

PENGARUH HARGA DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PERUMAHAN PONDOK PERMATA SUCI GRESIK

ELLAISDA ALFA SETIA DIATY

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi, dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Gresik

Kampus GKB, Jl. Sumatra 101 GKB 61121 Gresik Indonesia

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung harga dan fasilitas terhadap keputusan pembelian dan kepuasan konsumen pada perumahan Pondok Permata Suci Gresik. Data penelitian diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang membeli dan bertempat tinggal di PSS menggunakan teknik proportional sampling. Pengujian dilakukan dengan teknik analisis jalur (path). Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga dan fasilitas berpengaruh langsung terhadap keputusan pembelian, keputusan pembelian berpengaruh langsung terhadap kepuasan konsumen, harga dan fasilitas berpengaruh langsung terhadap kepuasan konsumen, serta harga dan fasilitas berpengaruh tidak langsung terhadap kepuasan konsumen melalui keputusan pembelian.

Kata kunci : Harga, Fasilitas, Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen

PENDAHULUAN

Sektor properti dan real estate merupakan sektor penting bagi kehidupan manusia. Semua kegiatan manusia berhubungan dengan sektor ini, terutama tempat tinggal. Secara keseluruhan, survei perkembangan properti komersial yang dilansir Bank Indonesia menunjukkan bahwa pada triwulan I sampai III terus mengalami pertumbuhan.

Pada triwulan I-2016, indeks permintaan properti komersial sebesar 127,26. Pada triwulan II-2016 indeks permintaan properti komersial sebesar 127,62 atau tumbuh sebesar 0,28% dari triwulan sebelumnya. Sedangkan pada triwulan III-2016 indeks permintaan properti komersial tercatat sebesar 128,20 atau tumbuh sebesar 0,48%, lebih tinggi 0,20% dari pertumbuhan triwulan sebelumnya. Secara rata-rata, pertumbuhan permintaan properti komersial di Surabaya selama tiga triwulan tertinggi yaitu sebesar 7,93%.

Dilansir dari <http://jawapos.com>; (2016) tren properti pilihan para konsumen di Gresik masih pada perumahan kelas menengah dengan konsep minimalis dengan fasilitas pendukung yang menunjang. Salah satu pengembang yang dapat menangkap peluang tersebut adalah PT Bumi Lingga Pertiwi. Pondok Permata Suci atau biasa dikenal dengan istilah PPS merupakan perumahan eksklusif dengan konsep 3K: Kenyamanan, Kelengkapan, dan Keamanan yang berlokasi strategis di desa Suci, kecamatan Manyar, Gresik. Pondok Permata Suci adalah kompleks perumahan terpadu yang dimulai pada tahun 2012 yang dilengkapi

dengan kawasan komersial berupa komplek pertokoan. Selain fasilitas komersial, kawasan ini juga dilengkapi dengan sarana pendidikan, kesehatan dan hiburan.

Grafik 1.1 Penjualan PT BLP 2013-2015

Sumber : PT Bumi Lingga Pertiwi, 2016

Berdasarkan data penjualan PT BLP di atas,



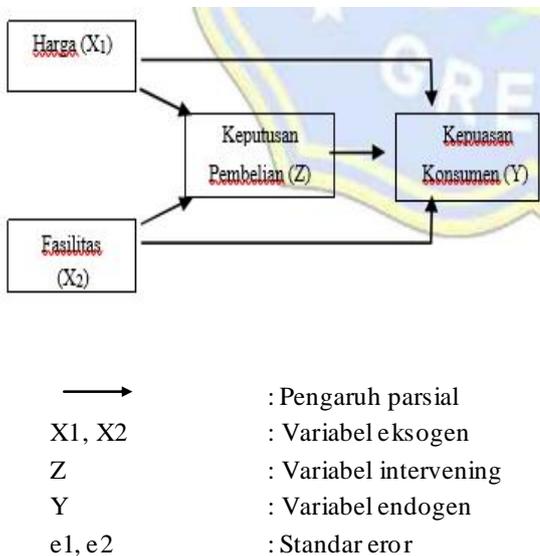
cenderung terjadi peningkatan penjualan properti dari tahun ke tahun. Pada tahun 2015 terjadi peningkatan signifikan lebih dari tiga kali lipat dibanding tahun sebelumnya. Pada tahun tersebut PT BLP sedang mengadakan launching cluster baru yaitu Permata Harmony dan Permata Rivera di kawasan Pondok Permata Suci. Cluster ini adalah hunian bertema modern minimalis dilengkapi dengan fasilitas pendukung yang cukup lengkap.

