

PENGARUH FASILITAS DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (STUDI KASUS APARTEMEN SERPONG GREENVIEW) TANGERANG SELATAN

Nur Khalijah Rambe¹

Email : nurkhalijahr@gmail.com¹

Program Studi Manajemen Program Sarjana Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Pamulang Tangerang Selatan¹

Fadillah²

Email : dosen02197@unpam.ac.id²

Program Studi Manajemen Program Sarjana Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Pamulang Tangerang Selatan²

ABSTRAK

Untuk mengetahui pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan konsumen pada Apartemen Serpong Greenview Tangerang Selatan. Untuk mengetahui pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan konsumen pada Apartemen Serpong Greenview Tangerang Selatan. Untuk mengetahui pengaruh Kepuasan konsumen Dan Lokasi secara bersama-sama terhadap Kepuasan konsumen pada Apartemen Serpong Greenview Tangerang Selatan. Jenis penelitian asosiatif, dengan pendekatan kuantitatif. Dalam penelitian populasinya adalah konsumen Apartemen Serpong Greenview Tangerang Selatan. Adapun pengambilan sampel menggunakan rumus Slovin, Dengan teknik tersebut, diambil sampel sebanyak 96 konsumen Apartemen Serpong Greenview Tangerang Selatan. Dapat disimpulkan bahwa hasil perhitungan nilai uji t variabel Fasilitas (X_1) dengan t_{hitung} sebesar 5,281 dan signifikansi sebesar 0.000. Karena t_{hitung} lebih besar t_{tabel} ($5,281 > 1.985$) dan signifikansi lebih kecil dari 5% maka H_a diterima dan H_0 ditolak, dapat dinyatakan bahwa Fasilitas (X_1) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Disimpulkan bahwa diperoleh hasil perhitungan nilai uji t variabel Lokasi (X_2) dengan t_{hitung} sebesar 6,645 dan signifikansi sebesar 0.000. Karena t_{hitung} lebih besar t_{tabel} ($6,645 > 1.985$) dan signifikansi lebih kecil dari 5% (0.000) maka H_a diterima dan H_0 ditolak, dapat dinyatakan bahwa Lokasi (X_2) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Didapat hasil analisis pada tabel di atas yakni uji ANOVA diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 71.221 sedangkan F_{tabel} (α 0,05) untuk $n = 93$ sebesar 2.70. Jadi $F_{hitung} >$ dari F_{tabel} (α 0,05) atau $71.221 > 2.70$, dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 karena $0,000 < 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa Fasilitas (X_1), Lokasi (X_2) dan secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

Kata Kunci: Fasilitas, Lokasi, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

To determine the effect of Facilities on Consumer Satisfaction at Serpong Greenview Apartment, South Tangerang. To determine the effect of Location on Consumer Satisfaction at Serpong Greenview Apartment, South Tangerang. To determine the effect of Consumer Satisfaction and Location together on Consumer Satisfaction at Serpong Greenview Apartment, South Tangerang. The type of associative research, with a quantitative approach. In the study, the population was consumers of Serpong Greenview Apartment, South Tangerang. The sampling used the Slovin formula. With this technique, a sample of 96 consumers of Serpong Greenview Apartment, South Tangerang was taken. It can be concluded that the results of the calculation of the t-test value of the Facilities variable (X_1) with a t count of 5.281 and a significance of 0.000. Because t count is greater than t table ($5.281 > 1.985$) and the significance is less than 5%, H_a is accepted and H_0 is rejected, it can be stated that Facilities (X_1) have a significant effect on Consumer Satisfaction (Y). It is concluded that the calculation results of the t-test value of the Location variable (X_2) with a t count of 6.645 and a significance of 0.000. Because t count is greater than t table ($6.645 > 1.985$) and the significance is less than 5% (0.000) then H_a is accepted and H_0 is rejected, it can be stated that Location (X_2) has a significant effect on Consumer Satisfaction (Y). The results of the analysis in the table above, namely the ANOVA test, obtained an F count value of 71.221 while F table (\square 0.05) for $n = 93$ was 2.70. So F count $>$ from F table (\square 0.05) or $71.221 > 2.70$, with a significance level of 0.000 because $0.000 < 0.05$, it can be said that Facilities (X_1), Location (X_2) and together have an effect on Consumer Satisfaction (Y).

Keywords: Facilities, Location, Consumer Satisfaction

1. PENDAHULUAN

Manusia dalam mempertahankan kelangsungan hidupnya memerlukan kebutuhan pokok yang harus dipenuhi dalam dirinya. Kebutuhan pokok tersebut bisa disebut dengan kebutuhan primer. Salah satu hal

kebutuhan manusia yang mendasar adalah dalam bidang papan (tempat tinggal). Rumah merupakan sebuah bangunan yang dijadikan tempat untuk berteduh dan melakukan aktivitas sehari-harinya dalam lingkungan keluarga. Kehadiran rumah sebagai kebutuhan pokok

