

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada era globalisasi ini persaingan bisnis menjadi sangat tajam, baik di pasar nasional (*domestic*) maupun di pasar internasional maupun global, akibatnya timbul persaingan dalam menawarkan produk-produk yang berkualitas dengan harga yang mampu bersaing di pasaran. Berdasarkan tingkat kehidupan masyarakat yang semakin meningkat, maka kehidupan masyarakat terhadap barang juga akan semakin meningkat. Hal ini membawa pengaruh terhadap perilaku mereka dalam memilih barang yang akan mereka beli ataupun yang mereka anggap paling sesuai dan benar-benar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka.

Peningkatan kebutuhan akan perumahan seiring dengan pertumbuhan penduduk, pemenuhan kebutuhan tempat tinggal atau memiliki rumah sendiri merupakan suatu kebutuhan yang sangat didambakan. Dengan adanya kebutuhan rumah yang lebih besar dari persediaan perumahan yang ada, maka hal tersebut merupakan kesempatan bagi pengembang perumahan untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Perkembangan *industry developer property* sendiri mengarah pada kondisi yang dinamis dan melaju bersamaan dengan tuntutan dasar kebutuhan manusia.

Developer property adalah perusahaan atau perorangan yang bergerak dalam bisnis properti, dimana dia menjadi pengembang atau dapat dikatakan pembangun

serta pemasar properti itu sendiri baik berupa perumahan skala besar maupun kecil. Untuk menjadi developer properti di Indonesia ada beberapa hal yang harus diketahui, saat ini pemerintah Republik Indonesia mewajibkan orang atau kelompok orang yang akan menjalankan bisnis sebagai developer properti di dalam satu wadah dengan legalitas penuh misalnya CV bahkan PT / perseroan terbatas.

Mencermati adanya peluang bisnis di Sindangkasih Ciamis, maka perusahaan *developer* properti PT Alam Sinagar berkesempatan untuk menarik minat konsumen dalam pembelian produk perumahan yang selama ini telah dibangun di wilayah Ciamis yaitu Perumahan Rancamaya Estate. Pada pembangunan Perumahan Rancamaya Estate, PT Alam Sinagar memperhatikan berbagai factor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian rumah, diantaranya dengan menawarkan produk perumahan di lokasi yang strategis, dan harga yang bersaing. Harga yang ditawarkan oleh Perumahan Rancamaya Estate sangatlah menarik perhatian konsumen, karena Perumahan Rancamaya Estate ini mendapatkan subsidi dari pemerintah sebesar 9% dari harga jual, khususnya untuk rumah type 36/84 m.

Fenomena yang menarik beberapa tahun ini salah satunya yakni pentingnya berinvestasi properti. Memiliki properti merupakan sebuah pilihan yang tepat guna investasi di masa mendatang. Banyak alasan dan faktor yang melatar belakangi untuk berinvestasi berupa properti diantaranya adalah : 1) Harga properti yang akan selalu naik di atas angka inflasi. 2) Properti menjadi sebuah kebutuhan primer. 3) Properti sebagai investasi terbaik di bandingkan investasi lainnya.

Banyaknya proyek perumahan akan berdampak pada pilihan yang makin beragam dan pada akhirnya konsumen akan memilih berdasarkan pertimbangan yang matang. Oleh karena itu diperlukan strategi yang tepat untuk menarik konsumen dalam pasar pengembang. Strategi yang sering digunakan selain harga jual yang bersaing, kualitas pelayanan yang prima sesuai dengan keinginan, kebutuhan, guna mencapai kepuasan konsumen.

Harga Jual adalah Jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya (Bashu Swastha, 2001:185). Sedangkan menurut Supriyono (2000:332) mendefinisikan harga jual adalah jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan.

Pasar property ditentukan oleh besarnya jumlah penawaran dan permintaan, sehingga secara langsung akan mempengaruhi harga jual. Kebutuhan dan keinginan seseorang untuk membeli rumah sangat ditentukan oleh daya beli dan kemampuan orang tersebut, dengan kata lain, factor keuangan seseorang sangat menentukan tipe dan jenis perumahan bagaimana yang akan dibelinya.

Dalam menciptakan kepuasan konsumen, perusahaan harus dapat meningkatkan kualitas layanannya (*service quality*). Pada dasarnya tujuan dari industri properti adalah untuk memberikan kepuasan penghuni atau konsumen terhadap perumahan yang ditempatinya dengan merasa aman dan nyaman sehingga akan terjalin hubungan yang baik antara pihak perusahaan dengan konsumen. Semakin baik kualitas layanannya, akan semakin tinggi pula kepuasan konsumen terhadap

perusahaan. Tingginya kualitas layanan juga tidak lepas dari dukungan internal perusahaan, terutama dukungan dari sumber daya manusianya.

