

ANALISIS KUALITAS PRODUK, DESAIN, DAN KARAKTERISTIK TERHADAP MINAT BELI RUMAH PADA PT SUMUT CITRA TIARA MEDAN

Ocdy Amelia

Universitas Pembangunan Panca Budi
Email: ocdyamelia@dosen.pancabudi.ac.id

ABSTRACT

This study aims to determine the extent of the influence of product quality, design, and characteristics on buying interest at PT Sumut Citra Tiara Medan either partially or simultaneously. The problem discussed in this study is whether it has a positive and significant effect on Product Quality, Design and Characteristics on Interest in Buying a Type 36 House at PT Sumut Citra Tiara Medan. The data used is primary data obtained directly through the distribution of questionnaires with a total of 171 customers respondents, documentation studies, library research, and observation. The author uses multiple linear regression analysis techniques with the help of SPSS 16.00 software to process the data first by conducting data tests, f tests, and hypothesis testing. The results of the analysis show the Adjusted R Square value of 7% by product quality, design and characteristics, while the rest is 93% is influenced by other variables not examined in this study.

Keywords: *Product Quality, Design, Characteristics, and Interest in Buying a House*

PENDAHULUAN

Perumahan merupakan salah satu kebutuhan dasar manusia, disamping pendidikan dan kesehatan. Namun, tingginya pertumbuhan jumlah penduduk di perkotaan yang berbanding lurus dengan peningkatan kebutuhan perumahan sehingga persediaan perumahan relatif kurang. Usaha pemerintah dalam memenuhi kebutuhan perumahan bagi masyarakat perkotaan dengan keadaan ekonomi menengah ke bawah terhadap perumahan adalah dikembangkannya program rumah sederhana type 36. Berdasarkan survei di Sumatera Utara, pengembangan perumahan sederhana type 36 menemui banyak permasalahan sehingga menyebabkan penghuni tidak puas. Salah satu masalah yang patut dicermati ini adalah penyediaan sarana dan prasarana yang tidak seimbang karena dampak sulitnya mencari areal permukiman. Berdasarkan kondisi tersebut maka pihak Pengembang perumahan kiranya perlu mengetahui dan melakukan suatu penelitian tentang faktor-faktor apa yang berpengaruh sehingga penghuni memperoleh kepuasan terhadap rumah sederhana type 36.

Pertumbuhan penduduk kota Medan yang semakin meningkat sebesar 2,05% pada tahun 2015 mendorong pertumbuhan pembangunan perumahan di Kota Medan baik rumah tipe sederhana type 36, menengah hingga mewah, yang dapat dilihat dari meningkatnya jumlah pengembang yang ada di Sumatera Utara yang berjumlah lebih dari 45 pengembang. Data dari Dinas Tata Kota dan Pemukiman Kota Medan

menunjukkan bahwa prosentase realisasi penyediaan perumahan di Kota Medan pada tahun 2015 sebanyak 5372 unit (89,33%). PT Citra Tiara Sumut merupakan salah satu dari sekian banyak pengembang (developer) perumahan yang menyediakan rumah sederhana type 36, yaitu Perumahan Sukamaju Indah. Perumahan ini berlokasi di Kelurahan Sukamaju, Kecamatan Sunggal, Deli serdang. Namun, banyak fenomena yang terjadi dari pembangunan perumahan ini diantaranya presentase pencapaian realisasi rumah sederhana mengalami penurunan, dimana pencapaian tertinggi sebesar 78,40% pada tahun 2018 dan pencapaian terendah pada tahun 2015 sebesar 63,53%. Hal ini mengindikasikan bahwa permintaan rumah sederhana di perumahan Sukamaju mengalami penurunan yang dapat dibuktikan pada tahun 2015 mencapai penurunan sebesar 9,51%. Selain itu juga harga rumah sederhana Type 36 yang pada tahun 2015 mengalami prosentase tertinggi sebesar 31,8%, yang mengindikasikan bahwa harga rumah di Perumahan Sukamaju Indah semakin lama semakin mahal, dimana pendapatan konsumen perumahan masih tergolong rendah. Lokasi yang nyaman dan tenang namun jalan belum begitu baik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menemukan bukti empiris pengaruh Kualitas, disain rumah, dan type rumah 36, terhadap permintaan rumah sederhana di perumahan Sukamaju Indah.