sangat berperan penting dan menjadi kebutuhan yang mendasar bagi sebuah keluarga baik masyarakat yang berada dipertanian maupun yang ada dipelosok desa. Dalam situasi saat ini manusia mempertimbangkan segi papan tidak hanya dari fungsi rumah sebagai tempat untuk berteduh, melainkan aspek bangunan yang kokoh, lingkungan yang aman dan nyaman serta mempertimbangkan aspek lokasi yang strategis. Hal inilah yang membuat aspek harga rumah memiliki harga yang berbeda-beda. Masyarakat di perkotaan khususnya di kota besar seperti di Tangerang Selatan memiliki gaya hidup kepemilikan tempat tinggal yang praktis dan menginginkan rumah yang dekat dengan tempat kerja. Namun, untuk memiliki rumah yang dekat dengan sekitar kantor tempat kerja serasa tidak memungkinkan karena berbagai hal, salah satunya pendapatan yang kenaikannya tak sebanding dengan lonjakan harga rumah. Selain itu, sangat minimnya area tempat di kota besar yang terus dipadati dengan banyak penduduk dan bangunan. Kondisi tersebut dimanfaatkan oleh pengusaha properti sebagai peluang bisnis yang menjanjikan konsumen untuk menawarkan tempat tinggal dengan konsep apartemen sebagai solusi permasalahan tempat tinggal pada masa saat ini. Sebagai kota dengan pusat segala aktivitas perekonomian di wilayah bagian timur Provinsi Banten, Indonesia. Tangerang Selatan semakin memerlukan sarana dan prasarana kota, untuk mendukung peningkatan mobilitas penduduk tersebut. Pembangunan berkelanjutan adalah upaya sadar dan terencana yang memadukan aspek lingkungan hidup, sosial, dan ekonomi ke dalam strategi pembangunan untuk menjamin keutuhan lingkungan hidup serta keselamatan, kemampuan, kesejahteraan, dan mutu hidup generasi masa kini dan generasi masa depan dengan demikian diperlukan suatu desain apartemen yang sesuai dengan selera konsumen.

Tempat penelitian ini dilaksanakan di Apartemen Serpong Greenview Tangerang Selatan yang tepatnya berada di Lengkong Gudang Timur, Kec. Serpong, Kota Tangerang Selatan, Banten 15321.

Apartemen Serpong Greenview Tangerang Selatan berada dikawasan premium daerah BSD, Tangerang Selatan Banten. Yang kawasan tersebut dikelilingi tempat perkantoran, sekolah, pusat perbelanjaan, akses toll dan rumah sakit. Apartemen Serpong Greenview Tangerang Selatan dibangun pada Tahun 2012 dan merancang 3 Tower yakni Tower Cottonwood yang sudah selesai pada Bulan November 2013, Tower Beechwood selesai pada Tahun Juni 2015, dan Tower Amberwood selesai pada Bulan Januari 2019.

Apartemen merupakan bangunan yang dibagi beberapa kamar atau kelompok-kelompok kamar yang dipisahkan oleh partisi dan digunakan sebagai tempat hunian. Apartemen menjadi salah satu jenis hunian selain hotel yang banyak diminati oleh masyarakat, terutama orang yang menetap di kota besar. Apartemen menyediakan berbagai fasilitas dan kemudahan bagi konsumennya, hal ini yang berdampak pada meningkatnya minat masyarakat terhadap apartemen.

Dalam pembangunannya, pengadaan apartemen

harus memperhatikan berbagai aspek yang saling berkaitan satu sama lain. Unsur apartemen yang paling menonjol adalah gagasan untuk mengintegrasikan beberapa kegiatan atau fungsi ke dalam satu satuan ruang secara sinergis, sehingga membentuk konsep "one-stop living," paling tidak terdiri atas fungsi residensial (hunian), dan komersial berupa tempat kerja (perkantoran), dan perbelanjaan sehingga fasilitas-fasilitas yang disediakan oleh pengembang haruslah memenuhi apa yang diperlukan oleh konsumen apartemen tersebut. Melihat pembangunan di kota Tangerang Selatan yang terus meningkat dan adanya peluang yang cukup luas dalam dunia industri properti serta untuk memenuhi permintaan pasar akan tempat hunian yang digabungkan dengan perkantoran dan retail yang berada dalam satu kawasan, sehingga penghuni dapat menghemat waktu dan tidak perlu terperangkap dalam kemacetan dalam memenuhi keperluan hidupnya, maka PT Mitra Sejati Makmur didirikan dan dibentuk oleh Bapak James Widjaja dan Bapak Eric Widjaja dengan bendera Dwijaya Karya Group. Perusahaan terkemuka yang bergerak dibidang *property* dan *development* sedang mengembangkan suatu proyek superblok di kawasan BSD Tangerang. PT Mitra Sejati Makmur harus memperhatikan dan memahami perilaku konsumen dalam memutuskan pembelian unit.

Adapun yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen menjadi salah satu faktor utama dalam membentuk, konsumen akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang sesuai dengan yang diharapkan. Kepuasan konsumen dimulai dari kebutuhan konsumen dan berakhir dengan kepuasan (Tjiptono, 2021). Kepuasan konsumen yang maksimal secara langsung dapat memberikan harapan para konsumen secara maksimal. Melalui kepuasan konsumen yang baik maka dengan sendirinya para konsumen dapat memenuhi segala bentuk permintaan atas produk atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen. Kepuasan konsumen yang sesuai dengan harapan para konsumen dengan sendirinya akan mendukung usaha dalam rangka untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh Apartemen baik jangka pendek maupun jangka panjang.

Menurut (Sugiyono, 2019) Mengemukakan bahwa ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 hingga 500, dan jika melakukan prasurvey angka 30 dianggap sebagai jumlah yang cukup untuk memberikan representasi yang baik dari populasi terutama dalam uji statistik yang melibatkan analisis data kuantitatif.

Adapun yang menghambat kepuasan konsumen yaitu fasilitas. Fasilitas adalah segala sesuatu yang dapat memudahkan dan melancarkan pelaksanaan suatu usaha dan merupakan sarana dan prasarana yang dibutuhkan dalam melakukan atau memperlancar suatu kegiatan. Pengelolaan apartemen merupakan kegiatan untuk mengelola berbagai fasilitas penunjang. Fasilitas penunjang tersebut adalah fasilitas yang dapat digunakan secara bersamaan oleh penggunaan apartemen yang menjadi keunggulan dari bangunan tersebut. Fasilitas ini bisa berupa kolam renang, *jogging*

track, atm, cafe, pusat perbelanjaan serta juga memiliki privasi dan sistem keamanan baik yaitu bisa berupa CCTV maupun *access card* dan sebagainya.

