129), minat beli dapat diidentifikasi melalui indikator-indikator sebagai berikut :

a. Minat transaksional

Yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk. Hal ini bermaksud yakni konsumen telah memiliki minat untuk melakukan pembelian suatu produk tertentu yang ia inginkan.

b. Minat referensial

Yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain. Hal ini bermaksud yakni seorang konsumen yang telah memiliki minat untuk membeli akan menyarankan orang terdekatnya untuk juga melakukan pembelian produk yang sama.

c. Minat preferensial

Yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut. Preferensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk preferensinya.

d. Minat eksploratif

Minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

E. Penelitian Terdahulu

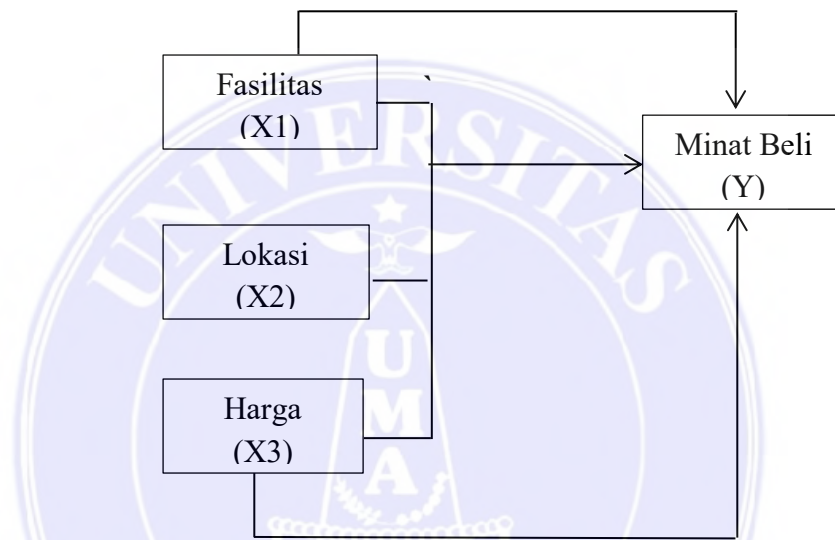
Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Mahardini (2008)	Analisis pengaruh harga, pendapatan, lokasi, dan fasilitas terhadap permintaan rumah sederhana (Studi Kasus Perumahan Puri Dinar Mas Semarang)”	Hasil penelitian menunjukkan bahwa keempat variabel independen harga, pendapatan lokasi, dan fasilitas secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan (Studi Kasus Perumahan Puri Dinar Mas Semarang)”
2	Muzaki (2013)	Analisis pengaruh kualitas pelayanan, lokasi, harga dan fasilitas terhadap minat beli ulang konsumen (Studi kasus pada Pencucian mobil Levi Auto Semarang)	Menunjukkan bahwa variable kualitas pelayanan, lokasi dan harga secara parsial berpengaruh terhadap variable minat beli konsumen dan variable kualitas pelayanan, lokasi dan harga memiliki nilai korelasi yang positif dan signifikan terhadap variable minat beli konsumen (Studi kasus pada Pencucian mobil Levi Auto Semarang)

F. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual adalah hasil pemikiran yang bersifat kritis dalam memperkirakan kemungkinan hasil penelitian yang akan dicapai. Kerangka konseptual menurut variabel yang diteliti beserta indikatornya. Kerangka konseptual dari suatu gejala sosial yang memadai dapat diperkuat untuk menyajikan masalah penelitian dengan cara yang jelas dan dapat diuji (Sugiyono: 2012).

Dalam rangka konseptual ini dimana peneliti membuat suatu sketsa gambaran mengenai pengaruh fasilitas dan lokasi terhadap minat beli, karena hal ini sangat penting sebagai bahan masukan untuk melihat secara karakteristik ketiga variable yang akan diteliti nantinya. Maka model kerangka konseptual dari penelitian ini adalah sebagai berikut :



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

1. Fasilitas berpengaruh secara parsial terhadap minat beli konsumen
2. Lokasi berpengaruh secara parsial terhadap minat beli konsumen
3. Harga berpengaruh secara parsial terhadap minat beli konsumen
4. Fasilitas, lokasi, dan harga berpengaruh secara simultan terhadap minat beli konsumen

