

## **PENGARUH HARGA FASILITAS DAN LOKASI TERHADAP TINGKAT KEPUASAN PENGGUNA LAYANAN SEWA KAMAR KOST DI KELURAHAN CIPADUNG KECAMATAN CIBIRU KOTA BANDUNG**

**Abdillah Alkhosy<sup>1</sup>, Aisyah Juliani Puteri<sup>2</sup>, Dina Rahayu<sup>3</sup>, Budi Budiman<sup>4</sup>,  
Deni Kamaludin Yusup<sup>6</sup>, Usep Deden Suherman<sup>6</sup>**

<sup>1</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Email: jumadiahmado@gmail.com

<sup>2</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Email: aisyahjputeri@gmail.com

<sup>3</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Email: dinarahayufo2@gmail.com

<sup>4</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Email: budi2man@uinsgd.ac.id

<sup>5</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Email: dkyusup@uinsgd.ac.id

<sup>6</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Email: usepds@uinsgd.ac.id

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga fasilitas dan lokasi terhadap tingkat kepuasan pengguna layanan sewa kamar kost di Kelurahan Cipadung Kecamatan Cibiru Kota Bandung. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei dengan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Sampel penelitian terdiri dari 20 responden yang merupakan pengguna aktif layanan sewa kamar kost di daerah tersebut. Analisis data dilakukan menggunakan analisis statistik untuk mengukur pengaruh variabel independen (harga fasilitas dan lokasi) terhadap variabel dependen (tingkat kepuasan pengguna). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel independen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan pengguna layanan kamar kost. Secara spesifik, variabel harga fasilitas memiliki pengaruh terbesar karena diikuti oleh harga dan lokasi. Temuan ini menunjukkan bahwa untuk meningkatkan kepuasan pengguna, penyedia layanan kost perlu memberikan perhatian lebih pada peningkatan kualitas fasilitas, penetapan harga yang kompetitif, dan pemilihan lokasi yang strategis. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pengelola kost dalam upaya meningkatkan kualitas layanan mereka dan bagi peneliti lain yang tertarik pada topik serupa.

**Kata Kunci:** Harga, Fasilitas, Lokasi, Kepuasan Pengguna, Layanan Sewa, Kamar Kost.

### **A. Pendahuluan**

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena layanan sewa kamar kost merupakan salah satu pilihan akomodasi yang populer di kalangan pelajar, mahasiswa, dan pekerja di kota-kota besar, termasuk pula di Kelurahan Cipadung Kecamatan Cibiru Kota Bandung. Secara geografis, Kelurahan Cipadung merupakan salah satu area di kawasan Kecamatan Cibiru Kota Bandung yang memiliki banyak tempat kost karena dekat dengan berbagai institusi pendidikan dan pusat kegiatan ekonomi. Dalam persaingan bisnis sewa kamar kost, pemahaman mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pengguna menjadi sangat penting bagi para pengelola kost untuk mempertahankan dan menarik lebih banyak penyewa.

Menurut beberapa pendapat, salah satu bisnis yang akan terus berkembang dengan peminat bertambah adalah properti. Akan tetapi, dalam menjalani sebuah bisnis properti seperti kosan, apartemen ataupun kontrakan, dan yang perlu dipertimbangkan bukan hanya soal modal, tapi juga tantangan bisnis tersebut agar berjalan sesuai dengan keinginan pemilik usaha kostan. Peluang dalam usaha kost-kostan maupun properti lain meliputi potensi pasif stabil dalam peningkatan nilai properti, potensi jadi masukan tambahan dari layanan yang mendukung.

Kost atau sering disebut kost-kostan adalah kamar yang disewa selama kurun waktu tertentu sesuai dengan perjanjian pemilik kamar dan harga yang disepakati. Sewa kamar dilakukan selama kurun waktu satu tahun, atau hanya menyewakan selama satu bulan, tiga bulan, dan enam bulan, sehingga sebutannya menjadi sewa tahunan, bulanan, tri bulanan, dan tengah tahunan. Kamar sewa yang berfungsi sebagai tempat tinggal, saat ini berkembang menjadi sarana pembentukan kepribadian mahasiswa, menggalang pertemanan dengan mahasiswa lain, dan hubungan sosial dengan lingkungan sekitarnya.