Pengelolaan apartemen telah diumumkan efektif tidak hanya dalam lingkup fasilitas apartemen, tetapi juga dalam pelayanan dan operasional perusahaan yang sudah berjalan sesuai dengan tujuan perusahaan. Kunci dalam mencapai tujuan perusahaan adalah untuk memperluas kiprah operasional untuk mengatasi masalah dan memenuhi kebutuhan konsumen melalui pelaksanaan audit operasional yang terhubung dengan komponen perusahaan. Sehingga audit operasional sangat dibutuhkan dalam suatu perusahaan. Akan tetapi audit operasional pada dasarnya tidak akan terhindar dari potensi risiko dan ancaman. Untuk membantu dan membimbing perusahaan dalam mencapai tujuan, diperlukan pengendalian internal terpadu agar perusahaan dapat mencapai tujuan yang ditetapkan.

Adapun jumlah mengenai Fasilitas yang terdapat pada Apartemen Serpong Greenview Tangerang Selatan adalah sebagai berikut :

Adapun yang menghambat kepuasan konsumen selain fasilitas yaitu Lokasi. Lokasi usaha menurut merupakan salah satu faktor terpenting sebagai tempat penunjang kegiatan suatu usaha, diharapkan bagi pengusaha yang akan menjalankan aktivitasnya, baik usaha manufaktur maupun usaha jasa harus memperhatikan terlebih dahulu dimana menentukan lokasi kegiatan usaha yang akan beroperasi. Penentuan lokasi usaha sangat penting bagi perusahaan, karena akan mempengaruhi dapat tidaknya keberlangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang.

Pemilihan lokasi merupakan salah satu strategi bisnis, dalam penerapan strategi bisnis ini akan mempertimbangkan beberapa faktor. Strategi pemilihan lokasi usaha yang dilakukan oleh usaha interior bertujuan untuk mendekatkan usaha dengan konsumen. Kedekatan lokasi usaha dengan konsumen bertujuan untuk memudahkan konsumen dalam mengakses dan menemukan usaha tersebut. Selain kedekatan dengan konsumen, faktor lain yang perlu dipertimbangkan dalam pemilihan lokasi usaha adalah potensi pertumbuhan pada lokasi usaha tersebut.

Pentingnya pemilihan lokasi juga dikemukakan oleh (Andreas, 2022) bahwa ada tiga unsur penting dalam bisnis yaitu lokasi, lokasi dan lokasi. Lebih lanjut dari pernyataan yang dikemukakan Kristanto dapat diketahui bahwa betapa pentingnya bagi seorang pengusaha yang akan memulai sebuah usaha dalam menentukan lokasi sebagai tempat usaha. Tujuan penentuan lokasi usaha yang tepat salah satunya untuk memudahkan para konsumen datang dan berbelanja. Mengingat para konsumen akan lebih memilih lokasi yang dekat dengan tempat mereka karena biaya transportasi yang dikeluarkan akan lebih murah.

2. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif digunakan dalam penelitian ini, karena data yang menjadi objek dalam

penelitian ini merupakan data-data kuantitatif yang berupa angka-angka yang dihasilkan dari skala likert (Sugiyono, 2019). Lebih lanjut (Sugiyono, 2023) menyatakan bahwa metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Metode yang digunakan dengan metode deskriptif. Menurut (Arikunto, 2022) bahwa: "Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dimaksudkan untuk menyelidiki keadaan, kondisi atau hal lain-lain yang sudah disebutkan, yang hasilnya dipaparkan dalam bentuk laporan penelitian".

Uji Validitas

- Jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka item kuesioner adalah valid.
- Jika nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka item kuesioner adalah tidak valid.

Dalam penelitian ini untuk menghitung tingkat validitasnya dilakukan dengan menggunakan *software* alat bantu program *Statistical Package for Social Science (SPSS) for window versi 24*, sehingga dapat diketahui nilai dari kuesioner pada setiap variabel bebas.

Uji Reliabilitas

Dalam penelitian ini untuk menghitung tingkat reliabilitas dilakukan dengan menggunakan *software* alat bantu program *Statistical Package for Social Science (SPSS) for window versi 24*. Sementara Arikunto (2019:224), mengemukakan kriteria penilaian reliabilitas adalah sebagai berikut:

Tabel 3.5
Kriteria Penilaian Tingkat Reabilitas

Interval	Tingkat Reabilitas
0,00 – 0,20	Sangat Tidak Reliabel
0,20 – 0,40	Tidak Reliabel
0,40 – 0,60	Cukup Reliabel
0,60 – 0,80	Reliabel
0,80 – 1,00	Sangat Reliabel

Sumber : Arikunto (2019:89)

Asumsi Klasik

Uji Normalitas

- Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolinearitas

- Besarnya *variabel Inflation Factor/VIF* pedoman suatu model regresi yang bebas Multikolinieritas yaitu nilai $VIF < 10$.
- Besarnya *Tolerance* pedoman suatu model regresi yang bebas Multikolinieritas yaitu nilai $Tolerance < 0,1$.

Uji Heteroskedastisitas

- Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola yang teratur (bergelombang melebar kemudian menyempit) maka terjadi

heteroskedastisitas.