G. Hipotesis

Berdasarkan perumusan masalah yang telah ditetapkan, maka hipotesis yang dikemukakan oleh peneliti yaitu :

1. Fasilitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen di CV. Bahari Mandiri pada proyek perumahan Eka Warni 4 Residence Medan.
2. Lokasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan konsumen di CV. Bahari Mandiri pada proyek perumahan Eka Warni 4 Residence Medan.
3. Harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan konsumen di CV. Bahari Mandiri pada proyek perumahan Eka Warni 4 Residence Medan.
4. Fasilitas, lokasi, dan harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap konsumen di CV. Bahari Mandiri pada proyek perumahan Eka Warni 4 Residence Medan.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Jenis Penelitian

Menurut Sugiyono (2009:2) menjelaskan bahwa : “Secara umum metode penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu”. Metode penelitian merupakan cara yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data penelitiannya. Jenis penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif kuantitatif, yaitu menjelaskan hubungan antar variable dengan menganalisis data numeric (angka) menggunakan metode statistic melalui pengujian hipotesis.

2. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan pada di CV. Bahari Mandiri Jl. Eka Warni/Eka Warni IV, Medan Johor, Medan, Sumatera Utara. Waktu penelitian dimulai dari bulan Mei 2017 sampai dengan September 2017

Tabel 3.1
Rincian Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Mei	Jun	Juli	Agst	Sept
1	Pembuatan dan Seminar Proposal					
2	Pengumpulan data					
3	Analisa Data					
4	Penyusunan Skripsi					
5	Seminar Hasil					
6	Pengajual Sidang Meja Hijau					

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya Sugiyono (2008). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan transaksi pembelian rumah pada Cv. Bahari Mandiri Medan yaitu sebanyak 35 orang pembeli rumah.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti ini tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu Sugiyono (2008)". 35 sampel disebut sampel jenuh.

C. Definsi Operasional

Secara teoritis, definisi operasional variabel adalah unsur penelitian yang memberikan penjelasan atau keterangan tentang variabel – variabel operasional sehingga dapat diukur dan diamati.

Dalam hal ini terdapat dua variabel yang diteliti, yaitu :

1. Variabel bebas yaitu

- a. Fasilitas (X1) fasilitas adalah perlengkapan – perlengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada para tamu dalam melaksanakan aktivitas-aktivitasnya atau kegiatan-kegiatannya, sehingga kebutuhan-kebutuhan tamu dapat terpenuhi.
- b. Lokasi (X2) lokasi adalah tempat melayani konsumen sehingga dapat lebih mudah bertransaksi terhadap produk yang ditawarkan secara langsung.

2. Variabel Terikat (Y)

Minat beli (Y) minat beli adalah suatu proses belajar dan proses pemikiran yang membentuk suatu persepsi konsumen untuk mendapatkan informasi secara lebih lengkap tentang produk tertentu lewat kunjungan ke *outlet* produk.

Berdasarkan defenisi operasional yang telah diuraikan, maka peneliti merumuskan mekanisme penganalisaan variabel seperti pada Tabel 3.2

Tabel 3.2
Definisi dan Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala Ukur
Fasilitas (X1)	Fasilitas adalah penyediaan perlengkapan-perengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada para tamu dalam melaksanakan aktivitas-aktivitasnya atau kegiatan-kegiatannya, sehingga kebutuhan-kebutuhan tamu dapat terpenuhi.	a. Pertimbangan/perencanaan spasial b. Perencanaan ruang c. Perlengkapan/perabotan d. Tata cahaya dan warna e. Unsur pendukung	<i>Skala Likert</i>
Lokasi (X2)	Lokasi adalah tempat melayani konsumen sehingga dapat lebih mudah bertransaksi terhadap produk yang ditawarkan secara langsung.	a. Akses b. Lalu-lintas c. Visibilitas d. Tempat parkir yang luas dan aman e. Lingkungan	<i>Skala Likert</i>
Minat Beli (Y)	Minat beli adalah suatu proses belajar dan proses pemikiran yang membentuk suatu persepsi konsumen untuk mendapatkan informasi secara lebih lengkap tentang produk tertentu lewat kunjungan ke <i>outlet</i> produk.	a. Minat transaksional b. Minat referensial c. Minat eksploratif d. Minat preferensial	<i>Skala Likert</i>

D. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Data primer adalah data yang langsung diperoleh dari seluruh responden di lokasi penelitian melalui pengamatan, wawancara dan pengisian kuesioner.
2. Data sekunder merupakan data yang tidak langsung diperoleh penulis dari responden melainkan data yang diperoleh dari pihak lain, seperti melalui website (internet) dan sumber pustaka perusahaan.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara (*Interview*)

Peneliti mengajukan pertanyaan secara lisan kepada pemimpin organisasi Sahiva untuk mendapatkan informasi dan data-data yang dibutuhkan dalam penelitian.

2. Daftar Pertanyaan (*Quesioner*)

Merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Dimana responden memilih salah satu jawaban yang telah disediakan dalam daftar pertanyaan.

3. Skala Pengukuran Variabel

Skala pengukuran yang digunakan adalah Skala Likert sebagai alat untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial Sugiyono (2008:132). Penelitian ini memberikan lima alternatif jawaban kepada responden dengan menggunakan skala 1 sampai dengan 5 untuk keperluan analisis kuantitatif penelitian, yang dapat dilihat pada Tabel 3.2 :

Tabel 3.3
Instrumen Skala Liket

No	Pertanyaan	Skor
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Ragu-ragu	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

F. Teknik Analisis Data

1. Validitas dan Reliabilitas

a. Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang mengukur sah atau valid tidaknya suatu instrumen (kuesioner). Suatu instrument yang valid atau sah mempunyai validitas yang tinggi, sebaliknya instrument yang kurang valid berarti memiliki validitas yang rendah.

Uji signifikansi dilakukan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$. n adalah jumlah sampel. Pada penampilan output SPSS 20.0 pada *cronbach alpha* dikolom *correlated item-total correlation*, jika r hitung lebih besar dari r tabel dan nilai positif, maka butir pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid.

Untuk menguji validitas instrument dilakukan langkah-langkah sebagai berikut :

- 1) Menyampaikan uji coba keseluruhan responden.
- 2) Mengelompokkan item-item dari jawaban kedalam butir dan jumlah skor total yang diperoleh dari masing-masing responden.
- 3) Dari skor yang diperoleh dibuat tabel perhitungan validitas
- 4) Mengkorelasikan setiap skor dengan menggunakan rumus *product moment*.
- 5) Uji signifikan dilakukan dengan membandingkan r hitung dan r tabel untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$. n adalah jumlah sampel. Pada penampilan output SPSS 20.0 pada *cronbach alpha* dikolom *correlated*

item-total correlation, jika r hitung lebih besar dari r tabel dan nilai positif, maka butir pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid atau layak digunakan dalam pengambilan data.

b. Reabilitas

Realibilitas adalah alat ukur untuk mengukur kuesioner yang merupakan dari indikator variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dinyatakan rabel atau handal jika jawaban seseorang (responden) terhadap pertanyaan adalah konsisten dari waktu-waktu.

Metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah kuesioner/angket untuk mencari realibitasnya digunakan rumus alpha. Untuk memudahkan perhitungan, dalam SPSS 20.0 memberikan fasilitas untuk mengukur realibitas dengan uji statistik *cronbach alpha* (α), suatu konstruk atau variabel dikatakan reliable jika nilai *cronbach alpha* $< 0,60$.

2. Regresi Linier Berganda

Teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis statistik dengan Regresi Linier Berganda, dengan persamaan sebagai berikut :

$$Y = a + \alpha_1 X_1 + \alpha_2 X_2 + c$$

Dimana

Y = Variabel Terikat (Minat Beli)

X_1 = Variabel Bebas (Fasilitas)

X_2 = Variabel Bebas (Lokasi)

a = Konstanta

$\alpha_{1,2}$ = Koefisien Regresi

c = Error (tingkat kesalahan)

3. Uji Hipotesis

a. Uji Simultan (F)

Uji F, untuk mengetahui apakah secara simultan variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat dengan tingkat keyakinan 95%. Kriteria pengujian :