Cluster Permata Harmony dan Permata Rivera memiliki banyak pilihan produk dengan range harga murah hingga mahal. Pada saat itu penjualan rumah tipe kecil paling mendominasi dengan kisaran harga 180

juta sampai dengan 230 juta. Data tersebut menunjukkan adanya animo besar masyarakat terhadap rumah dengan harga kisaran 200 juta jika dibandingkan dengan penjualan properti dengan harga 400 juta ke atas yang penjualannya stagnan sepanjang tahun.

Dari latar belakang tersebut, maka Pentingnya faktor harga sebagai tolak ukur daya beli konsumen dan fasilitas sebagai sarana pendukung produk properti dalam pengambilan keputusan pembelian serta sejauh mana faktor tersebut memberikan kepuasan bagi pembelinya, maka penelitian ini akan berjudul “Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening pada Perumahan Pondok Permata Suci Gresik”.

Gambar 1.2 Rerangka Konseptual



Hipotesis Penelitian

Dari rumusan masalah sebelumnya, maka hipotesis penelitian berikut :

1. Diduga ada pengaruh langsung harga terhadap keputusan pembelian pada perumahan PPS Gresik.
2. Diduga ada pengaruh langsung Fasilitas terhadap pembelian pada Gresik.
3. Diduga ada pengaruh langsung Keputusan pembelian terhadap kepuasan konsumen perumahan PPS Gresik.
4. Diduga ada pengaruh langsung harga terhadap kepuasan perumahan PPS Gresik.
5. Diduga ada pengaruh langsung fasilitas terhadap konsumen pada Gresik.
6. Diduga ada pengaruh tidak langsung harga terhadap kepuasan konsumen melalui keputusan perumahan PPS Gresik.
7. Diduga ada pengaruh tidak langsung Fasilitas terhadap konsumen melalui

pembeli pada PPS Gresik.

METODE PENELITIAN

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang membeli dan tinggal di Perumahan Pondok Permata Suci (PPS) Gresik yang berjumlah 565 konsumen. Jumlah sampel minimal yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden yang diambil dengan teknik proportional sampling. Teknik pengambilan data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan angket (kuesioner).

Dalam menganalisis hasil penelitian yang dilakukan, peneliti menggunakan program analisis SPSS 15 for windows. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Harga (X1)

Harga merupakan variabel independen yang digunakan untuk mengukur daya beli konsumen terhadap perumahan PPS Gresik. Dalam penelitian ini akan menggunakan lima indikator yang mengacu pada pendapat Kotler (2008;345) untuk mencirikan harga, yaitu:

- a. Harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan.
- b. Keterjangkauan harga.
- c. Daya saing harga.
- d. Kesesuaian harga dengan manfaat produk
- e. Kesesuaian harga dengan kualitas produk.

2. Fasilitas (X2)

Berdasarkan pendapat Tambunan (2009) dalam Beny Rafika dkk (2015) mengenai dimensi fasilitas, maka data penelitian fasilitas akan berisi penilaian responden mengenai kelengkapan dan kondisi fasilitas, dengan indikator fasilitas perumahan adalah:

- a. Kelengkapan fasilitas rumah.
- b. Kelengkapan fasilitas umum.
- c. Kelengkapan fasilitas sosial.
- d. Kondisi fasilitas.
- e. Garansi Fasilitas.

3. Keputusan Pembelian (Z)

Keputusan pembelian dalam penelitian ini adalah sebagai variabel intervening. Data keputusan pembelian adalah berupa pernyataan responden mengenai kriteria dalam mengambil keputusan pembelian perumahan. Indikator keputusan pembelian yang mengacu pada pendapat Kotler dan Keller (2012;161) yang disesuaikan dengan objek penelitian adalah :

- a. Pemilihan produk.
- b. Pemilihan brand.
- c. Pemilihan penyalur.