Minat konsumen untuk membeli dan memilih type rumah timbul dari adanya rasa puas terhadap produk yang dianggap berkualitas dan cenderung akan memberikan referensi yang baik terhadap produk kepada orang lain. Persepsi positif yang ditandai dengan kepuasan konsumen pada dasarnya sangat tergantung pada mutu suatu produk. Produk bisa berarti barang atau jasa. Adapun aspek dari kualitas ini bisa diukur, dimana pengukuran tingkat kepuasan erat hubungannya dengan kualitas produk (barang atau jasa) (Solomon, 2003:7).

LANDASAN TEORI

Desain

Menurut Etimologinya Desain berasal dari bahasa Inggris "*Design*" yang artinya rancangan, rencana atau reka rupa. Dari kata *Design* timbullah kata desain yang artinya mencipta, memikir atau merancang. Desain memiliki arti sebagai rancangan yang adalah susunan dari garis, bentuk, ukuran, warna dan juga nilai (value) dan benda yang dibuat menurut prinsip-prinsip desain "kata benda". Desain bisa diartikan suatu proses merencanakan bentuk yang bertujuan agar benda yang dirancang, memiliki fungsi atau berguna dan juga memiliki nilai keindahan.

Pengertian lain dari desain adalah sebuah sistem yang berlaku untuk seluruh jenis perancangan dimana titik beratnya dilaksanakan dengan melihat segala sesuatu persoalan dengan tidak terpisah atau sendiri, tetapi sebagai suatu kesatuan yang mana satu masalah dengan lainnya saling terhubung. Pada sisi lain, desain juga mempunyai arti sebagai perencanaan dalam membuat suatu objek, sistem, komponen atau struktur.

Karakteristik, Kualitas dari Produk

Menurut Kotler dan Amstrong (2008) kualitas adalah karakteristik dari produk dalam kemampuan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan dan bersifat laten. Sedangkan menurut Garvin dan A. Dale Timpe

(1990,dalam Alma, 2011) kualitas adalah keunggulan yang dimiliki oleh produk tersebut.

Menurut Kotler (2009), kualitas didefinisikan sebagai keseluruhan ciri serta sifat barang dan jasa yang berpengaruh pada kemampuan memenuhi kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat. Sedangkan menurut Tjiptono (2008), kualitas merupakan perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi prasyarat kebutuhan pelanggan atau menilai sampai seberapa jauh sifat dan karakteristik itu memenuhi kebutuhannya.

Berdasarkan definisi-definisi diatas, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas merupakan suatu produk dan jasa yang melalui beberapa tahapan proses dengan memperhitungkan nilai suatu produk dan jasa tanpa adanya kekurangan sedikitpun nilai suatu produk dan jasa, dan menghasilkan produk dan jasa sesuai harapan tinggi dari pelanggan. (Amelia, 2016, Skripsi Analisis Kualitas, Desain dan Karakteristik terhadap Produk Jasa pada Bank BRI Medan)

Untuk mencapai kualitas produk yang diinginkan maka diperlukan suatu standarisasi kualitas. Cara ini dimaksudkan untuk menjaga agar produk yang dihasilkan memenuhi standar yang telah ditetapkan sehingga konsumen tidak akan kehilangan kepercayaan terhadap produk yang bersangkutan. Pemasar yang tidak memperhatikan kualitas produk yang ditawarkan akan menanggung tidak loyalnya konsumen sehingga penjualan produknya pun akan cenderung menurun. Jika pemasar memperhatikan kualitas, bahkan diperkuat dengan periklanan dan harga yang wajar maka konsumen tidak akan berpikir panjang untuk melakukan pembelian terhadap produk(Kotler dan Armstrong,2008).