- 1) Merumuskan hipotesis null dan hipotesis *alternative*

$$H_0 ; \beta_1 = 0$$

$$H_0 ; B_1 \neq 0$$

- 2) Kriteria pengujian

$$\text{Dimana } F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}} = H_0 \text{ Ditolak}$$

$$F_{\text{hitung}} \leq F_{\text{tabel}} = H_0 \text{ Diterima}$$

b. Uji Parsial (T)

Uji t statistik dimaksudkan untuk menguji pengaruh secara parsial antara variabel bebas terhadap variabel terikat dengan asumsi bahwa variabel lain dianggap konstan, dengan tingkat keyakinan 95% ($\alpha = 0,05$).

- 1) Merumuskan hipotesis null dan hipotesis *alternative*

$$H_0 ; \beta_1 = 0$$

$$H_0 ; B_1 \neq 0$$

- 2) Kriteria pengujian

$$\text{Dimana } t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}} = H_0 \text{ Ditolak}$$

$$t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}} = H_0 \text{ Diterima}$$

4. Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan pengujian hipotesis, terlebih dahulu akan dilakukan pengujian terjadinya penyimpangan terhadap asumsi klasik. Dalam asumsi klasik terdapat beberapa pengujian yang harus dilakukan yakni Uji Normalitas, Uji Multikolonieritas dan Uji Heteroskedastisitas.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan f mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal.

b. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Jika ditemukan adanya multikolonieritas, maka koefisien regresi variabel tidak tentu dan kesalahan menjadi tidak terhingga (Ghozali, 2011: 105). Salah satu metode untuk mendiagnosa adanya multicollinierity adalah dengan menganalisis nilai tolerance dan lawannya variance inflation factor (VIF). Tolerance mengukur variabelitas variabel independent yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel indepdent lainnya. Nilai tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi, karena $VIF = 1/Tolerance$. Nilai cut off yang dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai tolerance kurang dari 0,1 atau sama dengan nilai VIF lebih dari 10 Ghozali (2011:105).

c. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dari pengujian ini adalah untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dan residul satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas yakni variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya bersifat tetap Ghazali (2011:139).

5. Koefisien Determinasi (R^2)

Uji ini digunakan untuk mengukur kedekatan hubungan koefisien determinasi yaitu angka yang menunjukkan besarnya kemampuan varians atau penyebaran dari variabel-variabel bebas yang menerangkan terhadap variabel terikat atau angka yang menunjukkan seberapa variabel terikat dipengaruhi oleh variabel bebasnya. Besarnya koefisien determinasi adalah antara 0 sampai 1 dimana nilai koefisien mendekati 1, maka model tersebut dikatakan baik karena semakin dekat hubungan variabel bebas dengan terikat.

Kriteria Pengambilan Keputusan Koefisien Determinasi (R^2) :

Tabel 3.4

Interval Koefisien Determinasi (R^2)

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,10 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat kuat

Sumber : Sugiyono (2012:184)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol sampai satu ($0 < R^2 < 1$). Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari hasil pemaparan dan pembahasan data di atas maka kesimpulan dari hasil penelitian adalah :

1. Berdasarkan hasil uji t pada variabel fasilitas di peroleh nilai t_{hitung} diperoleh 2.889 dimana nilai t_{table} pada α 5% yakni 1.689 artinya positif. Dimana taraf signifikan α 5% nilai t_{hitung} $2.889 > t_{table}$ 1.689. dan nilai $p-value$ pada kolom sig 0.003 < 0.005 artinya signifikan. Hal ini menjelaskan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pada proyek perumahan Eka Warni 4 Residence Medan.
2. Berdasarkan hasil uji t pada variabel lokasi diperoleh nilai t_{hitung} diperoleh 8.774 dimana nilai t_{table} pada α 5% yakni 1.689 artinya positif. Dimana taraf signifikan α 5% nilai $8.774 > t_{table}$ 1.689. dan nilai $p-value$ pada kolom sig 0.003 < 0.005 artinya signifikan. Hal ini menjelaskan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pada proyek perumahan Eka Warni 4 Residence Medan.
3. Berdasarkan uji F diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{table}$ diperoleh $43.548 > 3.27$ artinya positif. Sementara nilai $p-value$ diperoleh pada kolom sig 0.000 < 0.05 artinya signifikan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa fasilitas dan lokasi secara simultan dapat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pada proyek perumahan Eka Warni 4 Residence Medan.