- b. Jika tidak ada pola yang jelas seperti titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka hal ini mengindikasikan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Menurut (Imam Ghozali, 2020) Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lain. Hal ini sering ditemukan pada data runtut waktu (*time series*), karena sampel atau observasi tertentu cenderung dipengaruhi oleh observasi sebelumnya. Untuk mendeteksi ada tidaknya autokorelasi dengan cara melakukan uji Durbin – Watson (*DW test*). Uji Hipotesis

Uji Signifikan Parsial (Uji t)

- a. Jika signifikan > 0,05 maka H0 diterima dan Ha ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Jika signifikan < 0,05 maka H0 ditolak dan Ha diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Atau dengan cara melihat t_{tabel} sebagai berikut:

- a. Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H0 diterima dan Ha ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H0 ditolak dan Ha diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

Uji Signifikan Simultan (Uji F)

- a. Jika signifikan penelitian > 0.05 maka H0 diterima dan Ha ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa secara simultan variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Jika signifikan penelitian < 0,05 maka H0 ditolak dan Ha diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa secara simultan variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Atau dengan cara melihat F_{tabel} sebagai berikut :

- a. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H0 ditolak dan Ha diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa secara simultan variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H0 diterima dan Ha sehingga dapat disimpulkan bahwa secara simultan variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

3. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
Hasil Penelitian

Uji Validitas

Hasil Uji Validitas Variabel Fasilitas (X_1)

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas Variabel Fasilitas (X_1)

No. Butir Instrumen	Nilai r_{hitung}	Nilai r_{tabel} n = 94	Keterangan
1	0.565**	0.200	Valid
2	0.726**	0.200	Valid
3	0.645**	0.200	Valid
4	0.872**	0.200	Valid
5	0.269**	0.200	Valid
6	0.417**	0.200	Valid
7	0.558**	0.200	Valid
8	0.868**	0.200	Valid
9	0.738**	0.200	Valid
10	0.857**	0.200	Valid

Sumber: Hasil Olahan Data (SPSS 24), 2024

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa untuk masing-masing pernyataan pada variabel Fasilitas (X_1) seluruh instrument dapat dikatakan valid, karena nilai r_{hitung} yang dihasilkan jauh lebih besar dari pada nilai r_{tabel} yang ada untuk n = 94 yaitu 0.200.

Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi (X_2)

Tabel 4.9
Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi (X_2)

No. Butir Instrumen	Nilai r_{hitung}	Nilai r_{tabel} n = 94	Keterangan
1	0.833**	0.200	Valid
2	0.841**	0.200	Valid
3	0.912**	0.200	Valid
4	0.870**	0.200	Valid
5	0.885**	0.200	Valid
6	0.909**	0.200	Valid
7	0.886**	0.200	Valid
8	0.916**	0.200	Valid
9	0.640**	0.200	Valid
10	0.561**	0.200	Valid

Sumber: Hasil Olahan Data (SPSS 24), 2024

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa masing-masing pernyataan variabel Lokasi (X_2) seluruh instrument dapat dikatakan valid, karena nilai r_{hitung} yang dihasilkan jauh lebih besar dari pada nilai r_{tabel} yang ada untuk n = 94 yaitu 0.200.

Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Guna mengetahui hasil analisis uji validitas dari variabel Kepuasan Konsumen (Y) menggunakan komputer program SPSS Versi 24 for Windows input data variabel Kepuasan Konsumen yang merupakan data ordinal dari sampel berjumlah 96 dengan jumlah soal sebanyak 10 pernyataan sebagai berikut:

Tabel 4.10
Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

No. Butir Instrumen	Nilai r_{hitung}	Nilai r_{tabel} n = 94	Keterangan
1	0.727**	0.200	Valid
2	0.651**	0.200	Valid
3	0.840**	0.200	Valid
4	0.733**	0.200	Valid
5	0.734**	0.200	Valid
6	0.851**	0.200	Valid
7	0.815**	0.200	Valid
8	0.751**	0.200	Valid
9	0.574**	0.200	Valid
10	0.719**	0.200	Valid

Sumber: Hasil Olahan Data (SPSS 24), 2024

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa masing-masing pernyataan pada variabel Kepuasan Konsumen (Y) seluruh instrument dapat dikatakan valid, karena nilai r_{hitung} yang dihasilkan jauh lebih besar dari pada nilai r_{tabel} yang ada untuk n = 94 yaitu 0.200.

Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali dalam Abdul Rahman Raka Aditia dkk, (2020:27), reliabilitas sebenarnya adalah alat ukur untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu variabel dikatakan handal jika memberikan nilai *cronbachs alpha* (α) $\geq 0,60$ yaitu bila dilakukan penelitian ulang dengan waktu dan variabel yang berbeda akan menghasilkan kesimpulan yang sama. Tetapi sebaliknya bila *cronbachsalpha* (α) $\leq 0,60$ maka dianggap kurang handal, artinya bila variabel-variabel tersebut dilakukan penelitian ulang dengan waktu yang berbeda akan menghasilkan kesimpulan yang berbeda. Hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan software *Statistical Package for Social Science (SPSS) for window Versi 24*, yang hasilnya sebagai berikut:

Tabel 4.11
 Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Koefisien Cronbach Alpha	Standar Cronbach Alpha	Keterangan
1	Fasilitas (X1)	0,864	> 0,60	Reliabel
2	Lokasi (X2)	0,949	> 0,60	Reliabel
3	Kepuasan Konsumen(Y)	0,902	> 0,60	Reliabel

Sumber: Data olahan SPSS 24, 2024

Berdasarkan tabel 4.12 menunjukkan bahwa, koefisien (r) alpha hitung seluruh variabel lebih besar dibandingkan dengan kriteria yang dipersyaratkan sebesar 0,60. Sehingga dapat dikatakan seluruh variabel dalam keadaan reliable atau handal digunakan sebagai alat ukur.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

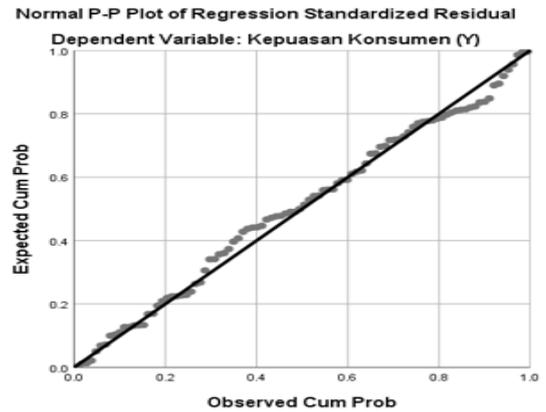
Tabel 4.12
 Hasil Uji Normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.88771835
Most Extreme Differences	Absolute	.066
	Positive	.066
	Negative	-.063
Test Statistic		.066
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Hasil Olahan Data (SPSS 24), 2024

Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) variabel Fasilitas (X1), Lokasi (X2) dan variabel Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 0.200 yang lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa model penelitian memiliki distribusi data normal. Sedangkan nilai Test Statistic variabel Fasilitas (X1), variabel Lokasi (X2) dan variabel Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 0.066, berarti data residual terdistribusi normal. Untuk uji normalitas, penulis juga menggunakan grafik Normal P-Plot. Tabel tersebut dapat dilihat di bawah ini:

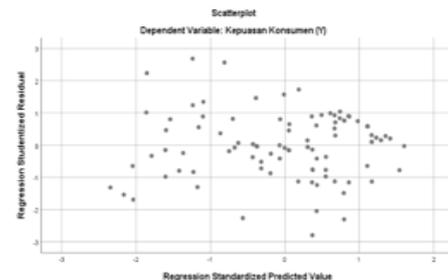


Sumber: Hasil Olahan Data (SPSS 24), 2024

Gambar 4.2
 Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas dengan normal *probability plot* mensyaratkan bahwa penyebaran data harus berada disekitar wilayah garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Berdasarkan gambar di atas dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini memenuhi syarat normal *probability plot* sehingga model regresi dalam penelitian memenuhi asumsi normalitas (berdistribusi normal). Artinya data dalam penelitian ini berasal dari populasi yang berdistribusi normal.

Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Hasil Olahan Data (SPSS 24), 2024

Gambar 4.3
 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar 4.3 dapat diketahui bahwa titik-titik tidak membentuk pola yang jelas, dan titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas dalam model regresi.

Uji Autokolerasi

Tabel 4.13
 Hasil Uji Autokolerasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.778 ^a	.605	.597	4.93999	1.982

- a. Predictors: (Constant), Lokasi (X2), Fasilitas (X1)
- b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Sumber: Hasil Olahan Data (SPSS 24), 2024

Berdasarkan tabel di atas terdapat nilai Durbin-Watson = 1.982. Pada taraf signifikan 5% dengan (N-2) N = 94, k = 2 diperoleh dL= 1.621 dan dU= 1.707, maka 4 - dU = 2,293 Karenanilai DW = 1.982, berada pada dU < d < 4-dU yaitu 1,707 < 1.982 < 2,293, maka dapat disimpulkan Tidak ada autokorelasi positif atau negatif.

Uji Multikolinearitas

Tabel 4.14
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
(Constant)	13.901	2.320		5.992	.000		
1 Fasilitas (X1)	.377	.071	.397	5.281	.000	.751	1.331
Lokasi (X2)	.370	.056	.500	6.645	.000	.751	1.331

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)
 Sumber: Hasil Olahan Data (SPSS 24), 2024

Berdasarkan tabel *coefficients* di atas, nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) pada variabel independen tidak memiliki nilai yang lebih dari 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak mengandung multikolinieritas.

Uji Koefisien Korelasi

Korelasi menjelaskan tentang tingkat keeratan hubungan suatu variabel independen dengan variabel dependen dalam suatu sistem korelasi ganda, setelah mengontrol atau mengendalikan variabel independen lainnya. Berikut ini adalah tabel interpretasi koefisien korelasi.

Tabel 4.15
Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Nilai Koefisien Korelasi	Tingkat Hubungan
0,000	Tidak Ada Korelasi
0,000 – 0,250	Sangat Lemah
0,250 – 0,500	Cukup
0,500 – 0,750	Kuat
0,750 – 0,990	Sangat Kuat
1,000	Sempurna

Sumber: Sarwono (2017:158)

Hasil pengujian koefisien korelasi variabel Fasilitas dan variabel Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen sebagai berikut:

Tabel 4.16
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.646 ^a	.417	.411	5.96714

a. Predictors: (Constant), Fasilitas (X1)
 b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)
 Sumber: Hasil Olahan Data (SPSS 24), 2024

Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa nilai korelasi variabel Fasilitas (X₁) sebesar 0,417, masuk pada interval 0,250 - 0,500 artinya bahwa tingkat hubungan antara variabel Fasilitas (X₁) secara parsial terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y) memiliki tingkat hubungan yang cukup.

Tabel 4.17
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.698 ^a	.487	.481	5.60224

a. Predictors: (Constant), Lokasi (X2)
 b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)
 Sumber: Hasil Olahan Data (SPSS 24), 2024

Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa nilai korelasi variabel Lokasi (X₂) sebesar 0,487, masuk pada interval 0,250 - 0,500 artinya bahwa tingkat hubungan antara variabel Lokasi (X₁) secara parsial terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y) memiliki tingkat hubungan yang cukup.

Tabel 4.18
Hasil Koefisien Korelasi X₁ dan X₂ - Y

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.778 ^a	.605	.597	4.93999

a. Predictors: (Constant), Lokasi (X2), Fasilitas (X1)
 b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)
 Sumber: Hasil Olahan Data (SPSS 24), 2024

Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa nilai korelasi variabel Fasilitas (X₁) dan Lokasi (X₂) sebesar 0,605, masuk pada interval 0,500 - 0,750 artinya bahwa tingkat hubungan antara variabel Fasilitas (X₁) dan Lokasi (X₂) secara simultan terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y) memiliki tingkat hubungan yang kuat.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 4.19
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.646 ^a	.417	.411	5.96714

a. Predictors: (Constant), Fasilitas (X1)
 b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)
 Sumber: Hasil Olahan Data (SPSS 24), 2024

Berdasarkan tabel Model Summary tersebut dihasilkan nilai R Square sebesar 0.646. Hal ini menunjukkan bahwa 100% - 64.6% sedangkan sisanya sebesar 35.4% dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Tabel 4.20
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.698 ^a	.487	.481	5.60224

a. Predictors: (Constant), Lokasi (X2)
 b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)
 Sumber: Hasil Olahan Data (SPSS 24), 2024