Menurut Kotler and Armstrong (2008) arti dari kualitas produk adalah “*the ability of a product to perform its functions, it includes the product’s overall durability, reliability, precision, ease of operation and repair, and other valued attributes*” yang artinya kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan *durabilitas, reliabilitas*, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk adalah keseluruhan barang dan jasa yang berkaitan dengan keinginan konsumen yang secara keunggulan produk sudah layak diperjualkan sesuai harapan dari pelanggan.

Kualitas produk dibentuk oleh beberapa indikator antara lain kemudahan penggunaan, daya tahan, kejelasan fungsi, keragaman ukuran produk, dan lain-lain (Zeithalm,1988 dalam Kotler,2009).

Konsumen senantiasa melakukan penilaian terhadap kinerja suatu produk, hal ini dapat dilihat dari kemampuan produk menciptakan kualitas produk dengan segala spesifikasinya sehingga dapat menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian terhadap produk tersebut.Berdasarkan bahasan di atas dapat dikatakan bahwa kualitas yang diberikan suatu produk dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap produk yang ditawarkan.

METODE

Penelitian ini menggunakan rancangan deskriptif kualitatif yaitu penelitian yang dilakukan untuk memperoleh gambaran dengan cara mengumpulkan data,

mencari fakta, dan kemudian menjelaskan dan menganalisa data yaitu dengan cara penyusunan dan pengumpulan data, selanjutnya diinterpretasikan berdasarkan landasan teori yang ada. Variabel dalam penelitian ini adalah Kualitas Produk (X₁), Disain (X₂), Karakteristik (X₃) dan Minat Beli Rumah (Y). Berikut adalah definisi operasional variabel dalam penelitian ini:

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel

NO	Variabel	Devinisi Operasional	Indikator	Skala
1	Kualitas Produk rumah (X ₁)	Kualitas produk dibentuk oleh beberapa indikator antara lain kemudahan penggunaan, daya tahan, kejelasan fungsi, keragaman ukuran produk, dan lain-lain (Zeithalm, 1988 dalam Kotler, 2009).	a. Kinerja Produk (<i>performance</i>) b. Fitur (<i>features</i>) c. Kemampuan layanan (<i>service ability</i>) d. Citra produk (<i>image</i>)	Likert
2	Desain Produk rumah (X ₂)	Menurut Kotler dan Armstrong (2004:348) cara lain untuk menambah nilai konsumen adalah melalui desain atau rancangan produk yang berbeda dari yang lain.	a. Ciri-ciri b. Mutu c. Kesesuaian d. Tahan Lama (Durability) e. Tahan Uji (Reabilitas)	Likert
3	Karakteristik (X ₃)	Menurut pendapat Kotler (2007:42) mengatakan bahwa jasa adalah: “Setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain dan pada dasarnya tidak berwujud, serta tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu.	a. Tidak berwujud (<i>intangibility</i>) b. Tidak dapat dipisahkan (<i>inseparability</i>) c. Keragaman (<i>variability</i>) d. Tidak tahan lama (<i>perishability</i>)	
3	Minat Beli Rumah tipe 36 (Y)	Menurut Kotler (2000:207), bahwa dalam tahap evaluasi proses keputusan pembelian, konsumen membentuk kesukaan/ minat atas merek-merek dalam sekumpulan pilihan-pilihan. Konsumen juga mungkin membentuk minat untuk membeli produk yang paling disukai.	a. Kualitas Produk b. Desain Produk c. Karakteristik Produk d. Brand Produk	Likert

Rusiadi (2013:35) mengemukakan “Populasi merupakan jumlah keseluruhan objek yang diteliti”. Dalam hal ini populasi adalah seluruh data penghuni perumahan Sukamaju Indah PT. Sumut Citra Tiara Medan. Menurut Sugiyono