4. Berdasarkan perhitungan koefisien determinasi, dapat dilihat nilai Adjusted R Square yang diperoleh sebesar 0.727. Angka tersebut menunjukkan bahwa sebesar 72.7%. Minat beli (variabel terikat) dapat dijelaskan oleh variabel faktor fasilitas dan lokasi. Sisanya sebesar 28.3% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

B. Saran

Saran yang saya kemukakan adalah sebagai berikut :

1. Saran untuk fasilitas yang dapat di ambil yaitu memperbaiki dan menambahkan desain interior dan eksterior, Sehingga pemilik usaha perlu memperbaiki desain interiornya seperti ruang tunggu yang rapi, penambahan kursi untuk konsumen, dan fasilitas taman dan lainnya.
2. Untuk lokasi pemilik usaha dapat menyediakan tempat parkir yang lebih luas seperti menyewa lahan yang berada di depan lokasi perumahan untuk di jadikan tempat parkir agar minat beli uang konsumen dapat meningkat.
3. Peneliti selanjutnya sebaiknya mengembangkan variabel-variabel yang diteliti, sebab tidak menutup kemungkinan bahwa dengan penelitian yang mencakup lebih banyak variabel akan dapat menghasilkan kesimpulan yang lebih baik lebih banyak variabel akan dapat menghasilkan kesimpulan yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Assouri, Sofyan, 2005. **Manajemen Pemasaran : Dasar, Konsep dan Strategi** cetakan Ketiga. Jakarta : CV. Rajawali.
- Dharmmesta, Basu Swastha, Handoko, T Hani, (2011). **Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen (Edisi 1)**. Yogyakarta : bpfe
- Djaslim Saladin. (2011). **Manajemen Pemasaran**. Bandung: Agung Ilmu.
- Fandy Tjiptono, 2007, Strategi Pemasaran. Edisi kedua, penerbit Andi, Yogyakarta
- Ferdinand, Agusty. 2002. **Structural Equation Modelling dalam Penelitian Manajemen**. Semarang:FE UNDIP.
- Ghozali, Imam, 2011. **Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS**. Edisi Ketiga. Semarang : BP Universitas Diponegoro.
- Husein Umar. (2008). **Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis**. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Intan, Sari Z. R. 2010. **Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Perumahan Tipe Cluster (Studi Kasus Perumahan Taman Sari) di Kota Semarang**, Skripsi S1, Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang. Jawa Tengah.
- Kasmir. 2011. **Manajemen Perbankan**. Jakarta: Rajagrafindo Persada Kotler, Philip dan Kevin L, Keller. (2008). **Manajemen Pemasaran**, Edisi 12 Jilid 1 dan 2, Alih Bahasa : Benjamin Molan, PT. Indeks Gramedia, Jakarta
- Kotler. 2010. **Principles of marketing**. 13 edition : New Jersey.
- Kuncoro, Mudrajid. (2003). **Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi**, Erlangga, Jakarta.

- Lidyawati. 2008. **Hubungan antara Intensitas Menonton Iklan di Televisi dengan Perilaku Konsumtif**. *Skripsi* (tidak diterbitkan). Surakarta: Fakultas Psikologi UMS.
- Offset Haryono, dkk. 2012. **Capacity Building**. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Puranama, Nursya'bani. 2011. **Manajemen Kualitas: Perspektif Global**. Yogyakarta: Ekonisia.
- Rattih Huriyati, (2010). **Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen**. Bandung: Alfabeta.
- Shinta, Agustina, (2011). **Manajemen Pemasaran (Edisi 1)**. Malang: UB Press.
- Sugiyono. 2013. **Metode Penelitian Manajemen**. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono, 2008. **Metode Penelitian Bisnis**. Alfabeta, Bandung.
- Sulastiyono, A. 2008. **Manajemen Penyelenggaraan**. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2008. **Pemasaran Jasa**. Edisi Pertama. Malang: Bayumedia.
- Tjiptono, Fandy. 2011. **Service, Quality & Satisfaction**. Yogyakarta: CV. Andi.
- Yoestini dan Rahma, Eva. S. 2007. **Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dana Citra Merek terhadap Minat Beli dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian**. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*: 261 – 276.