- d. Metode pembayaran.
- e. Bentuk atau desain produk.

4. Kepuasan Konsumen (Y)

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen. Data yang akan diperoleh adalah pernyataan responden terhadap tingkat kepuasan yang diperoleh. Mengacu pada pendapat Kotler dan Keller (2009;140) yang disesuaikan dengan objek yang diteliti, maka indikator kepuasan konsumen adalah sebagai berikut :

- a. Minat pembelian ulang.
- b. Kesiediaan untuk merekomendasikan kepada orang lain.
- c. Perbandingan dengan produk lain.
- d. Kemampuan memenuhi harapan.
- e. Membeli produk lain dari perusahaan yang sama.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Cara menghitung validitas adalah dengan membandingkan r hitung dengan nilai r tabel. Jika r hitung > r tabel dan nilai positif maka pernyataan tersebut dinyatakan valid. Tabel r untuk N = 100 dan signifikansi 5% dengan rumus $df = (N-2)$ adalah 0,1966. Berdasarkan tabel, semua butir pernyataan r hitung > r tabel, dengan demikian semua butir pernyataan terbukti valid dan dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

Tabel 1.1 Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	r tabel	r hitung	Sig	Keterangan
Harga (X1)	X1.1	0,1966	0,463	0,000	Valid
	X1.2	0,1966	0,611	0,000	Valid
	X1.3	0,1966	0,422	0,000	Valid
	X1.4	0,1966	0,669	0,000	Valid
	X1.5	0,1966	0,689	0,000	Valid
Fasilitas (X2)	X2.1	0,1966	0,532	0,000	Valid
	X2.2	0,1966	0,574	0,000	Valid
	X2.3	0,1966	0,415	0,000	Valid
	X2.4	0,1966	0,514	0,000	Valid
	X2.5	0,1966	0,437	0,000	Valid
Keputusan Pembelian (Z)	Z1	0,1966	0,368	0,000	Valid
	Z2	0,1966	0,560	0,000	Valid
	Z3	0,1966	0,431	0,000	Valid
	Z4	0,1966	0,574	0,000	Valid
	Z5	0,1966	0,326	0,001	Valid
Kepuasan Konsumen (Y)	Y1	0,1966	0,749	0,000	Valid
	Y2	0,1966	0,605	0,000	Valid
	Y3	0,1966	0,689	0,000	Valid
	Y4	0,1966	0,799	0,000	Valid
	Y5	0,1966	0,556	0,000	Valid

Sumber : Data yang diolah, 2017

2. Uji Keabsahan

Suatu suatu konstruk dikatakan reliabel bila memberikan nilai Cronbach Alpha > 0,60 dan sebaliknya (Imam Ghozali, 2009;16).

Tabel 1.2 Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Alpha	Keterangan
Harga (X1)	0,712	Reliabel
Fasilitas (X2)	0,655	Reliabel
Keputusan Pembelian (Z)	0,608	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,769	Reliabel

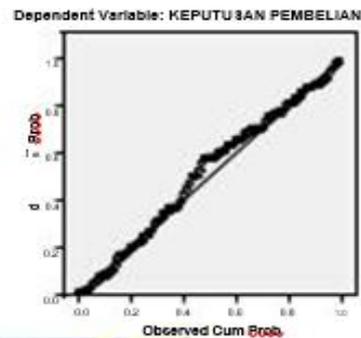
Sumber : Data yang diolah, 2017

Tabel menunjukkan nilai Alpha dari semua variabel lebih dari 0,60 yang berarti bahwa semua variabel penelitian reliabel sebagai alat ukur penelitian.

