

PENGARUH STRATEGI PEMASARAN TERHADAP KINERJA DEVELOPER DI YOGYAKARTA

Laporan Tugas Akhir
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana dari
Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Oleh :
DOMINIKUS KAMBE
NPM : 09 02 13301



**PROGRAM STUDI TEKNIK SIPIL
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
YOGYAKARTA, JUNI 2013**

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul :

PENGARUH STRATEGI PEMASARAN TERHADAP KINERJA

DEVELOPER DI YOGYAKARTA

Benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan hasil plagiasi dari orang lain. Ide, data hasil penelitian maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam Tugas Akhir ini. Apabila terbukti dikemudian hari bahwa Tugas Akhir ini merupakan hasil plagiasi, maka ijasah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Rektor Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, Juni 2013

Yang membuat pernyataan

(Dominikus Kambe)

PENGESAHAN

Laporan Tugas Akhir

PENGARUH STRATEGI PEMASARAN TERHADAP KINERJA

DEVELOPER DI YOGYAKARTA



Disahkan oleh :

Program Studi Teknik Sipil

Ketua



PENGESAHAN

Laporan Tugas Akhir

PENGARUH STRATEGI PEMASARAN TERHADAP KINERJA

DEVELOPER DI YOGYAKARTA



Oleh

DOMINIKUS KAMBE

NPM : 09 02 13301

Telah diuji dan disetujui oleh

Nama Penguji

Tanda tangan Tanggal

K e t u a : Ir. A. Koesmargono, MCM., Ph.D.

..... 22/7/13

Anggota : Ir. Peter F. Kaming, M.Eng., Ph.D.

..... 19/7/13

Anggota : Ferianto Rahardjo, S.T., M.T.

..... 19/7/13

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala karunia yang telah diberikan-Nya sehingga penulisan Tugas Akhir ini dapat diselesaikan dengan baik. Penulisan Tugas Akhir ini dimaksudkan untuk memenuhi persyaratan Yudisium Tingkat Sarjana Strata Satu (S1) pada program studi Teknik Sipil Fakultas Teknik Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penulis menyadari tanpa bimbingan dan peunjuk dari berbagai pihak, penulis akan mengalami kesulitan. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penyusun ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah banyak membantu baik pada saat penyusunan laporan, maupun saat pelaksanaan Tugas Akhir di lapangan. Untuk itu penyusun mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Ir. AM. Ade Lisantono, M.Eng., selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
2. Bapak J. Januar Sudjati, S.T., M.T., selaku Ketua Program Studi Teknik Sipil Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
3. Bapak Ir. A. Koesmargono, MCM., Ph.D., selaku Dosen Pembimbing yang banyak memberikan bimbingan dalam penyusunan laporan Tugas Akhir ini.
4. Segenap dosen, karyawan, dan staf Fakultas Teknik Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah bersedia mendidik, mengajar dan membagi ilmunya kepada penulis.
5. Untuk bapak dan ibu yang telah senantiasa memberikan doa, kasih sayang, segala dukungan moral maupun materi.

6. Untuk adik saya, Santo, Aldry, Eman, Hendry dan Helen yang selalu memberikan semangat dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
7. Naomi A. M. Gadi, Jessica Wagianto dan Pratiwi D. Y. Hamson yang telah membantu saat pelaksanaan Tugas Akhir.
8. Untuk sahabat-sahabat, Dody, Elvis, Paul, Ama, Maya dan Tiny yang selalu mendukung dan berjuang bersama mulai dari awal kuliah sampai saat ini.
9. Untuk semua teman-teman seperjuangan angkatan 2009 dan seluruh teman-teman Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Terima kasih untuk kebersamaan dan dukungannya.
10. Perusahaan *developer* yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner yang telah disebarkan.
11. Dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu, baik secara langsung maupun tidak langsung telah membantu penulis dalam menyelesaikan studi di Fakultas Teknik Sipil Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Akhir kata penulis berharap semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi pembaca sekalian terutama bagi mahasiswa Teknik Sipil.