KUESIONER

PENGARUH FASILITAS DAN LOKASI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA CV. BAHARI MANDIRI DI PROYEK PERUMAHAN EKA WARNI 4 RESIDENCE MEDAN

Bapak/Ibu, Saudara/I responden yang terhormat, dalam rangka pengumpulan data untuk sebuah penelitian dan kepentingan ilmiah, saya mohon kesediaannya menjawab dan mengisi beberapa pertanyaan dari kuesioner yang diberikan di bawah ini.

I. DATA RESPONDEN (No. Responden:)

1. Nama : _____
2. Usia : a. 20 – 25 tahun b. 26-30 tahun c. 31-35 tahun d. > 36 tahun
3. Jenis Kelamin : a. Pria b. Wanita
4. Pendidikan : a. SMU b. D3 c. S1 d. S2

II. PETUNJUK PENGISIAN

Berilah tanda centang/*checklist* (✓) pada kolom yang anda anggap sesuai.

Setiap responden hanya diperbolehkan memilih satu jawaban.

Keterangan :

SS	= Sangat Setuju	(diberi nilai 5)
S	= Setuju	(diberi nilai 4)
RR	= Ragu-ragu	(diberi nilai 3)
TS	= Tidak Setuju	(diberi nilai 2)
STS	= Sangat Tidak Setuju	(diberi nilai 1)

III. DAFTAR PERNYATAAN

1. VARIABEL BEBAS FASILITAS (X1)

NO	KETERANGAN	SS	S	RR	TS	STS
1	Suasana dan lingkungan di perumahan ini sangatlah nyaman dan aman					
2	Fasilitas ruangan dalam rumah yang disediakan luas, bersih dan nyaman					
3	Peralatan rumah yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan anda					
4	Warna rumah yang dipergunakan untuk interior sangatlah bagus sehingga membuat rileks					
5	Tersedianya fasilitas yang ditawarkan perumahan ini seperti tempat ibadah, kolam renang, dll					

2. VARIABEL BEBAS LOKASI (X2)

NO	KETERANGAN	SS	S	RR	TS	STS
1	Lokasi perumahan eka warni 4 residence sangat mudah dijangkau					
2	Kondisi lalu lintas menuju lingkungan perumahan eka warni 4 residence sangat aman dari kebisingan dan kemacetan kota					
3	Lokasi perumahan eka warni 4 residence sangat mudah diakses memakai kendaraan apapun					
4	Kondisi perumahan eka warni 4 residence sangat luas sehingga parkir sangat mudah					
5	Perumahan eka warni 4 residence dekat dengan fasilitas-fasilitas umum sehingga mudah buat diakses.					

3. VARIABEL TERIKAT MINAT BELI (Y)

NO	KETERANGAN	SS	S	RR	TS	STS
1	Setelah melihat di perumahan eka warni 4 residence saya merasa ingin membeli rumah tersebut					
2	Saya bersedia merekomendasikan perumahan eka warni 4 residence kepada kerabat saya					
3	Saya bersedia melakukan pembelian rumah pada perumahan eka warni 4 residence					
4	Perumahan eka warni 4 residence adalah pilihan utama saya					

Terima kasih atas bantuan Bapak/Ibu, Saudara/Saudari yang telah mengisi kuesioner ini. Atas perhatian dan kerjasamanya saya ucapkan terim kasih banyak.