(2008:73) : “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Cara pengambilan sampel dengan menggunakan *non probability sampling*. Penarikan sampel dilakukan berdasarkan data yang tinggal di perumahan Sukamaju Indah PT. Sumut Citra Tiara Medan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini terdiri dari 3 (tiga) variabel, dengan 3 (tiga) variabel bebas yaitu kualitas, desain dan karakteristik serta 1 (satu) variabel terikat yaitu minat beli rumah. Dalam penyebaran angket, masing-masing variabel diwujudkan menjadi 4 butir pernyataan yang harus di isi oleh responden yang berjumlah 171 orang. Jawaban kuesioner disediakan dalam 5 alternatif jawaban, yaitu :

1. Sangat Setuju (SS) dengan skor 5.
2. Setuju (S) dengan skor 4.
3. Kurang Setuju (KS) dengan skor 3.
4. Tidak Setuju (TS) dengan skor 2.
5. Sangat Tidak Setuju (STS) dengan skor 1.

Tabel 2. Pernyataan 1 : Anda merasa bahwa produk rumah type 36 yang dikeluarkan oleh PT. SUMUT CITRA TIARA Medan memuaskan

Butir 1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak setuju	1	.6	.6	.6
	kurang setuju	14	8.2	8.2	8.8
	setuju	91	53.2	53.2	62.0
	sangat setuju	65	38.0	38.0	100.0
	Total	171	100.0	100.0	

Berdasarkan Tabel diketahui bahwa kualitas produk sudah memenuhi standar yang diinginkan dilihat dari hasil jawaban responden yang menyatakan kurang setuju 14 orang (8,2%), setuju 91 orang (53,2%), sangat setuju 65 orang (38%). Dari jawaban responden paling banyak adalah yang menyatakan setuju 65 orang (38%). Jadi dapat disimpulkan bahwa responden setuju produk rumah type 36 yang dikeluarkan PT Sumut Citra Tiara Medan memuaskan.

Tabel 3. Anda mampu mengenal produk rumah type 36 yang dikeluarkan PT Sumut Citra Tiara Medan

Butir 2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	kurang setuju	12	7.0	7.0	7.0
	setuju	111	64.9	64.9	71.9
	sangat setuju	48	28.1	28.1	100.0
	Total	171	100.0	100.0	

Berdasarkan Tabel diketahui bahwa kualitas produk sudah sesuai standar yang diinginkan dilihat dari hasil jawaban responden yang menyatakan kurang setuju 12 orang (7%), sangat setuju 48 orang(28,1%), setuju 111 orang(64,9%). Dari jawaban responden paling banyak adalah yang menyatakan setuju 111 orang(64,9%). Jadi dapat disimpulkan bahwa responden setuju dapat mengenal produk PT Sumut Citra Tiara Medan rumah type 36.

Tabel 4. Pernyataan 3 : Anda selalu merasa produk type 36 memiliki ciri khas sendiri dibanding produk lain

Butir 3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak setuju	3	1.8	1.8	1.8
	kurang setuju	19	11.1	11.1	12.9
	setuju	90	52.6	52.6	65.5
	sangat setuju	59	34.5	34.5	100.0
	Total	171	100.0	100.0	

Berdasarkan Tabel diketahui bahwa kualitas produk sudah sesuai standar yang diinginkan dilihat dari hasil jawaban responden yang menyatakan kurang setuju 19 orang (11,1%), setuju 90 orang(52,6%), sangat setuju 59 orang(34,5%). Dari jawaban responden paling banyak adalah yang menyatakan setuju 90 orang(52,6%). Jadi dapat disimpulkan bahwa responden setuju PT Sumut Citra Tiara Medan memiliki ciri khas dibanding produk lain.

Tabel 5. Pernyataan 4 : Anda merasa PT Sumut Citra Tiara Meda memberikan pelayanan yang baik

Butir 4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	1	.6	.6	.6
kurang setuju	28	16.4	16.4	17.0
setuju	85	49.7	49.7	66.7
sangat setuju	57	33.3	33.3	100.0
Total	171	100.0	100.0	

Berdasarkan Tabel diketahui bahwa kualitas produk sudah sesuai standar yang diinginkan dilihat dari hasil jawaban responden yang menyatakan kurang setuju 28 orang (16,4%), setuju 85 orang(49,7%), sangat setuju 57 orang(33,3%). Dari jawaban responden paling banyak adalah yang menyatakan setuju 85 orang (49,7%). Jadi dapat disimpulkan bahwa responden setuju PT Sumut Citra Tiara Medan memberikan pelayanan yang baik.