Selain itu, kamar sewa juga memiliki dampak pada lingkungan sekitarnya. Masyarakat di sekitar tempat tersebut dapat menyiapkan penambahan sarana pendukung untuk mereka bisa beraktivitas, baik di dalam lokasi kamar sewa itu sendiri maupun di sekitarnya. Dengan demikian, kamar sewa memiliki peranan yang sangat penting bagi pelajar, mahasiswa, maupun masyarakat umum yang berasal dari luar kota atau luar daerah dalam usahanya memenuhi kebutuhan tempat tinggal sementara.

Untuk menghadapi persaingan, perusahaan harus memulai memikirkan pentingnya pelayanan pelanggan secara lebih matang melalui kualitas pelayanan, karena kini semakin disadari bahwa pelayanan (kepuasan pelanggan) merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan. Hanya saja, pemilik usaha kostan perlu memahami tantangan yang mungkin dihadapi, antara lain persaingan ketat, biaya perawatan dan perbaikan tinggi, fluktuasi permintaan hingga potensi adanya masalah dengan penyewa. Selain itu, salah satu hal yang paling penting berkaitan dengan usaha kost-kostan adalah mengetahui secara jelas dan terstruktur berapa modal awal usaha kost-kostan yang dibutuhkan. Besaran modal ini bergantung pada skala bisnis, lokasi properti, sekaligus fasilitas yang disediakan.

Dari sekian banyak faktor yang mempengaruhinya, faktor harga, fasilitas, dan lokasi merupakan tiga faktor utama yang sering dipertimbangkan oleh pengguna dalam memilih layanan sewa kamar kost. Harga yang kompetitif, fasilitas yang memadai, dan lokasi yang strategis dapat meningkatkan daya tarik sebuah kost. Namun, bagaimana ketiga faktor ini secara spesifik mempengaruhi tingkat kepuasan pengguna masih memerlukan penelitian lebih lanjut untuk memberikan gambaran yang lebih jelas.

Usaha kost-kostan memang salah satu bentuk investasi jangka panjang yang menjanjikan di masa kini. Hanya saja ada sejumlah aspek yang perlu dilakukan untuk memaksimalkan potensi keuntungan dengan memahami kondisi pasar yang akan kamu masuki, menyiapkan modal awal usaha kos kosan secara matang, sekaligus menjalankan strategi tepat agar bisa menjalankan pemasaran dan operasional kos secara maksimal. Bahkan dari hasil pengamatan empiris ditemukan bahwa selain harga dan lokasi, ternyata fasilitas tambahan juga sering menjadi pertimbangan antara lain layanan cleaning service mingguan, laundry, internet stabil. Hingga ruang bersama yang nyaman untuk jadi nilai tambah usaha kost-kostan dan membuat penghuni betah tinggal di kosan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh fasilitas dan lokasi terhadap tingkat kepuasan pengguna layanan sewa kamar kost di Kelurahan Cipadung Kecamatan Cibiru Kota Bandung. Dengan mengetahui pengaruh dari masing-masing faktor ini, diharapkan dapat memberikan wawasan bagi pengelola kost dalam merancang strategi yang efektif untuk meningkatkan kepuasan pengguna. Selain itu, Melalui hasil penelitian ini diharapkan juga dapat memberikan kontribusi nyata dalam pengembangan layanan kost yang lebih berkualitas dan kompetitif, serta sekaligus dapat menjadi referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan kepuasan pengguna layanan akomodasi.

