

**PENGARUH FAKTOR NILAI JUAL RUMAH SEDERHANA TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN
(Studi Kasus : Perumahan di Kota Cimahi)**

Aditya Rifki Rahmandika Suratmin, Rochany Natawidjana, Siti Nurasiyah

Program Studi Teknik Sipil S1 Fakultas Pendidikan Teknologi dan Kejuruan
Universitas Pendidikan Indonesia
Jalan Dr. Setiabudi 229, Bandung 40154, Indonesia

E-mail: adityasuratmin96@gmail.com
any.rochanymonza@gmail.com
iisnurasiyah82@yahoo.com

ABSTRAK

Rata-rata pertumbuhan penduduk di kota Cimahi meningkat antara 1,31% hingga 1,41% tiap tahun menyebabkan kebutuhan rumah di kota Cimahi semakin meningkat pula. Penentuan harga nilai jual rumah sederhana dapat ditentukan berdasarkan beberapa faktor salah satunya dilihat berdasarkan persepsi para konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mencari faktor-faktor nilai jual rumah sederhana yang diharapkan oleh para konsumen kemudian melihat kepuasan konsumen terhadap faktor-faktor tersebut.

Faktor-faktor nilai jual rumah sederhana meliputi Faktor Fisik (X_1), Faktor Sosial (X_2), Aksesibilitas (X_3), dan Ketersediaan Fasilitas (X_4), dimana masing-masing faktor memiliki aspek masing-masing yang diamati. Analisis yang digunakan yaitu uji validitas dan reliabilitas untuk menguji kualitas kuisioner kemudian menggunakan metode PCA untuk mereduksi faktor dan analisis regresi linier berganda untuk melihat pengaruh faktor-faktor nilai jual rumah sederhana terhadap kepuasan konsumen rumah. Hasil analisis menunjukkan penelitian ini memenuhi syarat validitas, reliabilitas, serta bebas dari heteroskedastisitas, multikolinearitas dan telah lolos uji normalitas. Terdapat 4 item yang lolos dalam perhitungan PCA kemudian dilanjutkan dengan uji regresi linier berganda. Uji korelasi dan koefisien determinasi menunjukkan bahwa setiap faktor masing-masing berkontribusi sebesar 60,3% dalam menciptakan kepuasan konsumen. Hasil uji regresi linier berganda menghasilkan persamaan $Y = 0,468 + 0,341X_1 + 0,098X_2 + 0,194X_3 + 0,366X_4$ yang membuktikan bahwa faktor-faktor nilai jual rumah sederhana memiliki pengaruh yang kuat terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci: rumah sederhana, kepuasan konsumen rumah, faktor nilai jual rumah, perumahan, kota Cimahi.

**THE INFLUENCE OF MODEST HOUSE SELLING VALUE FACTORS
TOWARDS COSTUMER SATISFACTION
(Case study : Housing complex in Cimahi City)**

Aditya RifkiRahmandikaSuratmin, RochanyNatawidjana, SitiNurasiyah

Program StudiTeknikSipil S1 FakultasPendidikanTeknologidanKejuruan
UniversitasPendidikan Indonesia
JalanDrSetiabudhi 229, Bandung 40154, Indonesia

E-mail: adityasuratmin96@gmail.com
any.rochanymonza@gmail.com
iisnurasiyah82@yahoo.com

ABSTRAK

The average growth of the population in Cimahi city increase between 1,31% to 1.41% every year causing the needs of house is increasing as well. The price determination process of a simple house can be determined based on several factors, including costumer perceptions. This study aims to find the factors of simple house selling values that are expected by costumers then to see costumer satisfaction based on those factors.

The factors of simple house selling value include Physical Factors (X_1), Social Factors (X_2), Accessibility (X_3), and Facility Availability (X_4), where each factor has their respective aspects to be observed. This research used validity and reliability to test the quality of the questionnaire then use the PCA method to reduce factors and using multiple linear regression analysis to see the effect of simple house selling factors on the satisfaction of home costumers. The results of the analysis showed that this study passed the test of validity, reliability, and free from heteroscedasticity, multicollinearity and had passed the normality test as well. There are 4 items that passed in the calculation of PCA then continued with multiple linear regression tests. The correlation test and coefficient of determination show that each factor contributes 60,3% in creating customer satisfaction. The results of multiple linear regression test yielded the equation $Y = 0,468 + 0,341X_1 + 0,098X_2 + 0,194X_3 + 0,366X_4$ which proves that the factors of simple home selling value have a strong influence on consumer satisfaction.

Keywords: simple house, costumer satisfaction, the factors of simple house selling value, housing complex, Cimahi city