Presepsi yang positif terhadap harga jual dan kualitas pelayanan tersebut akan menciptakan suatu penilaian yang dapat mempengaruhi konsumen untuk lebih meningkatkan kepuasan konsumen. Apabila konsumen merasa puas dengan apa yang telah didapatakannya, maka besar kemungkinan akan melakukan pembelian ulang dan bahkan akan menyampaikan informasi positif melalui mulut ke mulut kepada kerabat sampai teman – temannya.

Salah satu hal terpenting dalam membangun sebuah perumahan adalah tingkat kepuasan konsumen dalam menikmati perumahan yang telah mereka beli. Sehingga untuk memperoleh tingkat kepuasan konsumen dibutuhkan antisipasi yang cermat dan tepat. Meskipun demikian, tidak sedikit perusahaan yang kurang menyadari arti penting suatu kepuasan konsumen, akibatnya perusahaan secara cepat atau lambat akan mengalami kebangkrutan. Kesadaran akan kelemahan-kelemahan ini seringkali baru tumbuh manakala perusahaan telah mendekati atau benar-benar runtuh. Di sinilah kita mengetahui bahwa konsumen merupakan orang yang paling berperan penting dari segala urusan bisnis. Menyediakan hunian berkualitas adalah hal utama dalam bisnis di bidang perumahan. Oleh karena itu, survey kepuasan konsumen sangat perlu dilakukan guna mengetahui kebutuhan dan harapan pelanggan sebagai pembeli sekaligus penghuni perumahan agar menjadi masukan untuk perbaikan dan peningkatan proses serta produk perumahan.

Permasalahan yang terjadi di Perum Rancamaya Estate selama ini meski pun kualitas pelayanan yang dilakukan diupayakan untuk selalu memuaskan konsumen, baik dari segi pelayanan dan fasilitas tetapi konsumen masih merasa kurang puas. Yang menjadi fenomena dalam penelitian ini adalah kebutuhan akan tempat tinggal dan pentingnya investasi properti.

Sebagai bahan acuan dan sumber yang relevan dalam usulan penelitian ini, maka penulis menyampaikan bahwa terdapat keterkaitan Harga Jual dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen. Penelitian yang penulis lakukan mengacu pada penelitian terdahulu dengan rencana penelitian yang akan penulis lakukan sebagai berikut :

Gusti Ayu Putu Ratih Kusuma Dewi, Ni Nyoman Kerti Yasa, Putu Gede Sukaatmadja (2014), dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah. Studi kasus pada PT BPR HOKI di Kabupaten Tabanan. Hasil analisis statistik menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, dan loyalitas memiliki hubungan yang positif dan signifikan.

Arlina Nurbaity Lubis (2012), dengan judul Pengaruh *Costumer Education* dan *Service Quality* terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pasien Rawat Inap. Studi kasus pada Rumah Sakit Umum Swasta di Kota Medan. Hasil analisis menunjukkan bahwa pendidikan konsumen berpengaruh langsung terhadap kepuasan, tetapi bukan kesetiaan. Namun, secara tidak langsung itu memiliki efek terhadap kesetiaan melalui kepuasan. Kualitas layanan berpengaruh langsung terhadap kepuasan dan kesetiaan.

Selain itu, kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas melalui kepuasan, selanjutnya kepuasan berpengaruh langsung terhadap loyalitas.

Dennies Damora (2012), dengan judul Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Minimarket Indomaret. Studi kasus pada indomaret Prof. Suharso Semarang. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa variabel aspek fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan perhatian dirasakan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

Jackson R.S Weenas (2013), dengan judul Kualitas produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta. Studi kasus pada PT. Massindo Sinar Pratama di kota Manado. Hasil penelitian membuktikan bahwa kualitas produk, harga, promosi dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian.

Jessica J. Lenzun, James D.D. Massie, Decky Adare (2014), dengan judul Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Telkomsel. Studi Kasus di kelurahan Winangun kota Manado. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan kualitas produk, harga, dan promosi berpengaruh signifikan, sedangkan promosi berpengaruh negatif namun tidak signifikan.

Mega Silvia Ransulangi, Silvy Mandey, Willem A. Tumbuan (2015), dengan judul Pengaruh kualitas produk, harga dan *servicescape* terhadap Kepuasan Konsumen pengguna Rumah Makan. Studi kasus pada Rumah Makan Ocean 27

Manado. Hasil penelitian menunjukkan secara simultan Kualitas Produk, Harga dan *Servicescape* berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen. Secara parsial Kualitas Produk dan *Servicescape* berpengaruh signifikan sedangkan Harga secara parsial tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen.