Kemudian dari sisi manfaatnya, hasil penelitian ini bukan hanya bermanfaat bagi pengelola kost dalam meningkatkan kualitas layanan mereka, tetapi juga bagi pengguna kost menjadi referensi dalam mendapatkan informasi yang lebih baik untuk memilih akomodasi yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk menganalisis seberapa besar pengaruh fasilitas dan lokasi terhadap tingkat kepuasan pengguna layanan sewa kamar kost di Kelurahan Cipadung Kecamatan Cibiru Kota Bandung.

## B. Metode

Penelitian ini termasuk ke dalam kategori studi kasus dengan metode deskriptif analisis dengan menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu untuk mengidentifikasi pola data, membingkai dan menyajikan informasi yang terkandung dalam penelitian serta untuk penemuan dan pengujian hipotesis dengan uji statistik. Sumber dan teknik pengumpulan data diperoleh dari hasil survey, wawancara, observasi, dan studi kepustakaan. Data penelitian ini merupakan data dalam bentuk angka dan dalam analisis dilakukan secara statistik untuk mengetahui pengaruh fasilitas dan lokasi terhadap tingkat kepuasan pengguna layanan sewa kamar kost di Kelurahan Cipadung Kecamatan Cibiru Kota Bandung. Populasi penelitian ini menggunakan purposive sampling yang dimana pengambilan sampel dilakukan melalui kriteria-kriteria tertentu. Teknik analisis data dilakukan melalui pendekatan statistik dan deduktif, yakni hanya menggunakan uji asumsi klasik, uji determinasi dan uji signifikansi. Melalui hasil penelitian ini diharapkan terumuskan kesimpulan untuk membuktikan hipotesis adanya pengaruh fasilitas dan lokasi terhadap tingkat kepuasan pengguna layanan sewa kamar kost di Kelurahan Cipadung Kecamatan Cibiru Kota Bandung.

## C. Hasil dan Pembahasan

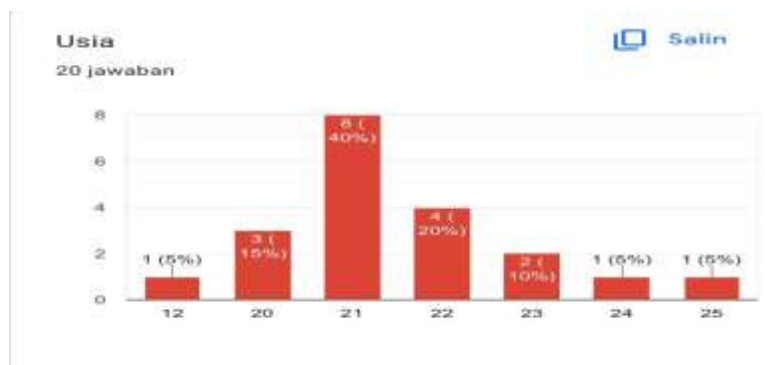
### 1. Hasil Penelitian

Seperti telah dijelaskan sebelumnya, obyek penelitian ini lebih difokuskan untuk menganalisis pengaruh fasilitas dan lokasi terhadap tingkat kepuasan pengguna layanan sewa kamar kost di Kelurahan Cipadung Kecamatan Cibiru Kota Bandung. Atas dasar itu, pada bagian ini akan dijelaskan hasil uji statistik terhadap hubungan antar variable sebagai berikut:

