

LAMPIRAN 1

KUESIONER

PENGARUH BAURAN PEMASARAN (*MARKETING MIX*) TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PERUMAHAN SUBSIDI IRONWOOD

Demi tercapainya penelitian ini, maka peneliti mohon kesediaan dari Bapak/Ibu/Saudara untuk membantu mengisi angket atau kuesioner dari pernyataan yang telah disediakan. Penyusunan skripsi ini dibuat untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan Pendidikan Sarjana Manajemen (S.M) di Universitas Quality dan diperlukan data informasi yang mendukung kelancaran penelitian ini.

Untuk itu diharapkan kepada responden dapat memberikan jawaban dengan jujur demi membantu penelitian ini. Atas kesediaannya peneliti mengucapkan terimakasih, semoga penelitian ini bermanfaat bagi kita semua.

I. DATA UMUM RESPONDEN

Berilah tanda checklist (\surd).

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan
3. Usia :
4. Pekerjaan :
5. Email :

II. PETUNJUK PENGISIAN

Berilah tanda checklist (\surd) pada kolom yang Anda anggap sesuai. Setiap responden hanya diperbolehkan memilih satu jawaban.

Keterangan :

Nilai 1 = Sangat Tidak Puas (STP)

Nilai 2 = Tidak Puas (TP)

Nilai 3 = Kurang Puas (KP)

Nilai 4 = Puas (P)

Nilai 5 = Sangat Puas (SP)

III. PERNYATAAN

Berilah tanda checklist (\checkmark) pada kolom jawaban yang Anda anggap sesuai pada pernyataan tersebut.

Tabel Pernyataan Variabel X

NO	Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>) (X)	SKALA LIKERT				
		1	2	3	4	5
1	Kualitas bangunan rumah di Perumahan Subsidi Ironwood tinggi dan sesuai dengan standar subsidi pemerintah					
2	Variasi tipe rumah yang ditawarkan cukup fleksibel untuk disesuaikan dengan anggaran dan preferensi konsumen subsidi.					
3	Harga rumah Ironwood kompetitif dibandingkan perumahan subsidi lainnya di wilayah yang sama.					
4	Harga rumah subsidi di Ironwood wajar dan terjangkau berkat program subsidi pemerintah.					
5	Akses transportasi dan infrastruktur sekitar perumahan (seperti jalan raya dan fasilitas umum) mendukung mobilitas penghuni.					
6	Lokasi perumahan dekat dengan fasilitas sosial penting seperti sekolah, dan pusat perbelanjaan.					
7	Program promosi seperti diskon DP atau bonus fasilitas mendorong kepuasan pembelian rumah subsidi saya.					
8	Strategi promosi melalui media sosial membuat saya tertarik membeli di Ironwood.					

Tabel Pernyataan Variabel Y

NO	KEPUASAN KONSUMEN (Y)	SKALA LIKERT				
		1	2	3	4	5
1	Desain eksterior dan interior rumah Ironwood estetis dan fungsional, sesuai dengan ekspektasi saya sebagai konsumen subsidi.					
2	Kualitas keseluruhan rumah Ironwood melebihi ekspektasi awal saya berdasarkan informasi subsidi, sehingga berdampak positif pada kepuasan saya.					
3	Pelayanan dari tim penjualan Ironwood ramah dan responsif, membuat proses pembelian rumah terasa memuaskan.					
4	Petugas pelayanan di Ironwood memberikan informasi yang akurat dan membantu, sehingga saya merasa dihargai sebagai konsumen.					
5	Skema cicilan dan subsidi harga Ironwood terjangkau dan memenuhi harapan finansial saya sebagai konsumen.					
6	Harga rumah subsidi di Ironwood sesuai dengan kualitas yang diberikan, sehingga saya merasa puas dengan investasi ini.					
7	Platform digital memudahkan saya memantau proses subsidi tanpa hambatan, meningkatkan kepuasan saya.					
8	Transportasi umum atau jalan akses ke Perumahan Ironwood mudah dan terjangkau, memfasilitasi kunjungan tanpa kesulitan dan meningkatkan kepuasan saya.					
9	Iklan Perumahan Subsidi Ironwood jujur dan sesuai dengan kondisi aktual rumah, sehingga membangun kepercayaan saya.					
10	Interaksi melalui iklan Ironwood (seperti chat atau konsultasi online) responsif dan membantu, menjaga kepercayaan serta kepuasan selama proses promosi.					