Tulandi Riry Anggia, Lotje Kawet, Imelda Ogi (2015), dengan judul Analisis Pengaruh Strategi Promosi, Harga dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen Surat Kabar. Studi kasus pada Manado post di Kota Manado. Hasil penelitian secara simultan Strategi Promosi, Harga, dan Kepuasan berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen. Secara parsial Strategi Promosi tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen.

Faradiba, Sri Rahayu Tri Astuti (2013), dengan judul Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minta Beli Ulang Konsumen. Studi kasus pada Warung Makan Bebek Gendut kota Semarang. Dari hasil analisis, indikator – indikator dalam penelitian ini valid dan *reliables*. Faktor yang paling dominan yang mempengaruhi terhadap Mitra Ulang Beli Konsumen adalah Kualitas Produk, Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan.

Ira Ruskandi (2015), skripsi Universitas Siliwangi dengan judul Pengaruh Kualitas pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen. Studi kasus pada RM Saung Bumbu Racik Desa Tasikmalaya. Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh signifikan antara Kualitas Pelayanan dan Harga secara simultan maupun parsial terhadap Kepuasan Konsumen.

Haily, Sri Yanti (2016), dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Prima *Tour and Travel*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas pelayanan, Harga, dan promosi mempunyai pengaruh positif terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan Konsumen.

Panca Winahyuningsih, Mochamad Edris (2012), dengan judul Pengaruh Pembelajaran dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Mahasiswa. Studi kasus pada Mahasiswa Universitas Muria Kudus. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Loyalitas mahasiswa dapat dibangun dari variabel pembelajaran melalui Kepuasan mahasiswa, dan loyalitas mahasiswa dapat dibangun dari variabel kualitas pelayanan melalui kepuasan mahasiswa.

Yudiana Sari (2016), dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen. Studi kasus pada PT. Pusri Palembang PDD Lampung. Hubungan antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan dalam meningkatkan volume penjualan adalah sangat kuat.

Melysa Elisabeth Pongoh (2013), dengan judul Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan. Survey pada Pelanggan Kartu As Telkomsel Di Kota Manado. Hasil analisis secara simultan menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan. Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan tetapi variabel harga tidak berpengaruh.

Rendy Gulla, Sem George Oroh, Ferdy Roring (2015), dengan judul Analisis Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. Studi kasus

pada Hotel Manado Grace Inn. Secara simultan harga, promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Secara parsial harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen sementara variabel promosi berpengaruh namun tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Hendra Fure (2013), dengan judul Lokasi, Keberagaman Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli. Studi Kasus pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Lokasi, Keberagaman Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Minat Beli pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca.

Untuk lebih jelasnya mengenai perbedaan penelitian penulis dengan penelitian terdahulu disajikan pada tabel 1.1

Tabel 1.1

Persamaan dan perbedaan Penelitian Sekarang dengan Penelitian Sebelumnya

No	Peneliti, Tahun, Judul	Persamaan	Perbedaan	Kesimpulan	Sumber
1	Gusti Ayu Putu Ratih Kusuma Dewi, Ni Nyoman Kerti Yasa, Putu Gede Sukaatmadja (2014) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah PT BPR HOKI di	Variabel X kualitas pelayanan, dan Variabel Y ₁ kepuasan	Variabel Y ₂ , Objek Penelitian, dan Alat Analisis	Hasil analisis statistik menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, dan loyalitas memiliki hubungan yang positif dan signifikan.	Jurnal Ekonomi dan Bisnis Volume 3 Nomor 5 Tahun 2014 ISSN: 2337-3067