Uji Asumsi Klasik

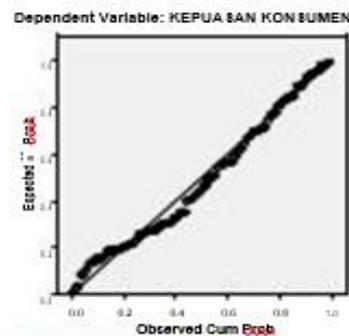
1. Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Uji Normalitas Persamaan 1
Sumber : Data yang diolah, 2017

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



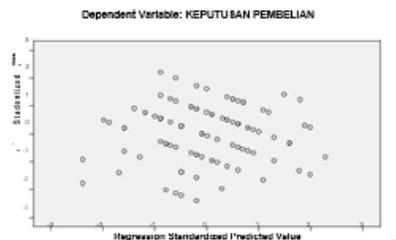
Uji Normalitas Persamaan 2
Sumber : Data yang diolah, 2017

Hasil pengujian persamaan pertama dan kedua menunjukkan bahwa titik-titik tersebar mengikuti garis diagonal, yang berarti model regresi kedua persamaan tersebut berdistribusi

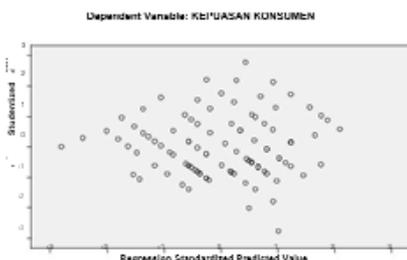
normal dan layak untuk digunakan dalam melakukan pengujian

2. Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar pada diagram scatterplot dapat dilihat titik-titik menyebar secara acak dan tidak ada pola yang jelas serta menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini menunjukkan bahwa pada persamaan pertama dan kedua tidak terjadi heteroskedastisitas sehingga layak untuk digunakan dalam melakukan pengujian.



Uji Heteroskedastisitas Persamaan 1
Sumber : Data yang diolah, 2017



Uji Heteroskedastisitas Persamaan 2
Sumber : Data yang diolah, 2017

3. Uji Multikolonieritas

Dari hasil pengolahan data diperoleh nilai tolerance dari variabel bebas adalah lebih besar dari 0,10 dan VIF (Varian Inflation Factor) lebih kecil dari 10, maka dapat disimpulkan pada persamaan pertama dan kedua tidak terjadi multikolonieritas.

4. Uji Autokorelasi

Berdasarkan gambar pengolahan data menunjukkan bahwa nilai DW berada diantara batas dU dan 4-dU sehingga dapat disimpulkan bahwa padapersamaan satu dan dua tidak terjadi autokorelasi

Analisis Jalur

Berdasarkan pengolahan data, maka diperoleh persamaan dalam penelitian ini adalah :

Persamaan struktural 1

$$Z = 0,411 X_1 + 0,225 X_2 + e_1$$

Persamaan struktural 2

$$Y = 0,226 X_1 + 0,326 X_2 + 0,441 Z + e_2$$

Untuk mengetahui pengaruh langsung variabel eksogen terhadap variabel endogen, maka bisa dengan melihat nilai koefisien dari persamaan tersebut. Untuk menghitung pengaruh tidak langsung harga (X1) terhadap kepuasan konsumen (Y) melalui keputusan pembelian (Z) adalah dengan mengalikan pengaruh X1 ke Z dengan Z ke Y yaitu : $0,411 \times 0,441 = 0,181251$. Jadi besarnya pengaruh tidak langsung harga (X1) terhadap kepuasan konsumen (Y) adalah sebesar 0,181251.

Untuk menghitung pengaruh tidak langsung fasilitas (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y) melalui keputusan pembelian (Z) adalah dengan mengalikan pengaruh X2 ke Z dengan Z ke Y yaitu : $0,255 \times 0,441 = 0,099225$. Jadi besarnya pengaruh tidak langsung harga (X1) terhadap kepuasan konsumen (Y) adalah sebesar 0,099225.

Uji t

Hasil uji t dalam penelitian ini adalah :

Tabel 1.3 Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	7,930	1,712		4,631	,000
Harga	,333	,075	,411	4,457	,000
Fasilitas	,246	,089	,255	2,772	,007

Sumber : Data yang diolah, 2017

Tabel 1.4 Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	-7,114	1,994		-3,568	,001
Harga	,263	,086	,226	3,045	,003
Fasilitas	,450	,097	,326	4,644	,000
Keputusan Pembelian	,635	,107	,441	5,933	,000

Sumber : Data yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel tersebut diketahui besarnya angka t hitung semua variabel t tabel (1,98498) dan nilai signifikansi sebesar kurang dari 0,05. Dengan nilai t hitung lebih besar t tabel dan signifikansi di bawah 0,05 tersebut menunjukkan bahwa fasilitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini berarti H0 ditolak dan H diterima.