Berdasarkan tabel Model Summary tersebut dihasilkan nilai R Square sebesar 0.698. Hal ini menunjukkan bahwa 100% - 69.8%sedangkan sisanya sebesar 30.2% dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Tabel 4.21
Hasil Koefisien Determinasi X₁ dan X₂ - Y

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.778 ^a	.605	.597	4.93999

a. Predictors: (Constant), Lokasi (X2), Fasilitas (X1)
 b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)
 Sumber: Hasil Olahan Data (SPSS 24), 2024

Berdasarkan tabel Model Summary yang menghasilkan nilai R Square sebesar 0.778, hal ini menunjukkan bahwa 100% - 77.8% . sisanya sebesar 22.2% berpengaruh dengan faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pengujian Hipotesis
 Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 4.22
Hasil Uji Regresi Linier Berganda X_1 dan X_2 - Y

Coefficients ^a Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	13.901	2.320		5.992	.000
1 Fasilitas (X1)	.377	.071	.397	5.281	.000
Lokasi (X2)	.370	.056	.500	6.645	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)
 Sumber: Hasil Olahan Data (SPSS 24), 2024

Berdasarkan hasil output SPSS pada tabel di atas, maka dapat diidentifikasi bahwa persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 13.901 + 0.377 X_1 + 0.370 X_2$$

1. Nilai Konstanta a = 13.901 dapat diartikan bahwa jika Fasilitas dan Lokasi bernilai nol maka Kepuasan Konsumen bernilai positif sebesar 13.901.
2. Koefisien regresi Fasilitas $b_1 = 0.377$ dapat diartikan bahwa jika nilai Fasilitas meningkat sebesar satu maka nilai Kepuasan Konsumen juga akan meningkat sebesar 0.377.
3. Koefisien regresi Lokasi $b_2 = 0.370$ dapat diartikan bahwa jika Lokasi meningkat sebesar satu maka nilai Kepuasan Konsumen juga akan meningkat sebesar 0.370.

Uji Hipotesis

a. Uji t (Parsial)

Tabel 4.23
Hasil Uji Regresi X_1 dan X_2 - Y

Coefficients ^a Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t
	B	Std. Error		
(Constant)	13.901	2.320		5.992
1 Fasilitas (X1)	.377	.071	.397	5.281
Lokasi (X2)	.370	.056	.500	6.645

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)
 Sumber: Hasil Olahan Data (SPSS 24), 2024

Adapun untuk untuk menentukan besarnya t tabel dicari dengan menggunakan rumus berikut ini :

$$t_{tabel} = t_{\alpha, df} \text{ (Taraf Alpha x Degree of Freedom)}$$

$$\alpha = \text{tarif nyata } 5\%$$

$$df = (96-2), \text{ maka diperoleh } = 94$$

$$t_{tabel} = 1.985$$

- 1) Pengaruh Fasilitas (X_1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Dari tabel 4.24 diperoleh hasil perhitungan nilai uji t variabel Fasilitas (X_1) dengan t_{hitung} sebesar 5,281 dan signifikansi sebesar 0.000. Karena t_{hitung} lebih besar t_{tabel} ($5,281 > 1.985$) dan signifikansi lebih kecil dari 5% maka H_a diterima dan H_0 ditolak, dapat dinyatakan bahwa Fasilitas (X_1) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

- 2) Pengaruh Lokasi (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Dari tabel 4.24 diperoleh hasil perhitungan nilai uji t variabel Lokasi (X_2) dengan t_{hitung} sebesar 6,645 dan signifikansi sebesar 0.000. Karena t_{hitung} lebih besar t_{tabel} ($6,645 > 1.985$) dan signifikansi lebih kecil dari 5% (0.000) maka H_a diterima dan H_0 ditolak, dapat dinyatakan bahwa Lokasi (X_2) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

Uji F (Simultan)

Tabel 4.24
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3476.095	2	1738.047	71.221	.000 ^b
	Residual	2269.530	93	24.404		
	Total	5745.625	95			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

b. Predictors: (Constant), Lokasi (X2), Fasilitas (X1)

Sumber: Hasil Olahan Data (SPSS 24), 2024

Untuk selanjutnya dalam menentukan besarnya nilai F_{tabel} maka dicari dengan menggunakan rumus berikut ini :

$$F_{tabel} = t_{\alpha, df} \text{ (Taraf Alpha x Degree of Freedom)}$$

$$\alpha = \text{taraf nyata } 5\%$$

$$df = (n-k-1), \text{ maka diperoleh}$$

$$(96-2-1) = 93$$

$$F_{tabel} = 2.70$$

Berdasarkan hasil analisis pada tabel di atas yakni uji ANOVA diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 71.221 sedangkan F_{tabel} (α 0,05) untuk $n = 93$ sebesar 2.70. Jadi $F_{hitung} >$ dari F_{tabel} (α 0,05) atau $71.221 > 2.70$, dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 karena $0,000 < 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa Fasilitas (X_1), Lokasi (X_2) dan secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

Pembahasan

Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa nilai korelasi variabel Fasilitas (X_1) sebesar 0,417, masuk pada interval 0,250 - 0,500 artinya bahwa tingkat hubungan antara variabel Fasilitas (X_1) secara parsial terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y) memiliki tingkat hubungan yang cukup.