Kabupaten Tabanan					
2	Arlina Nurbaity Lubis (2012) Pengaruh <i>Costumer Education</i> dan <i>Service Quality</i> terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pasien Rawat Inap RSU Swasta di Kota Medan.	Variabel X_2 <i>Service Quality</i> , dan Variabel Y_1 Kepuasan	Variabel X_1 <i>Costumer Education</i> , Variabel Y_2 Loyalitas, Objek Penelitian dan Alat Analisis	Hasil analisis menunjukkan bahwa pendidikan konsumen berpengaruh langsung terhadap kepuasan, tetapi bukan kesetiaan. Namun, secara tidak langsung itu memiliki efek terhadap kesetiaan melalui kepuasan. Kualitas layanan berpengaruh langsung terhadap kepuasan dan kesetiaan. Selain itu, kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas melalui kepuasan, selanjutnya kepuasan berpengaruh langsung terhadap loyalitas.	Jurnal Aplikasi Manajemen Volume 7 Nomor 2 Tahun 2009 ISSN: 1693-5241
3	Dennis Damora (2012) Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Minimarket Indomaret (studi kasus pada Indomaret Prof. Suharso Semarang)	Variabel X Kualitas Pelayanan dan Variabel Y Kepuasan Konsumen	Objek Penelitian, dan Alat Analisis	Variabel aspek fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan perhatian dirasakan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen.	Jurnal Universitas Semarang
4	Jackson R.S Weenas (2013) Kualitas produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta	Variabel X_2 Harga, Variabel X_4 Kualitas Pelayanan, dan Alat Analisis	Variabel X_1 Kualitas Produk, Variabel X_3 Promosi, Variabel Y Kualitas Pelayanan, Objek Penelitian.	Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh positif terhadap variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian.	Jurnal Ekonomi dan Bisnis Volume 1 Nomor 4 Tahun 2013 ISSN: 2303-1174
5	Jessica J. Lenzum, James D.D. Massie, Decky Adare (2014) Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar Telkomsel	Variabel X_2 Harga, Variabel Y Kepuasan Pelanggan, dan Alat Analisis	Variabel X_1 Kualitas Produk, Variabel X_3 Promosi, Objek Penelitian	Secara simultan kualitas produk, harga, dan promosi berpengaruh signifikan, sedangkan promosi berpengaruh negatif namun tidak signifikan.	Jurnal Ekonomi dan Bisnis Volume 2 Nomor 3 Tahun 2014 ISSN: 2303-1174

6	Mega Silvia Ransulangi, Silvy Mandey, Willem A. Tumbuan (2015)	Variabel X ₂ Harga, Variabel Y Kepuasan Konsumen, dan Alat Analisis	Variabel X ₁ Kualitas Produk, Variabel X ₃ Servicescape dan Objek Penelitian.	Secara simultan Kualitas Produk, Harga dan <i>Servicescape</i> berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen. Secara parsial Kualitas Produk dan <i>Servicescape</i> berpengaruh signifikan sedangkan Harga secara parsial tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen.	Jurnal Ekonomi dan Bisnis Volume 2 Nomor 3 Tahun 2014 ISSN: 2303- 11
7	Tulandi Riry Anggia, Lotje Kawet, Imelda Ogi (2015)	Variabel X ₂ Harga, Variabel X ₃ Kepuasan Konsumen dan Alat Analisis	Variabel X ₁ Strategi Promosi, Variabel Y Loyalitas Konsumen, dan Objek Penelitian	Secara simultan Strategi Promosi, Harga, dan Kepuasan berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen. Secara parsial Strategi Promosi tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen.	Jurnal Ekonomi dan Bisnis Volume 3 Nomor 2 Tahun 2015 ISSN: 2303- 1174
8	Faradiba, Sri Rahayu Tri Astuti (2013)	Variabel X ₂ Harga, Variabel X ₄ Kualitas Pelayanan dan Alat Analisis	Variabel X ₁ Kualitas Produk, Variabel X ₃ Lokasi, Variabel Y Minat beli ulang konsumen, Objek Penelitian	Faktor yang paling dominan yang mempengaruhi terhadap Mitra Ulang Beli Konsumen adalah Kualitas Produk, Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan.	Jurnal Manajemen Volume 2 Nomor 3 Tahun 2013 ISSN: 2337- 3792
9	Ira Ruskandi (2015)	Variabel X ₁ Kualitas Pelayanan, Variabel X ₂ Harga, dan Variabel Y Kepuasan Konsumen	Objek Penelitian dan Alat Analisis	Terdapat pengaruh signifikan antara Kualitas Pelayanan dan Harga Produk secara simultan maupun parsial terhadap Kepuasan Konsumen.	Skripsi Manajemen Universitas Siliwangi Tahun 2016
10	Haily, Sri Yanti (2016)	Variabel X ₂ Harga,	Variabel X ₃ Promosi, dan	Kualitas pelayanan, Harga, dan promosi mempunyai	Jurnal Manajemen