Yogyakarta, Juni 2013

Penulis

Dominikus Kambe

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	1
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
INTISARI	xii
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan dan Batasan Masalah	3
1.3 Keaslian Tugas Akhir	4
1.4 Tujuan dan Manfaat Tugas Akhir	4
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pengertian Umum Tentang <i>Developer</i>	5
2.2 Hak, Kewajiban dan Tanggung Jawab <i>Developer</i>	6
2.3 Strategi Pemasaran	8
2.4 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Strategi Pemasaran	11
2.5 Kinerja Perusahaan	18
2.6 Hubungan Strategi Pemasaran dengan Kinerja Perusahaan	19
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Metode Pengumpulan Data	20
3.2 Proses Pembuatan Kusioner	20
3.3 Proses Pengolahan Data	21
3.4 Metode Analisis Data	22
3.4.1 Validitas	22
3.4.2 Reliabilitas	22
3.4.3 Metode <i>Mean</i>	23
3.4.4 Metode <i>Statistik Standar Deviasi</i>	23
3.4.5 Uji Asumsi Klasik	24
3.4.6 Analisis Regresi Berganda	24
3.5 Alat Analisis	25
 BAB IV ANALISIS DATA	
4.1 Umum	26
4.2 Data Responden	26
4.2.1 Pendidikan terakhir	27
4.2.2 Lama bekerja	27
4.2.3 Jenis kelamin	28
4.2.4 Usia	29
4.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Strategi Pemasaran	30

4.3.1 Uji validitas dan reliabilitas lingkungan mikro	30
4.3.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Lingkungan Makro	32
4.3.3 Uji <i>Mean</i> dan <i>Standard deviation</i> lingkungan Mikro.....	35
4.3.4 Uji <i>Mean</i> dan <i>Standard deviation</i> lingkungan Makro... .	36
4.4 Strategi Pemasaran	37
4.4.1 Uji validitas dan reliabilitas keunggulan harga	38
4.4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Keunggulan Mutu	39
4.4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas Keunggulan Pelayanan	40
4.4.4 Uji Validitas dan Reliabilitas Keunggulan <i>Relationship</i> ..	41
4.4.5 Uji Validitas dan Reliabilitas Keunggulan Waktu	43
4.5 Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Kinerja Perusahaan ...	44
4.5.1 Pengujian asumsi klasik	44
4.5.2 Pengujian regresi linear berganda	47
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	53
5.2 Saran	54
DAFTAR PUSTAKA	55
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Aspek-Aspek yang Perlu Dimonitor Dalam Lingkungan Pemasaran	12
--	----



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Deskripsi Tingkat Pendidikan Responden	27
Tabel 4.2. Deskripsi Lama Bekerjanya Responden	28
Tabel 4.3. Deskripsi Jenis Kelamin Responden A	28
Tabel 4.4. Deskripsi Jenis Kelamin Responden B	29
Tabel 4.5. Deskripsi Usia Responden A	29
Tabel 4.6. Deskripsi Usia Responden B	29
Tabel 4.7. Hasil Analisis Nilai r hitung Lingkungan Mikro	31
Tabel 4.8. Hasil Uji Validitas Lingkungan Mikro	32
Tabel 4.9. Hasil Uji Reliabilitas Lingkungan Mikro	32
Tabel 4.10. Hasil Nilai r hitung Lingkungan Makro	33
Tabel 4.11. Hasil Uji Validitas Lingkungan Makro	34
Tabel 4.12. Hasil Uji Reliabilitas Lingkungan Makro	34
Tabel 4.13. Hasil Uji <i>Mean</i> dan <i>Standard deviation</i> lingkungan Mikro	35
Tabel 4.14. Uji <i>Mean</i> dan <i>Standard deviation</i> lingkungan Makro	36
Tabel 4.15. Hasil Nilai r Hitung Keunggulan Harga	38
Tabel 4.16. Hasil Uji Validitas Keunggulan Harga	38
Tabel 4.17. Hasil Uji Reliabilitas Keunggulan Harga	39
Tabel 4.18. Hasil Nilai r hitung Keunggulan Mutu	39
Tabel 4.19. Hasil Uji Validitas Keunggulan Mutu	39
Tabel 4.20. Hasil Uji Reliabilitas Keunggulan Harga	40
Tabel 4.21. Hasil Nilai r hitung Keunggulan Pelayanan	40
Tabel 4.22. Hasil Uji Validitas Keunggulan Pelayanan	41
Tabel 4.23. Hasil Uji Reliabilitas Keunggulan Pelayanan	41
Tabel 4.24. Hasil Nilai r hitung Keunggulan <i>Relationship</i>	41
Tabel 4.25. Hasil Uji Validitas Keunggulan <i>Relationship</i>	42
Tabel 4.26. Hasil Uji Reliabilitas Keunggulan <i>Relationship</i>	42
Tabel 4.27. Hasil Nilai r hitung Keunggulan Waktu	43
Tabel 4.28. Hasil Uji Validitas Keunggulan Waktu	43
Tabel 4.29. Hasil Uji Reliabilitas Keunggulan Waktu	43
Tabel 4.30. Hasil Uji Autokorelasi	45
Tabel 4.31. Hasil Uji Multikolinearitas	46
Tabel 4.32. Hasil Analisis Pengaruh Variabel Independent	48
Tabel 4.33. Hasil Uji F dan Signifikan Variabel Independent	48
Tabel 4.34. Hasil Uji T dan Signifikan Variabel Independent	49