Berdasarkan tabel Model Summary tersebut dihasilkan nilai R Square sebesar 0.646. Hal ini menunjukkan bahwa sebesar 64.6% Fasilitas (X_1) berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y), sedangkan sisanya sebesar 35.4% dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Dari tabel 4.26 diperoleh hasil perhitungan nilai uji t variabel Fasilitas (X_1) dengan t_{hitung} sebesar 5,281 dan signifikansi sebesar 0.000. Karena t_{hitung} lebih besar t_{tabel} ($5,281 > 1.985$) dan signifikansi lebih kecil dari 5% maka H_a diterima dan H_0 ditolak, dapat dinyatakan bahwa Fasilitas (X_1) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

Pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan tabel Model Summary tersebut dihasilkan nilai R Square sebesar 0.698. Hal ini menunjukkan bahwa sebesar 69.8% Lokasi (X_2) berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y), sedangkan sisanya sebesar 30.2% dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa nilai korelasi variabel Lokasi (X_2) sebesar 0,487, masuk pada interval 0,250 - 0,500 artinya bahwa tingkat hubungan antara variabel Lokasi (X_1) secara parsial terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y) memiliki tingkat hubungan yang cukup.

Dari tabel 4.26 diperoleh hasil perhitungan

nilai uji t variabel Lokasi (X_2) dengan t_{hitung} sebesar 6,645 dan signifikansi sebesar 0.000. Karena t_{hitung} lebih besar t_{tabel} ($6,645 > 1.985$) dan signifikansi lebih kecil dari 5% (0.000) maka H_a diterima dan H_0 ditolak, dapat dinyatakan bahwa Lokasi (X_2) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

Pengaruh Fasilitas dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa nilai korelasi variabel Fasilitas (X_1) dan Lokasi (X_2) sebesar 0,605, masuk pada interval 0,500 - 0,750 artinya bahwa tingkat hubungan antara variabel Fasilitas (X_1) dan Lokasi (X_2) secara simultan terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y) memiliki tingkat hubungan yang kuat.

Berdasarkan tabel Model Summary yang menghasilkan nilai R Square sebesar 0.778, hal ini menunjukkan bahwa sebesar 77.8% variabel Fasilitas (X_1), variabel Lokasi (X_2) dan variabel memiliki pengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y) dan sisanya sebesar 22.2% berpengaruh dengan faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil analisis pada tabel di atas yakni uji ANOVA diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 71.221 sedangkan F_{tabel} (α 0,05) untuk $n = 93$ sebesar 2.70. Jadi $F_{hitung} >$ dari F_{tabel} (α 0,05) atau $71.221 > 2.70$, dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 karena $0,000 < 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa Fasilitas (X_1), Lokasi (X_2) dan secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil nilai penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Dapat disimpulkan bahwa hasil perhitungan nilai uji t variabel Fasilitas (X_1) dengan t_{hitung} sebesar 5,281 dan signifikansi sebesar 0.000. Karena t_{hitung} lebih besar t_{tabel} ($5,281 > 1.985$) dan signifikansi lebih kecil dari 5% maka H_a diterima dan H_0 ditolak, dapat dinyatakan bahwa Fasilitas (X_1) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Berdasarkan tabel Model Summary tersebut dihasilkan nilai R Square sebesar 0.646. Hal ini menunjukkan bahwa 100% - 64.6% sedangkan sisanya sebesar 35.4% dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
- Disimpulkan bahwa diperoleh hasil perhitungan nilai uji t variabel Lokasi (X_2) dengan t_{hitung} sebesar 6,645 dan signifikansi sebesar 0.000. Karena t_{hitung} lebih besar t_{tabel} ($6,645 > 1.985$) dan signifikansi lebih kecil dari 5% (0.000) maka H_a diterima dan H_0 ditolak, dapat dinyatakan bahwa Lokasi (X_2) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Berdasarkan tabel Model Summary tersebut dihasilkan nilai R Square sebesar 0.698. Hal ini menunjukkan bahwa 100% - 69.8% sedangkan sisanya sebesar 30.2% dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

- Didapat hasil analisis pada tabel di atas yakni uji ANOVA diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 71.221 sedangkan F_{tabel} (α 0,05) untuk $n = 93$ sebesar 2.70. Jadi $F_{hitung} >$ dari F_{tabel} (α 0,05) atau $71.221 > 2.70$, dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 karena $0,000 < 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa Fasilitas (X_1), Lokasi (X_2) dan secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Berdasarkan tabel Model Summary yang menghasilkan nilai R Square sebesar 0.778, hal ini menunjukkan bahwa 100% - 77.8% . sisanya sebesar 22.2% berpengaruh dengan faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah diusahakan dan dilaksanakan sesuai dengan prosedur ilmiah, namun demikian masih memiliki keterbatasan yaitu:

- Faktor-faktor yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen dalam penelitian ini hanya terdiri dari dua variabel, yaitu Fasilitas dan Lokasi, sedangkan masih banyak faktor lain yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen.
- Adanya keterbatasan penelitian dengan menggunakan kuesioner yaitu terkadang jawaban yang diberikan oleh sampel tidak menunjukkan keadaan yang sesungguhnya.

Saran

Adapun saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan, adalah sebagai berikut:

- Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner untuk variabel Fasilitas dapat disimpulkan bahwa Fasilitas yang ada di Apartemen Serpong Greenview Tangerang Selatan memiliki bobot paling kecil adalah pada pernyataan 5 "Apartemen Serpong Greenview Tangerang Selatan mampu menyediakan fasilitas kamar dan fasilitas lain yang menunjang kenyamanan tamu Apartemen Serpong Greenview Tangerang Selatan yang menginap", yaitu ada pada dimensi "Perlengkapan / Perabotan" dengan nilai rata-rata terendah sebesar 2,50, nilai ini pada rentang skala 1,80 - 2,59 masuk dalam dikategorikan tidak baik, dapat dikatakan bahwa teridentifikasi masalah bahwa fasilitas kamar dan fasilitas lain belum dapat menunjang kenyamanan tamu, menurut penulis sebaiknya pihak apartemen memperhatikan fasilitas tersebut guna menambah daya tarik bagi tamu, sehingga tamu yang menginap merasa nyaman dan aman serta senang menginap di Apartemen Serpong Greenview Tangerang Selatan.
- Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner untuk variabel Lokasi dapat disimpulkan bahwa Lokasi yang ada di Apartemen Serpong Greenview Tangerang Selatan memiliki bobot paling kecil adalah pada pernyataan 10 "Apartemen Serpong Greenview Tangerang Selatan mempunyai bangunan yang strategis dan cukup luas", yaitu ada pada dimensi "Ekspansi" dengan nilai rata-rata terendah sebesar 2,71, nilai ini pada rentang skala

2,60 – 3,39 masuk dalam kurang baik, dapat dikatakan bahwa teridentifikasi masalah bahwa bangunan apartemen belum strategis. Maka sebaiknya menurut penulis bahwa atasan lebih sering memperhatikan bangunan serta memodifikasi agar dapat menarik tamu dalam menginap, dengan begitu dapat meningkatkan jumlah tamu serta pendapatan bagi Apartemen Serpong Greenview Tangerang Selatan.