Lampiran Dokumentasi Penelitian

1. Dokumentasi progress rumah perumahan subsidi pada bulan November



2. Penyebaran brosur perumahan subsidi ironwood bersama tim marketing di pinggir jalan raya.



3. Diskusi bersama konsumen untuk pembelian perumahan subsidi ironwood



Lampiran 3 Hasil Uji Validitas Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) (X)

		Correlations							
		X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	X.6	X.7	X.8
X.1	Pearson Correlation	1	.163	.227	.361**	.002	.035	.100	.161
	Sig. (2-tailed)		.257	.113	.010	.991	.809	.490	.264
	N	50	50	50	50	50	50	50	50
X.2	Pearson Correlation	.163	1	.216	.288*	.260	.122	.182	.143
	Sig. (2-tailed)	.257		.133	.042	.068	.400	.206	.321
	N	50	50	50	50	50	50	50	50
X.3	Pearson Correlation	.227	.216	1	.364**	.096	.258	.011	.206
	Sig. (2-tailed)	.113	.133		.009	.508	.071	.939	.152
	N	50	50	50	50	50	50	50	50
X.4	Pearson Correlation	.361**	.288*	.364**	1	.176	-.044	.219	.363**
	Sig. (2-tailed)	.010	.042	.009		.220	.760	.126	.010
	N	50	50	50	50	50	50	50	50
X.5	Pearson Correlation	.002	.260	.096	.176	1	.183	.067	.230
	Sig. (2-tailed)	.991	.068	.508	.220		.204	.646	.109
	N	50	50	50	50	50	50	50	50
X.6	Pearson Correlation	.035	.122	.258	-.044	.183	1	.181	.334*
	Sig. (2-tailed)	.809	.400	.071	.760	.204		.209	.018
	N	50	50	50	50	50	50	50	50
X.7	Pearson Correlation	.100	.182	.011	.219	.067	.181	1	.159
	Sig. (2-tailed)	.490	.206	.939	.126	.646	.209		.270
	N	50	50	50	50	50	50	50	50
X.8	Pearson Correlation	.161	.143	.206	.363**	.230	.334*	.159	1
	Sig. (2-tailed)	.264	.321	.152	.010	.109	.018	.270	
	N	50	50	50	50	50	50	50	50

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 4 Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen (Y)

		Correlations							
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8
Y.1	Pearson Correlation	1	.344*	.312*	.118	.143	.086	.405**	.222
	Sig. (2-tailed)		.015	.027	.414	.321	.551	.004	.122
	N	50	50	50	50	50	50	50	50
Y.2	Pearson Correlation	.344*	1	.128	.023	.145	.102	.215	.006
	Sig. (2-tailed)	.015		.375	.877	.314	.479	.133	.965
	N	50	50	50	50	50	50	50	50
Y.3	Pearson Correlation	.312*	.128	1	.460**	.272	.175	.247	.484**
	Sig. (2-tailed)	.027	.375		<.001	.056	.223	.084	<.001
	N	50	50	50	50	50	50	50	50
Y.4	Pearson Correlation	.118	.023	.460**	1	.496**	.299*	.191	.304*
	Sig. (2-tailed)	.414	.877	<.001		<.001	.035	.183	.032
	N	50	50	50	50	50	50	50	50
Y.5	Pearson Correlation	.143	.145	.272	.496**	1	.358*	.215	.215
	Sig. (2-tailed)	.321	.314	.056	<.001		.011	.134	.134
	N	50	50	50	50	50	50	50	50
Y.6	Pearson Correlation	.086	.102	.175	.299*	.358*	1	-.007	-.061
	Sig. (2-tailed)	.551	.479	.223	.035	.011		.964	.674
	N	50	50	50	50	50	50	50	50
Y.7	Pearson Correlation	.405**	.215	.247	.191	.215	-.007	1	.268
	Sig. (2-tailed)	.004	.133	.084	.183	.134	.964		.060
	N	50	50	50	50	50	50	50	50
Y.8	Pearson Correlation	.222	.006	.484**	.304*	.215	-.061	.268	1
	Sig. (2-tailed)	.122	.965	<.001	.032	.134	.674	.060	
	N	50	50	50	50	50	50	50	50

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) (X)**Reliability Statistics**

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.573	8

Lampiran 6 Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Konsumen (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.699	10

Lampiran 7 Hasil Jawaban Kuesioner Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) (X)

NO	Marketing Mix								Total X
	X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	X.6	X.7	X.8	
1	5	4	3	4	4	4	4	4	32
2	4	4	4	5	4	4	5	4	34
3	5	4	4	5	4	3	5	4	34
4	4	4	3	4	4	4	5	5	33
5	5	4	4	4	5	4	4	4	34
6	4	4	4	4	5	5	5	4	35
7	4	3	4	4	4	4	4	4	31
8	4	4	4	4	4	5	5	5	35
9	4	4	3	4	5	5	5	4	34
10	4	4	4	5	4	3	5	5	34
11	4	4	5	4	4	5	4	5	35
12	4	4	4	4	4	4	5	4	33
13	4	4	3	4	4	4	4	5	32
14	5	4	4	4	3	4	5	4	33
15	4	3	4	4	4	5	5	5	34
16	4	4	4	5	3	5	5	4	34
17	4	4	4	4	4	5	5	5	35
18	4	5	4	5	5	4	4	5	36
19	5	4	5	4	3	5	4	5	35
20	4	4	4	4	4	4	4	4	32
21	3	3	3	3	3	3	3	3	24
22	4	4	5	4	5	4	5	4	35
23	4	5	4	4	4	5	5	4	35
24	5	5	5	5	5	5	5	5	40
25	4	4	4	4	4	4	4	4	32
26	4	4	4	4	4	4	4	4	32
27	5	4	5	5	4	4	3	5	35
28	4	5	4	4	4	4	4	4	33
29	4	4	5	4	3	4	4	4	32
30	4	4	4	5	5	4	5	5	36
31	4	4	4	4	4	3	5	4	32
32	4	4	5	5	4	4	4	4	34
33	4	4	3	3	4	4	4	4	30
34	4	4	3	4	4	3	4	4	30
35	4	4	4	4	3	4	4	4	31
36	4	4	4	4	4	3	5	4	32
37	4	4	4	4	5	5	4	4	34
38	4	4	4	4	5	5	5	5	36
39	4	4	4	4	4	4	4	4	32
40	4	4	5	4	4	4	5	5	35
41	4	4	4	5	4	4	4	5	34
42	4	4	4	3	4	4	4	3	30
43	4	4	3	4	4	3	4	4	30
44	4	4	5	4	5	4	4	4	34
45	5	4	4	5	4	3	5	4	34
46	4	4	4	4	5	4	3	5	33
47	4	5	4	4	4	4	5	5	35
48	4	5	5	5	5	4	4	4	36
49	4	4	4	4	5	4	4	5	34
50	4	5	4	4	4	4	5	4	34