#### 1.1 Deskripsi Umum Obyek Penelitian

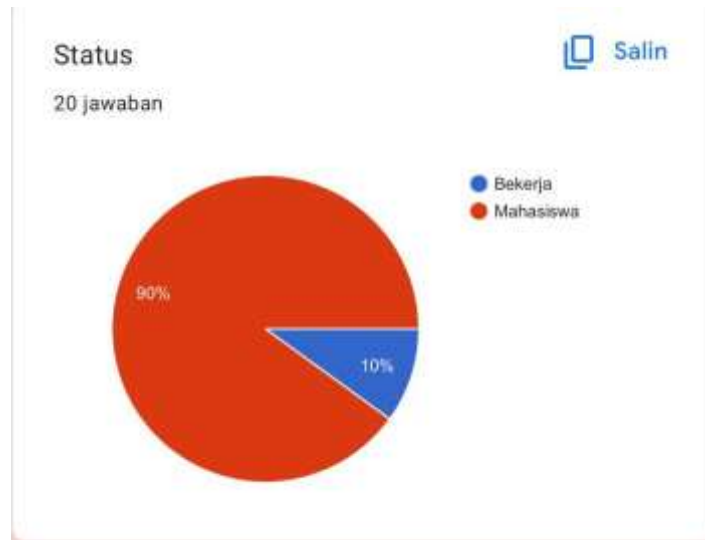
Pada bagian ini, peneliti akan menguraikan terlebih dahulu mengenai obyek penelitian yakni deskripsi umum responden dan tingkat kepuasan responden terhadap tingkat kepuasan penggunaan layanan kamar kost yang diperoleh melalui kuesioner.

Gambar 1: Usia Responden



Berdasarkan hasil pendapat responden yang mengisi kuesioner, dalam penelitian ini diperoleh hasil sebesar 40% responden yang mengisi adalah rata-rata berusia 21 tahun. Ini menunjukkan bahwa berdasarkan hasil kuesioner usia rata-rata yang menggunakan layanan sewa kamar kost di daerah cipadung berusia 21 tahun.

**Gambar 2: Status Responden**



Selanjutnya, berdasarkan hasil responden yang mengisi responden penelitian pada status pengguna layanan sewa kamar kost di Kelurahan Cipadung Kecamatan Cibiru Kota Bandung sebesar 90% rata rata merupakan mahasiswa dan 10% lainnya merupakan penngguna layanan sewa kamar kost yang sudah bekerja.

**Gambar 3: Lamanya Waktu Penggunaan Layanan Sewa Kamar Kost**



Berdasarkan hasil responden penelitian pengguna layanan sewa kamar kost di Kelurahan Cipadung Kecamatan Cibiru Kota Bandung rata rata 35% penngguna menyewa kamar kost selama 1- 2 tahun dan 30% Pengguna layanan kost yang sudah menyewa selama lebih dari 2 tahun.

Gambar 4: Tingkat Kepuasan Pengguna Terhadap Harga Fasilitas Kost



Melihat dari hasil dari responden penelitian kami pengguna layanan sewa kamar kost di Kelurahan Cipadung Kecamatan Cibiru Kota Bandung 65% responden merasa puas terhadap harga dan fasilitas yang diberikan pemilik kamar kost, dan 20% Merasa sangat puas.

Gambar 5: Tingkat Kepuasan Pengguna Terhadap Lokasi Kost



Selanjutnya, dapat kita lihat bahwa lokasi terhadap penyewa kamar kost di Kelurahan Cipadung Kecamatan Cibiru Kota Bandung 60% merasa puas dan 25% merasa sangat puas karena lokasi yang strategis dan mudah dijangkau, dapat disimpulkan bahwa Harga fasilitas dan lokasi pada penelitian ini rata rata responden merasa puas terhadap fasilitas harga dan lokasi kamar kost di Kelurahan Cipadung Kecamatan Cibiru Kota Bandung.

## 1.2 Hasil Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik bertujuan untuk memberikan kepastian dimana persamaan regresi yang didapatkan memiliki ketetapan dan konsisten. Adapun pengujian asumsi klasik dilakukan sebelum pengujian Regresi Linear Berganda, dengan menggunakan uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas. Penelitian ini hanya menggunakan tiga uji saja pada asumsi klasik, dikarenakan data yang digunakan bukan data time series (Sugiyono., 2014)

**Tabel 1: Hasil Uji Normalitas**

### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardize d Residual	
N		20	
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000	
	Std. Deviation	,86668445	
Most Extreme Differences	Absolute	,228	
	Positive	,138	
	Negative	-,228	
Test Statistic		,228	
Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>		,008	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) <sup>d</sup>	Sig.	,007	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,005
		Upper Bound	,009