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Ijin Penyebaran Kuesioner	1
Lampiran 2 Blangko Kuesioner	2
Lampiran 3 Daftar Nama Responden	3
Lampiran 4 Hasil Olahan Data Dengan Program SPSS	4
Lampiran 5 Tabel distribusi	5



INTISARI

PENGARUH STRATEGI PEMASARAN TERHADAP KINERJA DEVELOPER DI YOGYAKARTA, Dominikus Kambe, NPM 09 02 13301, Tahun 2013, Bidang Keahlian Manajemen Konstruksi, Fakultas Teknik Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Pada umumnya salah satu kegiatan pokok yang dilakukan oleh perusahaan dalam upaya untuk mempertahankan kelangsungan hidup, perkembangan posisi perusahaan dan laba adalah dengan kegiatan pemasaran. Pentingnya pemasaran mendorong perusahaan berusaha untuk berhasil di bidang ini dengan melakukan berbagai langkah strategis dalam pemasaran yang sering disebut dengan strategi pemasaran. Setiap perusahaan, baik yang memproduksi barang atau jasa akan selalu dihadapkan pada berbagai permasalahan, salah satunya adalah strategi pemasaran apa yang efektif dalam memasarkan suatu barang atau jasa tersebut. Strategi pemasaran merupakan penentuan langkah-langkah nyata dalam pemasaran barang atau jasa, sehingga barang atau jasa yang dipasarkan tersebut dapat diterima oleh masyarakat. Selain itu, yang lebih penting lagi adalah bahwa strategi pemasaran merupakan langkah yang paling efektif dalam usaha pencapaian tujuan perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang menentukan strategi pemasaran baik lingkungan mikro maupun lingkungan makro dan mengetahui pengaruh strategi pemasaran terhadap kinerja *developer*. Penelitian dilaksanakan melalui penyebaran kuesioner. Analisis data dilakukan dengan metode *mean*, *standar deviation*, uji validitas, uji realibilitas, uji asumsi klasik dan regresi berganda.

Hasil analisis data menunjukkan bahwa faktor yang menentukan penentuan strategi pemasaran dari lingkungan mikro yang menjadi pertimbangan perusahaan adalah kerja sama antar bidang dalam perusahaan sedangkan dari lingkungan makro yang menjadi pertimbangan perusahaan adalah kebutuhan *property* semakin meningkat dan menggunakan media teknologi dalam pemasaran. Analisis regresi berganda secara simultan menunjukkan variabel strategi pemasaran berpengaruh signifikan terhadap kinerja *developer* sedangkan secara parsial yang berpengaruh hanya variabel strategi mutu dan strategi harga dengan nilai signifikan $< 5\%$.

Kata kunci : strategi pemasaran, kinerja, *developer*.