- c. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner untuk variabel Kepuasan Konsumen dapat disimpulkan bahwa Kepuasan Konsumen yang ada di Apartemen Serpong Greenview Tangerang Selatan memiliki bobot paling kecil adalah pada pernyataan 5 “Saya puas dalam memesan kamar pada Apartemen Serpong Greenview Tangerang Selatan karena sangat mudah”, yaitu ada pada dimensi “Faktor Kerja Karyawan” dengan nilai rata-rata terendah sebesar 2,82, nilai ini pada rentang skala 2,60 – 3,39 masuk dalam kurang baik, dapat teridentifikasi masalah bahwa masih banyak karyawan yang belum dapat membantu tamu dalam menangani masalah. Maka sebaiknya menurut penulis adalah dengan adanya kemudahan bagi tamu dalam memesan kamar, baik lewat online ataupun melalui langsung atau resepsionis, dengan begitu dapat meningkatkan kepuasan konsumen dalam menginap di Apartemen Serpong Greenview Tangerang Selatan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Andreas, A. K. (2022). *Pengaruh kepuasan konsumen terhadap Word of Mouth bengkel kelud motor Kediri*. Universitas pembangunan nasional “veteran” Jawa timur.
- [2] Arikunto, S. (2022). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- [3] Arta Rutjuhan, I. I. (2023). Pengaruh Fasilitas dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan : Studi Kasus Mahfoed Life Gym. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, 13*(1).
- [4] Bahrudin, M., & Zuhro, S. (2019). Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam, 3*(1).
- [5] Butarbutar, M. (2021). Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kedai Kopi Baravi Pematangsiantar. *Journal. Ekonomi Efektif, 2*(2).
- [6] Effendy, O. U. (2017). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: CitraAditya Bakti.
- [7] Ferdinand, A. (2020). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- [8] Ghillyer, A. (2021). *Management: A Guide to the Business World*. New York: McGraw-Hill Education.
- [9] Ghozali, I. (2019). *Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- [10] Ghozali, Imam. (2020). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- [11] Griffin, J. (2020). *Customer Loyalty : Menumbuhkan & Mempertahankan Kesetiaan. Pelanggan, Terj. Dwi Kartini Yahya*. Jakarta: Erlangga.
- [12] Hasibuan, M. S. P. (2019). *anajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- [13] Hasibuan, Malayu S.P. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- [14] Heizer, J., & Render, B. (2019). *Operations Management*. Pearson Prentice Hall.
- [15] Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Media Nusa Creative.
- [16] Irawan, H. (2021). *Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- [17] Iskandarsyah, N. M. (2022). Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Murah Di Hadrah Property. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi, 2*(1).
- [18] Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- [19] Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.
- [20] Kotler dan Armstrong. (2018). Prinsip-prinsip Marketing. *Marketing Jurnal, 7*.
- [21] Kotler, P. dan A. (2020). *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Salemba Empat.
- [22] Kuswatingsih. (2021). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- [23] Lenggana, F. M. (2022). Pengaruh Fasilitas dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin, 1*(3).
- [24] Mamonto, Tumbuan, R. (2021). Analisis Faktor-Faktor Bauran Pemasaran (4P) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Podomoro Poigar Di Era Normal Baru. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 9*(2), 110–21.
- [25] Marlina, N. (2023). Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Difwan Jaya Motor. *Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis, 6*(6).
- [26] Mimi, S. (2020). Pengaruh harga, kualitas pelayanan, lokasi dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian di Ranch Market. *Jurnal Ekonom.*
- [27] Nazlia. (2017). Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Saudara Syariah Medan. *Jurnal Bisnis Manajemen Syariah, 4*(1).
- [28] Nitesamito. (2018). *Manajemen Pemasaran , Jakarta Edisi ketiga*.
- [29] Ritonga. (2019). *Manajemen Pemasaran. Konsep dan Aplikasi*. Medan. CV. Manhaji.

- [30] Rohman, F. (2019). Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada PT Six Degrees Coffee Drinkers). *Jurnal Humanis*, 2(2).
- [31] Samsudin, S. (2021). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: Pustaka Setia.
- [32] Sedarmayanti. (2023). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: Refika Aditama.
- [33] Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. *The Journal of Marketing*, 86.
- [34] Suharno, Y. S. (2021). *Marketing in Practice*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- [35] Swastha, Basu, & I. (2019). *Strategi Penjualan*. Penerbit BPFE.
- [36] Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta : Andi.
- [37] Tjiptono, F. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- [38] Tjiptono, F. (2021). *Manajemen Kualitas Jasa*. Yogyakarta: Penerbit Andi. Tjiptono.
- [39] Tohirin, A. (2021). Pengaruh Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Angkringan Modern King's Matador Majenang). *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 1(2).
- [40] Yulianti. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Deepublish Publisher.
- [41] Yuriansyah, A. L. (2019). Persepsi Tentang Kualitas Pelayanan, Nilai Produk Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Management Analysis Journal*, 2(1).
- [42] Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *No ervices Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm (7th ed.)*. New York: McGraw-Hill Education.