Lampiran**Tabulasi Data Responden Variabel Fasilitas (X₁)**

No.	P1	P2	P3	P4	P5	Total
1	4	3	4	5	5	21
2	3	4	4	5	5	21
3	4	5	5	5	4	23
4	4	5	3	3	4	19
5	4	5	4	4	4	21
6	4	5	4	4	4	21
7	4	4	4	5	5	22
8	4	4	5	4	4	21
9	5	5	4	5	4	23
10	4	3	5	4	4	20
11	5	4	5	4	4	22
12	4	5	4	5	4	22
13	3	4	3	3	4	17
14	4	4	4	5	5	22
15	4	3	3	4	4	18
16	4	4	4	4	4	20
17	5	5	5	4	4	23
18	5	5	5	4	4	23
19	4	4	4	4	4	20
20	5	5	5	3	4	22
21	5	5	4	4	4	22
22	4	4	4	4	4	20
23	3	4	3	4	4	18
24	5	5	4	3	4	21
25	5	5	5	5	4	24
26	4	5	5	3	5	22
27	4	4	4	4	4	20
28	4	4	4	4	4	20
29	5	5	4	3	4	21
30	5	4	3	5	4	21
31	4	5	5	3	4	21
32	4	5	4	4	5	22
33	4	4	4	5	5	22
34	4	4	5	5	5	23
35	4	4	4	4	5	21

Tabulasi Data Responden Variabel Lokasi (X₂)

No.	P1	P2	P3	P4	P5	Total
1	5	4	4	5	5	23
2	3	4	4	4	5	20
3	5	5	5	5	4	24
4	5	3	4	5	4	21
5	2	4	5	4	4	19
6	5	4	4	5	4	22
7	5	4	5	5	5	24
8	4	5	5	4	4	22
9	4	4	5	4	4	21
10	3	5	5	4	4	21
11	5	5	5	4	4	23
12	4	4	4	5	4	21
13	4	3	3	4	4	18
14	5	4	5	5	5	24
15	3	3	3	4	4	17
16	4	4	5	5	4	22
17	5	5	4	5	4	23
18	5	5	4	5	4	23
19	5	4	4	5	4	22
20	3	5	5	4	4	21
21	4	4	4	4	4	20
22	5	4	4	5	4	22
23	5	3	4	5	4	21
24	5	4	5	5	4	23
25	3	5	5	4	4	21
26	4	5	4	5	5	23
27	3	4	5	4	4	20
28	4	4	4	4	4	20
29	4	4	4	4	4	20
30	5	3	5	5	4	22
31	5	5	4	5	4	23
32	5	4	4	5	5	23
33	5	4	4	5	5	23
34	5	5	4	5	5	24
35	5	4	4	5	5	23

Tabulasi Data Responden Variabel Minat Beli (Y)

No.	P1	P2	P3	P4	Total
1	4	5	5	5	19
2	4	3	5	4	16
3	5	5	5	5	20
4	4	5	5	5	19
5	5	2	4	4	15
6	4	5	5	5	19
7	5	5	5	5	20
8	5	4	3	4	16
9	5	4	4	4	17
10	5	3	4	4	16
11	5	5	4	4	18
12	4	4	5	5	18
13	3	4	4	4	15
14	5	5	5	5	20
15	3	3	5	4	15
16	5	4	5	5	19
17	4	5	4	5	18
18	4	5	4	5	18
19	4	5	4	5	18
20	5	3	5	4	17
21	4	4	4	4	16
22	4	5	5	5	19
23	4	5	5	5	19
24	5	5	4	5	19
25	5	3	4	4	16
26	4	4	5	5	18
27	5	3	4	4	16
28	4	4	4	4	16
29	4	4	5	4	17
30	5	5	4	5	19
31	4	5	5	5	19
32	4	5	4	5	18
33	4	5	5	5	19
34	4	5	5	5	19
35	5	4	4	4	17

Regression

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Lokasi, Fasilitas		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable : Minat Beli

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.852 ^a	.727	.710	.822

a. Predictors : (Constant), Lokasi, Fasilitas

b. Dependent Variable : Minat Beli

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	57.515	2	28.757	42.548	.000 ^a
Residual	21.628	32	.676		
Total	79.143	34			

c. Predictors : (Constant), Lokasi, Fasilitas

d. Dependent Variable : Minat Beli

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	5.162	2.089		2.471	.019		
Fasilitas	.326	.113	.331	2.889	.003	.651	1.537
Lokasi	.896	.102	.1005	8.774	.000	.651	1.537

a. Dependent Variable : Minat Beli

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions		
				(Constant)	Fasilitas	Lokasi
1	1	2.995	1.000	.00	.00	.00
	2	.003	31.340	.88	.03	.46
	3	.002	36.674	.12	.96	.54

a. Dependent Variable : Minat Beli

Charts