Data Variabel X₂ (Desain)

Desain produk diukur dengan menggunakan 4 (empat) indikator dan diwujudkan menjadi 4 butir pernyataan. Berdasarkan perhitungan persentase skor jawaban responden diperoleh hasil seperti tampak dalam tabel berikut ini :

Tabel 6. Pernyataan 1 : Anda mampu membedakan produk rumah type 36 yang dikeluarkan oleh PT Sumut Citra Tiara Medan dengan produk lain

butir 1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	3	1.8	1.8	1.8
kurang setuju	23	13.5	13.5	15.2
setuju	80	46.8	46.8	62.0
sangat setuju	65	38.0	38.0	100.0
Total	171	100.0	100.0	

Berdasarkan Tabel diketahui bahwa desain produk sudah sesuai standar yang diinginkan dilihat dari hasil jawaban responden yang menyatakan kurang setuju 23 orang (13,5%), setuju 80 orang(46,8%), sangat setuju 65 orang(38%). Dari jawaban

responden paling banyak adalah yang menyatakan setuju 80 orang(46,8%). Jadi dapat disimpulkan bahwa responden setuju untuk dapat membedakan produk rumah type 36 yang dikeluarkan oleh PT Sumut Citra Tiara Medan dengan produk lain.

Tabel 7. Pernyataan 2 : Rumah Type 36 mempunyai kualitas yang sangat baik dibandingkan dengan produk lain

Butir 2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	6	3.5	3.5	3.5
kurang setuju	18	10.5	10.5	14.0
setuju	81	47.4	47.4	61.4
sangat setuju	66	38.6	38.6	100.0
Total	171	100.0	100.0	

Berdasarkan Tabel diketahui bahwa desain produk sudah sesuai standar yang diinginkan dilihat dari hasil jawaban responden yang menyatakan kurang setuju 18 orang (10,5%),setuju 81 orang(47,4%), sangat setuju 66 orang(38,6%). Dari jawaban responden paling banyak adalah yang menyatakan setuju 81 orang(47,4%). Jadi dapat disimpulkan bahwa responden setuju rumah type 36 mempunyai kualitas yang sangat baik dibandingkan produk lain menurut para responden.

Tabel 8. Pernyataan 3: Jika Anda mendengar PT Sumut Citra Tiara Medan, ingatan Anda selalu tertuju pada produk perumahan type 36

Butir 3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	1	.6	.6	.6
kurang setuju	28	16.4	16.4	17.0
setuju	71	41.5	41.5	58.5
sangat setuju	71	41.5	41.5	100.0
Total	171	100.0	100.0	

Berdasarkan Tabel diketahui bahwa desain produk sudah sesuai standar yang diinginkan dilihat dari hasil jawaban responden yang menyatakan kurang setuju 28 orang (16,4%), setuju 71 orang(41,5%), sangat setuju 71 orang(41,5%). Dari jawaban responden paling banyak adalah yang menyatakan setuju dan sangat setuju dengan perolehan masing-masing 71 orang(41,5%). Jadi dapat disimpulkan bahwa responden

setuju dan sangat setuju jika mendengar PT Sumut Citra Tiara Medan, ingatan tertuju pada produk perumahan type 36.

Tabel 9. Pernyataan 4 : Keunikan produk PT Sumut Citra Tiara Medan dapat bersaing dengan produk lain

Butir 4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid kurang setuju	17	9.9	9.9	9.9
setuju	87	50.9	50.9	60.8
sangat setuju	67	39.2	39.2	100.0
Total	171	100.0	100.0	

Berdasarkan Tabel diketahui bahwa desain produk sudah sesuai standar yang diinginkan dilihat dari hasil jawaban responden yang menyatakan kurang setuju 17 orang (9,9%), setuju 87 orang (50,9%), sangat setuju 67 orang (39,2%). Dari jawaban responden paling banyak adalah yang menyatakan setuju 87 orang (50,9%). Jadi dapat disimpulkan bahwa responden setuju PT Sumut Citra Tiara Medan dapat bersaing dengan produk lain.