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Pengujian normalitas data dapat menggunakan Kolmogorov-Smirnov yang ada pada program SPSS, dengan ketentuan:

- Apabila nilai signifikansi  $> 5\%$  (0.05), maka data memiliki distribusi normal
- Apabila nilai signifikansi  $< 5\%$  (0.05), maka data tidak memiliki distribusi normal

Mengacu kepada hasil uji pada Tabel 1 di atas, maka dapat disimpulkan bahwa nilai Asymp. Sig. (2- tailed) sebesar 0.008,  $> \alpha = 0.05$ , berarti sesuai dengan pengambilan keputusan dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov data memiliki distribusi normal dan telah memenuhi syarat normalitas dalam model regresi.

**Tabel 2: Hasil Uji Multikolinieritas**

		Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	-2,134	1,595		-1,338	,199		
	X1	1,042	,160	,841	6,513	<,001	,580	1,725
	X2	,182	,218	,108	,835	,415	,580	1,725

a. Dependent Variable: Y

Menurut (Ghozali, 2016) Uji multikolinearitas digunakan untuk melihat apakah model regresi ditemukan korelasi antar variabel bebas atau variabel terikat. Hasil dari uji multikolinearitas ini menghasilkan tingginya nilai variabel pada sampel, yang berarti standar errornya besar, akibatnya saat nilai koefisien diuji, t-hitung akan bernilai kecil dari t-tabel. Model regresi yang baik adalah dengan tidak terjadinya korelasi atau bebas dari gejala multikolinier. Variance inflation factor (VIF) dan tolerance, digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinearitas pada model regresi, dengan ketentuan:

- Apabila nilai VIF > 10 atau *tolerance* < 0,10, maka dapat dinyatakan terjadi gejala multikolinearitas.
- Apabila nilai VIF < 10 atau *tolerance* > 0,10 maka dapat dinyatakan tidak terjadi gejala multikolinearitas.

Mengacu kepada hasil uji pada Tabel 2 di atas, maka dapat diketahui bahwa mean VIF nya yaitu 1.725, ini menandakan jikalau nilai tersebut tidak lebih dari 10. Maka dapat disimpulkan bahwa data ini tidak terdapat masalah pada multikolinieritasnya.

**Tabel 3: Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	,227	,930		,244	,810
	X1	,092	,093	,306	,989	,337
	X2	-,080	,127	-,196	-,634	,535

a. Dependent Variable: ABS\_RES

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah di dalam suatu model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari satu penelitian ke penelitian yang lainnya. Uji Glejser digunakan untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas, dengan ketentuan sebagai berikut:

- Apabila nilai signifikansi  $> \alpha = 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat heteroskedastisitas.
- Apabila nilai signifikansi  $< \alpha = 0,05$ , dapat disimpulkan bahwa terdapat heteroskedastisitas

Mengacu kepada hasil uji pada Tabel 3 di atas, maka dapat diketahui bahwa nilai signifikansi variabel X1  $0,337 > \alpha = 0,05$ . Sedangkan nilai signifikansi variabel X2 sebesar  $0,535 > \alpha = 0,05$ . Berdasarkan hal tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa hasil ini sesuai dengan pengambilan keputusan dari uji glejser tidak terdapat heteroskedastisitas dalam model regresi

### 1.3 Hasil Uji Determinasi

Uji determinasi atau dikenal sebagai koefisien determinasi ( $R^2$ ) merupakan suatu metrik yang umum digunakan dalam analisis regresi untuk mengukur sejauh mana variasi dari variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen. Koefisien determinasi ini umumnya dihitung dengan mengkuadratkan koefisien korelasi antara variabel independen dan variabel dependen.

Uji Determinasi R square ( $R^2$ ) digunakan untuk menilai seberapa besar pengaruh harga fasilitas dan lokasi terhadap tingkat kepuasan pengguna layanan sewa kamar kost di Kelurahan Cipadung Kecamatan Cibiru Kota Bandung. Nilai R Square dari hasil perhitungan menggunakan software STATA.