Lampiran 8 Hasil Jawaban Kuesioner Kepuasan Konsumen

NO	Kepuasan Konsumen										Total Y	
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10		
1	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	3	41
2	5	5	4	4	4	4	5	4	3	4	4	42
3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	42
4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	44
5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
6	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	43
7	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	46
8	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	40
9	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	44
10	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	44
11	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	46
12	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	45
13	4	4	4	4	5	5	5	4	3	4	4	42
14	4	3	5	5	5	4	5	4	5	4	4	43
15	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	47
16	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	44
17	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	44
18	5	4	5	5	4	4	3	5	5	4	5	45
19	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	44
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
21	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
22	5	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	41
23	4	3	5	4	4	4	4	5	5	5	4	43
24	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
27	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	45
28	4	5	3	3	4	3	4	4	4	4	4	38
29	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
30	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	42
31	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
32	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	42
33	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	39
34	4	4	4	4	4	4	5	5	3	5	5	43
35	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	40
36	5	4	4	4	4	4	3	4	5	5	4	42
37	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	3	43
38	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	44
39	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	48
40	4	4	4	4	5	4	4	3	4	5	3	40
41	4	4	4	4	5	5	4	5	4	3	4	42
42	4	5	5	4	4	4	5	4	4	3	5	43
43	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
44	4	4	5	5	4	4	4	3	4	5	5	43
45	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	45
46	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	47
47	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	44
48	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	3	41
49	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	45
50	4	4	4	4	4	4	5	3	5	4	4	41

Lampiran 9 R Tabel

Tabel r untuk df = 1 - 50

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432

Lampiran 10 Surat Keterangan Penelitian dan Surat Balasan Penelitian



UNIVERSITAS QUALITY
FAKULTAS SOSIAL DAN HUKUM

Jl. Ringroad - Ngumban Surbakti No. 18 Medan, Telp. (061) 80047003
 web : www.universitasquality.ac.id | e-mail : info@universitasquality.ac.id

Medan, 08 November 2025

NOMOR : 6184/SPT/SOSHUM/UQ/XI/2025
 LAMP : -
 HAL : Izin Penelitian

Kepada Yth :

Ihsan Malau Perumahan subsidi ironwood

Diberitahukan dengan hormat, bahwa mahasiswa kami :

Nama : **Frisna Kristiani Damanik**
 NPM : **2202020044**
 Program Studi : **Manajemen**
 Jenjang Pendidikan : **S.1**

Bermaksud sedang proses penyelesaian tugas akhir skripsi dengan Judul :

"Pengaruh marketing mix terhadap kepuasan konsumen pada perumahan subsidi ironwood "

Sehubungan dengan hal tersebut, mohon kiranya agar mahasiswa yang bersangkutan dapat diberikan ijin melakukan penelitian di tempat yang Bapak / Ibu Pimpin dengan alokasi waktu yang ditentukan.

Kami sangat mengharapkan bantuan Ibu agar sudi kiranya dapat memberikan data yang diperlukan berhubungan dengan judul Skripsi di atas.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerja sama yang baik sebelumnya kami ucapkan terima kasih.

Dekan,



Vina Maria Ompusunggu S.Sos., MSP
 NIDN. 0107038901

Tembusan :
 1. Ka. Prodi MANAJEMEN;
 2. Dosen Pembimbing;

No: 001/IWH/SMP/1/2025

Hal:

Berikut kami sampaikan perihal pelaksanaan penelitian dosen dan mahasiswa dengan penjelasan sebagai berikut :

Nama : Maria Kristina Situmorang (NIDN : 0107018804)

Frisna Kristiani Damanik (NPM : 2202020044)

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Sosial dan Hukum

Perguruan Tinggi : Universitas Quality

Sesuai data di atas, kami sampaikan bahwa dosen dan mahasiswa sudah melakukan penelitian pada Perumahan Ironwood.

Demikian yang dapat kami sampaikan agar dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terimakasih.

(Pejabat yang mewakili)



Ihsan Wahyudi Malau