Data Variabel X₃ (Karakteristik)

Karakteristik Produk diukur dengan menggunakan 4 (empat) indikator dan diwujudkan menjadi 4 butir pernyataan. Berdasarkan perhitungan persentase skor jawaban responden diperoleh hasil seperti tampak dalam tabel berikut ini :

Tabel 10. Pernyataan 1 : Anda dapat merasakan kepuasan produk PT Sumut Citra Tiara Medan selama tinggal di rumah type 36

Butir 1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak setuju	2	1.2	1.2	1.2
tidak setuju	4	2.3	2.3	3.5
kurang setuju	25	14.6	14.6	18.1
setuju	78	45.6	45.6	63.7
sangat setuju	62	36.3	36.3	100.0
Total	171	100.0	100.0	

Berdasarkan Tabel diketahui bahwa karakteristik produk sudah sesuai standar yang diinginkan dilihat dari hasil jawaban responden yang menyatakan kurang setuju 25 orang (14,6%), setuju 78 orang(45,6%), sangat setuju 62 orang (36,3%). Dari jawaban responden paling banyak adalah yang menyatakan setuju 78 orang(45,6%). Jadi dapat disimpulkan bahwa responden setuju merasakan kepuasan selama tinggal di rumah type 36 pada PT Sumut Citra Tiara Medan.

Tabel 11. Pernyataan 2 : Rumah type 36 merupakan suatu produk yang tak terpisahkan oleh PT Sumut Citra Tiara Medan

Butir 2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	14	8.2	8.2	8.2
kurang setuju	21	12.3	12.3	20.5
setuju	100	58.5	58.5	78.9
sangat setuju	36	21.1	21.1	100.0
Total	171	100.0	100.0	

Berdasarkan Tabel diketahui bahwa karakteristik produk belum sesuai standar yang diinginkan dilihat dari hasil jawaban responden yang menyatakan kurang setuju 21 orang (12,3%), sangat setuju 36 orang(21,2%), setuju 100 orang (58,5%). Dari jawaban responden paling banyak adalah yang menyatakan setuju 100 orang (58,5%)Jadi dapat disimpulkan bahwa responden setuju bahwa rumah type 36 tak terpisahkan dari PT Sumut Citra Tiara Medan.

Tabel 12. Pernyataan 3 : PT Sumut Citra Tiara Medan memiliki produk yang sangat beragam

Butir 3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	8	4.7	4.7	4.7
kurang setuju	33	19.3	19.3	24.0
setuju	93	54.4	54.4	78.4
sangat setuju	37	21.6	21.6	100.0
Total	171	100.0	100.0	

Berdasarkan Tabel diketahui bahwa karakteristik produk belum sesuai standar yang diinginkan dilihat dari hasil jawaban responden yang menyatakan kurang setuju

33 orang (19,3%), setuju 93 orang(54,4%), sangat setuju 37 orang (21,6%). Dari jawaban responden paling banyak adalah yang menyatakan setuju 93 orang(54,4%),dapat disimpulkan bahwa responden setuju bahwa PT Sumut Citra Tiara Medan memiliki produk yang sangat beragam.

Tabel 13 Pernyataan 4 : karakteristik produk sudah sesuai standar yang diinginkan

Butir 4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	7	4.1	4.1	4.1
kurang setuju	37	21.6	21.6	25.7
setuju	85	49.7	49.7	75.4
sangat setuju	42	24.6	24.6	100.0
Total	171	100.0	100.0	

Berdasarkan Tabel diketahui bahwa karakteristik produk sudah sesuai standar yang diinginkan dilihat dari hasil jawaban responden yang menyatakan kurang setuju 37 orang (21,6%), setuju 85 orang(49,7%), sangat setuju 42 orang(24,6%). Dari jawaban responden paling banyak adalah yang menyatakan setuju 85 orang(49,7%). Jadi dapat disimpulkan bahwa responden setuju jika produk rumah type 36 memberikan kesan yang baik.