Tabel 4: Hasil Uji Determinasi

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,914 <sup>a</sup>	,836	,817	,91625

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan analisis hasil uji determinasi menunjukkan nilai R Square ( $R_2$ ) sebesar 0.836 atau 83,6%. Hasil ini menunjukkan bahwa ada hubungan antara Harga Fasilitas ( $X_1$ ) dan Lokasi ( $X_2$ ) terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna ( $Y$ ) adalah sebesar 83,6% dan sisanya sebesar 16,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian.

Kemudian dalam gambar, Korelasi antara Pengaruh Harga fasilitas ( $X_1$ ) dan lokasi ( $X_2$ ) terhadap kepuasan pelanggan sewa kamar kost di kelurahan Cipadung ( $Y$ ) juga ditunjukkan dengan nilai 0.914 atau 91,4%. Hal tersebut mengindikasikan terdapat korelasi yang kuat antara variabel independen Harga Fasilitas ( $X_1$ ) dan Lokasi ( $X_2$ ) terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna ( $Y$ )

#### 1.4 Hasil Uji Signifikansi

Uji signifikansi digunakan untuk melihat seberapa signifikan pengaruh harga fasilitas dan lokasi terhadap tingkat kepuasan pengguna layanan sewa kamar kost di Kelurahan Cipadung Kecamatan Cibiru Kota Bandung. Uji signifikansi yang digunakan pada penelitian ini yaitu Uji T dan Uji F, sebagai digambarkan pada tabel berikut:

Tabel 5: Hasil Uji Signifikansi Parsial/Uji T

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-2,134	1,595		-1,338	,199		
	X1	1,042	,160	,841	6,513	<,001	,580	1,725
	X2	,182	,218	,108	,835	,415	,580	1,725

a. Dependent Variable: Y

Dari hasil perbandingan antara  $t_{hitung}$  dan  $t_{tabel}$  dalam variabel Harga Fasilitas ( $X_1$ ) diketahui  $t_{hitung} = 6.513$  dan  $t_{tabel}$  dengan  $df = 17$  dan signifikansi 0,05 menunjukkan  $t_{tabel} = 2.109$  artinya  $6.513 > 2.109$  artinya bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang artinya secara parsial variabel independen Harga Fasilitas ( $X_1$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen Tingkat Kepuasan Pengguna Layanan Sewa Kamar Kost di Kelurahan Cipadung Kecamatan Cibiru Kota Bandung ( $Y$ ).

Kemudian jika dianalisis dari hasil perbandingan antara  $t_{hitung}$  dan  $t_{tabel}$  dalam variabel Lokasi ( $X_2$ ) diketahui  $t_{hitung} = 0.835$  dan  $t_{tabel}$  dengan  $df = 17$  dan signifikansi 0,05 menunjukkan  $t_{tabel} = 2.109$  artinya  $0.835 < 2.109$  artinya bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak yang artinya secara parsial variabel independen Lokasi ( $X_2$ ) berpengaruh negatif terhadap variabel dependen Tingkat Kepuasan Pengguna Layanan Sewa Kamar Kost di Kelurahan Cipadung Kecamatan Cibiru Kota Bandung ( $Y$ ).

Tabel 5: Hasil Uji Signifikansi Simultan/Uji F

		ANOVA <sup>a</sup>				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	72,678	2	36,339	43,286	<,001 <sup>b</sup>
	Residual	14,272	17	,840		
	Total	86,950	19			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Berdasarkan hasil perhitungan uji simultan diperoleh nilai Fhitung sebesar 43.286. Setelah dibandingkan dengan nilai Ftabel dengan tingkat signifikansi 0.05 dan jumlah sampel  $N = 20$ , diperoleh nilai dari tabel distribusi F sebesar 19.00. Berdasarkan perbandingan tersebut, nilai Fhitung (43.286) jauh lebih besar daripada nilai Ftabel (19.00) dengan tingkat signifikansi  $0.000 < 0.05$ . Oleh karena itu, kesimpulan yang dapat diambil adalah penolakan  $H_0$  dan penerimaan  $H_a$ . Hal ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama, variabel independen Harga Fasilitas dan Lokasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen tingkat kepuasan pengguna layanan sewa kamar kost di Kelurahan Cipadung Kecamatan Cibiru Kota Bandung.