Pembahasan

1. Harga Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya oleh Beny Rafika dkk (2015) dan Imam Suroso (2013) bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun berbeda dari dua penelitian sebelumnya, variabel harga pada penelitian sebelumnya tidak memberikan pengaruh dominan terhadap keputusan pembelian sedangkan pada penelitian ini harga memberikan pengaruh lebih besar dari pada fasilitas terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan analisa, variabel harga memberikan hasil lebih besar terhadap keputusan pembelian PPS karena strategi penentuan harga yang sesuai dengan kemampuan konsumen untuk membeli sehingga konsumen merasa tidak keberatan dengan harga tersebut. Hasil penelitian ini semakin memperkuat pendapat Lupiyoadi (2014:95) bahwa strategi penentuan harga sangat signifikan dalam pemberian nilai kepada konsumen dan mempengaruhi citra produk serta keputusan konsumen untuk membeli.

2. Fasilitas Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa fasilitas berpengaruh terhadap keputusan pembelian seperti pada hasil penelitian sebelumnya oleh Beny Rafika dkk (2015) dan Imam Suroso (2013). Hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat Raharjani; 2005 dalam Christea dan Andi; 115;2013, apabila perusahaan mempunyai fasilitas yang memadai sehingga dapat memudahkan konsumen dalam menggunakan produknya dan membuat nyaman konsumen dalam menggunakan produk tersebut maka akan dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian produk.

3. Keputusan Pembelian Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian Imam Suroso (2013) bahwa keputusan pembelian memberikan pengaruh langsung terhadap kepuasan konsumen. Sama dengan penelitian sebelumnya, keputusan pembelian juga memberikan pengaruh terbesar terhadap kepuasan konsumen dibanding variabel lain. Hal ini menjelaskan bahwa setelah membeli produk di PPS konsumen mengalami kepuasan dikarenakan konsumen merasa manfaat setelah membeli rumah telah memenuhi bahkan melebihi harapan konsumen saat awal membeli produk.

4. Harga Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen

Senada dengan Nguyen Minh Tuan (2012) dan Imam Suroso (2013), hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dari penelitian ini membuktikan bahwa harga yang memenuhi harapan konsumen adalah unsur utama untuk memberikan kepuasan kepada konsumen.

5. Fasilitas Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya oleh Nguyen Minh Tuan (2012) dimana fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dan fasilitas berpengaruh paling dominan terhadap kepuasan konsumen. Fasilitas di PPS baik berupa kelengkapan dan kondisi sarana maupun prasarana pendukung telah meningkatkan kepuasan pelanggan karena telah memberikan kemudahan, memenuhi kebutuhan dan kenyamanan bagi pengguna produk.

6. Harga Berpengaruh Tidak Langsung Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian

Penerapan strategi penetapan harga rumah di PPS tepat pada segmen pasar sasaran. Penerapan harga tersebut masih relevan dengan kemampuan konsumen untuk membeli sehingga konsumen tidak merasa keberatan meskipun harga yang ditawarkan cenderung lebih mahal. Konsumen akan cenderung membeli rumah berdasarkan kebutuhan dan kemampuannya membeli dengan mencari alternatif harga terbaik guna memperoleh kepuasan maksimal.

7. Fasilitas Berpengaruh Tidak Langsung Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian

Fasilitas perumahan PPS lebih lengkap dibandingkan perumahan lain telah menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen. Adanya fasilitas pendukung seperti pusat bisnis dan ekonomi, kesehatan, pendidikan dan fasilitas pendukung lain telah memberikan kemudahan serta kenyamanan konsumen sehingga konsumen merasa puas telah membeli rumah di PPS. Kecenderungan konsumen jika dihadapkan pada alternatif pilihan produk yang sempit maka konsumen akan melihat pada manfaat tambahan yang akan diperoleh dari setiap alternatif yang ada sebagai bahan pertimbangan untuk mengambil keputusan pembelian.

KESIMPULAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian ketujuh hipotesis yang telah diajukan dalam penelitian ini, maka dapat diambil kesimpulan yaitu :

1. Harga berpengaruh langsung terhadap keputusan pembelian pada perumahan PPS Gresik.
2. Fasilitas berpengaruh langsung terhadap keputusan pembelian pada perumahan PPS Gresik.
3. Keputusan pembelian konsumen berpengaruh langsung terhadap kepuasan konsumen perumahan PPS Gresik.
4. Harga berpengaruh langsung terhadap kepuasan konsumen pada perumahan PPS Gresik.
5. Fasilitas berpengaruh langsung terhadap kepuasan konsumen pada perumahan PPS Gresik.
6. Harga berpengaruh tidak langsung terhadap kepuasan konsumen melalui keputusan pembelian pada perumahan PPS Gresik.
7. Fasilitas berpengaruh tidak langsung terhadap kepuasan konsumen melalui keputusan pembelian pada perumahan PPS Gresik.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang merupakan implikasi dari hasil penelitian yang dilakukan mengenai pengaruh harga dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen melalui keputusan pembelian sebagai variabel intervening pada perumahan Pondok Permata Suci Gresik, rekomendasi yang dapat diberikan adalah sebagai berikut :

1. Rekomendasi kepada PT Bumi Lingga Pertiwi selaku pengembang PPS adalah fasilitas memberikan pengaruh lebih kecil terhadap keputusan dan kepuasan konsumen dibandingkan variabel harga. Khususnya pada masalah pemberian garansi fasilitas yang konsumen rasa masih belum diterapkan dengan maksimal. Direkomendasikan kepada PT BLP agar lebih teliti dan konsisten dalam hal kualitas produk sesuai dengan perjanjian jual beli dan jika terjadi keluhan masalah fasilitas harus lebih responsif dan meningkatkan kecepatan penanganan agar konsumen tidak merasa kecewa.
2. Direkomendasikan kepada PT BLP agar lebih memperhatikan masalah penetapan harga karena konsumen menilai daya saing harga di PPS paling rendah (skor terendah) dari atribut harga yang lain. Jika dibiarkan maka dikhawatirkan PT BLP akan kehilangan konsumen ditengah persaingan

bisnis properti Gresik yang semakin menggeliat.

3. Pada variabel keputusan pembelian, konsumen memberikan penilaian rendah terhadap atribut metode pembayaran dimana konsumen merasa terbatas pada pilihan metode tertentu. Direkomendasikan kepada PT BLP agar memberi lebih banyak alternatif pembayaran seperti memperbanyak kerjasama dengan berbagai perbankan maupun pemberian kredit jangka panjang sehingga konsumen akan lebih tertarik untuk membeli produk PT BLP.
4. Direkomendasikan kepada PT BLP agar meningkatkan image produk lain (selain rumah) di PPS karena konsumen menganggap bahwa properti selain rumah di PPS masih kurang menarik sehingga konsumen cenderung melirik produk properti pesaing.
5. Bagi peneliti selanjutnya, direkomendasikan untuk kembali menggunakan variabel fasilitas untuk objek perumahan agar meningkatkan nilai variabel fasilitas khususnya atribut garansi fasilitas yang mengacu pada pemberian fasilitas dan penerapan garansi fasilitas.

DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, Adib. 2006. *Problematika Penentuan Sampel dalam Penelitian Bidang Perumahan dan Pemukiman*. *Jurnal Teknik Aristekstur* Vol.34 No.2 Desember 2006. Bandung: ITB.
- Anonim. 2016. Juli 2016. *Berkembang Pesat, Ini Fakta Pergerakan Pasar Properti Gresik*. <http://lifull.co.id> diakses pada 10 Oktober 2016.
- Anonim. 2016. 12 Agustus 2016. *Rumah Minimalis Berimbang Paling Diburu di Gresik*. <http://jawapos.com> diakses pada 19 Oktober 2016.
- Anonim. 2016. 5 Oktober 2016. *Apartemen Mengengah-Bawah Lebih Dipilih Pengembang Properti*. <http://okezone.com> diakses pada 10 Oktober 2016.
- Dinas Kependudukan Gresik. 2013. *Kepadatan Penduduk Gresik* <http://bps.go.id/dispensdukgresik> diakses pada 1 Oktober 2016.
- Divisi Statistik Sektor Rill, Departemen Statistik Bank Indonesia. 2016. *Perkembangan Properti Komersial Triwulan I, II dan III tahun 2016*. <http://bi.go.id> diakses pada 30 November 2016.
- Frisdiantara, Christea dan Andi Nu

- Graha.2013.*Pengaruh Dimensi Pelayanan dan Dimensi Fasilitas Terhadap Kepuasan Mahasiswa pada Universitas Kanjuruhan Malang*. Modernisasi, Vol 9 No 2, Juni 2013.Malang.Univ Kanjuruhan Malang.
- Ghozali, Imam.2009. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*.Semarang.Undip.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong.2008.*Prinsip prinsipPemasaran Jilid 2 Edisi 12*.Jakarta.Erlangga.Kotler, Philip dan Lane
- Keller.2009.*ManajemenPemasaran Jilid 1 Edisi 13*. Jakarta.Erlangga.
- Laksana,Fajar.2008.*ManajemenPemasaran : Pendekatan Praktis Edisi 1*. Yogyakarta.Graha Ilmu.
- Misbahuddin dan Iqbal Hasan.2014.*Analisis DataPenelitian dengan Statistik Edisi 2, Cetakan ke 2*.Jakarta.Bu miAksara.
- Peraturan Menteri Dalam Negeri (PERMENDA GRI) No. 9 Tahun 2009 *tentang Pedoman PenyerahanPrasarana, Sarana, dan Utilitas Perumahan dan Permukiman di Daerah*.
- Pitoko, Ridwan Aji.2016.16 Juni 2016.*Pasa Properti IndonesiaBakal Booming Kedua Akhir 2016*.<http://kompas.com> diakses pada 10 Oktober 2016.
- Rafika, Beny, Retnowati Nova, danSutopo.2015.*Analisis PengaruhHarga, Lokasi dan Fasilitas Terhadap Pembelian Rumah di Surabaya (Studi Kasus Perumahan GriyaSutorejoAsri-Surabaya)*.Jurnal Manajemen Branch marck.Surabaya.UBS
- Satria, Disca Alif.2014.*Pengaruh harga, kualitas produk, citra merk daninovasi produk terhadap keputusan pembelian laptop merk asus pada mahasiswa – mahasiswi fakultas ekonomiuniversitas Muhammadiyah Gresik*.Gresik.UMG.
- Sugiyono.2015. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung.Alfabeta.
- Sujarweni, V.W iratna.2015.*MetodePenelitian Bisnis & Ekonomi*.Yogyakarta. PustakaBaru Press.
- Suroso, Imam.2013.*Pengaruh VariabelBauran Pemasaran Ritel (RetailMarketing Mix) TerhadapKeputusan Pembelian danKepuasan Konsumen pada Minimarket Indomart di Kota Probolinggo*.Jember.Unej.
- Suryani, Tatik.2008.*Perilaku Konsumen : Implikasi pada Strategi Pemasaran Edisi 1*.Yogyakarta.Graha Ilmu.
- Taufik.2016.9 Juni 2016.*Lahan Produktifdi Gresik Berkurang 10 hektare tiap tahun*.<http://surya.co.id>diakses pada 1 Oktober 2016.
- Tuan, Nguyen Minh (2012).*Effects of Service Quality and Price Fairnesson Student Satisfaction. International Journal of Business and Social Science* Vol 3 Nomor19, October 2012. Vietnam.IU university.
- Umar,Hussein.2010.*RisetPemasarandanPerilaku Konsumen, cetakan ke5*.Jakarta.PT Gramedia Pustaka Utara.Undang Undang No.1 Tahun 2011 *Tentang Perumahan dan Kawasan Pemukiman*