Data Variabel Y (Minat Beli)

Minat belidiukur dengan menggunakan 4 (empat) indikator dan diwujudkan menjadi 4 butir pernyataan. Berdasarkan perhitungan persentase skor jawaban responden diperoleh hasil seperti tampak dalam tabel berikut ini :

Tabel 14 Pernyataan 1 : Anda dapat merasakan kelebihan dari rumah type 36 yang dikeluarkan PT Sumut Citra Tiara Medan

Butir 1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak setuju	2	1.2	1.2	1.2
tidak setuju	5	2.9	2.9	4.1
kurang setuju	32	18.7	18.7	22.8
setuju	70	40.9	40.9	63.7
sangat setuju	62	36.3	36.3	100.0
Total	171	100.0	100.0	

Berdasarkan Tabel diketahui bahwa karakteristik produk sudah sesuai standar yang diinginkan dilihat dari hasil jawaban responden yang menyatakan kurang setuju

32 orang (18,7%), setuju 70 orang(40,9%), sangat setuju 62 orang(36,3%). Dari jawaban responden paling banyak adalah yang menyatakan tidak setuju sebanyak 70 orang (40,9%). Jadi dapat disimpulkan bahwa responden setuju jika produk rumah type 36 yang dikeluarkan PT Sumut Citra Tiara Medan memiliki kelebihan.

Tabel 15. Pernyataan 2 : Anda merasa puas dengan desain ruamh type 36 pada PT Sumut Citra Tiara Medan

Butir 2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	23	13.5	13.5	13.5
kurang setuju	32	18.7	18.7	32.2
setuju	63	36.8	36.8	69.0
sangat setuju	53	31.0	31.0	100.0
Total	171	100.0	100.0	

Berdasarkan Tabel diketahui bahwa kualitas produk belum sesuai standar yang diinginkan dilihat dari hasil jawaban responden yang menyatakan kurang setuju 32 orang (18,7%), sangat setuju 53 orang(31%), setuju 63 orang(36,8%). Dari jawaban responden paling banyak adalah yang menyatakan 63 orang(36,8%). Jadi dapat disimpulkan bahwa responden setuju jika puas dengan desain produk rumah type 36.

Tabel 16 Pernyataan 3 : Anda dapat mengetahui macam-macam produk PT Sumut Citra Tiara Medan

Butir 3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	6	3.5	3.5	3.5
kurang setuju	44	25.7	25.7	29.2
setuju	75	43.9	43.9	73.1
sangat setuju	46	26.9	26.9	100.0
Total	171	100.0	100.0	

Berdasarkan Tabel diketahui bahwa kualitas produk sudah sesuai standar yang diinginkan dilihat dari hasil jawaban responden yang menyatakan kurang setuju 44 orang (25,7%), setuju 75 orang(43,9%), sangat setuju 46 orang(26,9%). Dari jawaban responden paling banyak adalah yang menyatakan setuju 75orang(43,9%). Jadi dapat disimpulkan bahwa respondensetuju dapat mengetahui berbagai produkPT Sumut Citra Tiara Medan.

Tabel 17 Pernyataan 4 : Anda sangat tertarik dengan rumah type 36 yang dikeluarkan PT Sumut Citra Tiara Medan
Butir 4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	9	5.3	5.3	5.3
kurang setuju	35	20.5	20.5	25.7
setuju	71	41.5	41.5	67.3
sangat setuju	56	32.7	32.7	100.0
Total	171	100.0	100.0	

Berdasarkan Tabel diketahui bahwa kualitas produk belum sesuai standar yang diinginkan dilihat dari hasil jawaban responden yang menyatakan kurang setuju 35 orang (20,5%), setuju 71 orang(41,5%), sangat setuju 56 orang(32,7%). Dari jawaban responden paling banyak adalah yang menyatakan setuju 71 orang(41,5%). Jadi dapat disimpulkan bahwa respondensetuju tertarik dengan rumah type 36 yang dikeluarkan PT Sumut Citra Tiara Medan.