	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Prima Tour and Travel	Variabel X ₁ Kualitas Pelayanan, dan Variabel Y Kepuasan Konsumen	Objek Penelitian.	pengaruh positif terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan Konsumen	Volume 8 Nomor 2 Tahun 2016 ISSN: 2087-7331
11	Panca Winahyuningsih, Mochamad Edris (2012) Pengaruh Pembelajaran dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Mahasiswa Universitas Muria Kudus	Variabel X ₂ Kualitas Pelayanan, Variabel Y ₁ Kepuasan.	Variabel X ₁ Pembelajaran, Variabel Y ₂ Loyalitas, Objek Penelitian, dan Alat Analisis.	Loyalitas mahasiswa dapat dibangun dari variabel pembelajaran melalui kepuasan mahasiswa, dan loyalitas mahasiswa dapat dibangun dari variabel kualitas pelayanan melalui kepuasan mahasiswa.	Jurnal Manajemen Volume 9 Nomor 2 Tahun 2012
12	Yudiana Sari (2016) Pengaruh Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen pada PT. Pusri Palembang PPD Lampung.	Variabel X ₁ Kualitas Pelayanan, Variabel Y Kepuasan Pelanggan	Objek Penelitian, Alat Analisis yang berbeda	Hubungan antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan dalam meningkatkan volume penjualan adalah sangat kuat.	Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam Volume 1 Nomor 2 Tahun 2016 ISSN: 2527-5143
13	Melysa Elisabeth Pongoh (2013) Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu As Telkomsel Di Kota Manado.	Variabel X ₁ Kualitas Pelayanan, Variabel X ₃ Harga, dan Alat Analisis	Variabel X ₂ Kualitas Produk, Variabel Y Loyalitas Pelanggan, dan Objek Penelitian	Hasil analisis secara simultan menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan. Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan tetapi variabel harga tidak berpengaruh.	Jurnal Ekonomi dan Bisnis Volume 1 Nomor 4 Tahun 2013 ISSN: 2303-1174
14	Rendy Gulla, Sem George Oroh, Ferdy Roring (2015) Analisis Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan	Variabel X ₁ Harga, Variabel X ₃ Kualitas Pelayanan, Variabel Y Kepuasan Konsumen,	Variabel X ₂ Promosi, dan Objek Penelitian	Secara simultan harga, promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Secara parsial harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen	Jurnal Ekonomi dan Bisnis Volume 3 Nomor 1 Tahun 2015 ISSN: 2303-1174

	Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Manado Grace Inn	dan Alat Analisis		sementara variabel promosi berpengaruh namun tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.	
15	Hendra Fure (2013)	Variabel X_3 Harga, Variabel X_4 Kualitas Pelayanan, Alat Analisis	Variabel X_1 Lokasi, Variabel X_2 Keberagaman Produk, Variabel Y Minat Beli, Objek Penelitian	Lokasi, Keberagaman Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Minat Beli pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca	Jurnal Ekonomi dan Bisnis Volume 1 Nomor 3 Tahun 2013 ISSN: 2303-1174
	Nilam Dwi Cahyani (2018) Judul yang diteliti : Pengaruh Harga Jual dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen (Survey pada Perumahan Rancamaya Estate Kota Ciamis). Kata kunci : Harga Jual, Kepuasan Konsumen dan Kualitas Pelayanan.				

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian diatas, telah diidentifikasi beberapa permasalahan yang dihadapi, berikut adalah masalah-masalah tersebut.

1. Bagaimana Harga Jual, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen di Perumahan Rancamaya Estate
2. Bagaimana Pengaruh Harga Jual dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Perumahan Rancamaya Estate baik secara parsial maupun simultan

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan diadakannya penelitian ini adalah :

1. Harga Jual, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen di Perumahan Rancamaya Estate
2. Pengaruh Harga Jual dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Perumahan Rancamaya Estate baik secara parsial maupun simultan

1.4 Kegunaan Hasil Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat bagi pihak yang berkaitan, yaitu :

1. Aspek Keilmuan

Untuk memberikan kontribusi ilmiah tentang pentingnya pengaruh harga beli dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dan sebagai salah satu bahan sebagai informasi bagi yang membutuhkan.

2. Aspek Terapan Ilmu

- a. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat memberikan wawasan berpikir bagi penulis sehingga dapat menambah pengetahuan dan memperdalam pemahaman.

- b. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai suatu pegangan atas bahan informasi yang diperlukan dalam pengambilan kebijakan – kebijakan dan dapat digunakan sebagai bahan evaluasi dalam permasalahan yang sama di masa yang akan datang.

c. Bagi pihak lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan contoh bagi perusahaan lain dan bagi mahasiswa yang mengadakan penelitian terhadap permasalahan yang serupa di masa yang akan datang.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis mengambil lokasi di Perum Rancamaya Estate yang beralamat Jl. Raya Cikoneng No. 544 Sindangkasih Ciamis Jawa Barat.

2. Waktu Penelitian

Adapun waktu penelitian ini dilaksanakan mulai bulan Maret 2018 sampai dengan bulan September 2018.