PENUTUP

Berdasarkan analisis data dan pembahasan hasil penelitian, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat beli rumah type 36

Dari hasil perhitungan regresi, maka diperoleh nilai koefisien regresi untuk kualitas produk dengan hasil $0,057 < 1,661$ dan probabilitas signifikannya $0,580 > 0,05$ disimpulkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli rumah type 36 pada PT Sumut Citra Tiara Medan.

2. Pengaruh Desain Produk terhadap Produk Minat beli rumah type 36

Dari hasil perhitungan regresi, maka diperoleh nilai koefisien regresi untuk kualitas produk dengan hasil $0,171 < 1,661$ dan probabilitas signifikannya $0,000 < 0,753$, disimpulkan bahwa desain produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli rumah type 36 pada PT Sumut Citra Tiara Medan.

3. Pengaruh Karakteristik Produk terhadap Minat beli rumah type 36.

Dari hasil perhitungan regresi, maka diperoleh nilai koefisien regresi untuk kualitas produk dengan hasil $0,030 < 1,661$ dan probabilitas signifikannya $0,732 > 0,05$ disimpulkan bahwa karakteristik produk berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli rumah type 36.

4. Pengaruh Kualitas, Desain, Karakteristik terhadap Produk Jasa BriTama

Dalam regresi linier berganda uji determinasi lebih tepat dengan menggunakan nilai pada kolom *Adjusted R Square* sebesar 0,007. Untuk melihat besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dengan cara menghitung koefisien determinasi = $R^2 \times 100\%$ sehingga koefisien determinasinya sebesar 7%. Artinya minat beli rumah type 36 mampu dijelaskan sebesar 7% oleh kualitas produk, desain dan karakteristik, sedangkan sisanya sebesar 93% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Adapun saran-saran yang dapat diberikan melalui hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Rumah pada PT Sumut Citra Tiara Medan sudah cukup baik, tetapi harus lebih diperhatikan lagi terutama mengenai masalah karakteristik produk agar dapat lebih bersaing diantara para pebisnis bagian property lainnya.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat meneliti kembali variabel kualitas produk, desain, dan karakteristik maupun variabel-variabel lain diluar variabel ini agar memperoleh hasil yang lebih bervariasi yang dapat menggambarkan hal-hal apa saja yang dapat berpengaruh terhadap produk jasa dan lebih teliti lagi dalam membuat kuesioner agar butir pertanyaan yang dibuat dapat dikatakan valid dan reliabel.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2002. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfa Beta
- Durianto, Darmadi. Sugiarto dan Sitinjak, Tony. 2001. *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ferdinand, Augusty. 2002. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jilid II. Edisi Kesebelas. Alih Bahasa Benyamin Molan. Jakarta. : Indeks
- Kotler, Philip dan Gary, Armstrong. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Alih Bahasa Imam Nurmawan Jakarta : Erlangga.
- Lamb, Hair, dan McDaniel. 2001. *Pemasaran*. Buku1. Penerjemah David Octarevia. Jakarta : Penerbit Salemba Empat.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Pemasaran Jasa*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Mc Carthy dan Perrefault, 2003. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Alih Bahasa Agus Dharma. Jakarta: Erlangga.
- Orville C. Walker, Boyd. Harper W, Larreche, Jean Claude. 2005. *Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global*. Jakarta: Erlangga.
- Saladin, Djaslim. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat
- Stanton J, William. 2000. *Prinsip Pemasaran*. Jilid I. Jakarta: Erlangga.
- Sunarto. 2004. *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: UST Press.
- Swastha, Basu DH. 2006. *Manajemen Penjualan* Yogyakarta: Penerbit BPFE.
- Tjiptono, Fandy. 2001. *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua. Cetakan Keenam. Yogyakarta: Penerbit. Andy.
- Tjiptono, Fandy dan Diana, Anastasia. 2005. *Total Quality Manajemen*. Yogyakarta : Andi.
- Yamit, Zulian. 2001. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Yogyakarta : Ekonisia.