## 2. Pembahasan

### 2.1 Analisis Pengaruh Harga Fasilitas Terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna Layanan Kamar Kost

Berdasarkan hasil analisis, nilai thitung untuk variabel harga fasilitas ( $X_1$ ) adalah 6.513, sedangkan nilai ttabel pada tingkat signifikansi 0.05 dengan  $df = 17$  adalah 2.109. Karena nilai thitung (6.513) lebih besar daripada ttabel (2.109),  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Ini berarti bahwa secara parsial, variabel harga fasilitas ( $X_1$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan pengguna layanan sewa kamar kost ( $Y$ ). Hal ini menunjukkan bahwa harga fasilitas merupakan salah satu faktor penting yang dipertimbangkan oleh pengguna layanan sewa kamar kost. Harga yang wajar dan sesuai dengan fasilitas yang disediakan dapat meningkatkan kepuasan pengguna.

Hasil penelitian ini relevan dengan teori sebelumnya yang menyatakan bahwa harga yang sesuai dengan kualitas fasilitas yang diberikan cenderung meningkatkan kepuasan pengguna. Harga yang kompetitif namun tetap mempertahankan kualitas fasilitas yang baik akan membuat pengguna merasa mendapatkan nilai lebih dari uang yang mereka keluarkan. Hal ini didukung dengan pendapat Armstrong (2012) yang menjelaskan bahwa harga dapat didefinisikan secara sempit sebagai jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau jasa. Selain itu ia juga menjelaskan bahwa secara luas harga merupakan jumlah nilai yang ditukarkan konsumen untuk keuntungan memiliki dan menggunakan produk atau jasa yang memungkinkan perusahaan mendapatkan laba yang wajar dengan cara dibayar untuk nilai pelanggan yang diciptakannya.

Selain harga, fasilitas juga dipandang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Semua konsumen umumnya sangat mempertimbangkan banyak faktor untuk memilih sebuah kamar kost. Menurut Kotler (2012), fasilitas menjadi salah satu pertimbangan konsumen dalam menentukan pilihan. Semakin lengkap fasilitas yang disediakan pihak kost, maka akan semakin puas konsumen dan akan terus memilih perusahaan tersebut sebagai pilihan prioritas berdasarkan persepsi yang ia peroleh terhadap fasilitas yang tersedia. Fasilitas merupakan penyediaan

perlengkapan-perlengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada para penghuni kost dalam melaksanakan kegiatan-kegiatan sehari-hari.

Hal serupa juga dijelaskan oleh Lupiyoadi (2013) yang menegaskan bahwa fasilitas merupakan segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam menggunakan jasa perusahaan tersebut. segala fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, kelengkapan, desain interior dan eksterior serta kebersihan fasilitas harus diperhatikan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan atau didapat konsumen secara langsung.

## **2.2 Analisis Pengaruh Lokasi Terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna Layanan Kamar Kost**

Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai t-hitung untuk variabel Lokasi ( $X_2$ ) adalah 0.835, sedangkan nilai t-tabel pada tingkat signifikansi 0.05 dengan  $df = 17$  adalah 2.109. Meskipun t-hitung (0.835) lebih besar daripada t-tabel (2.109), hasil ini menunjukkan bahwa variabel Lokasi ( $X_2$ ) memiliki pengaruh negatif terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna Layanan Sewa Kamar Kost (Y). Hal ini menunjukkan bahwa Lokasi merupakan faktor lain yang sangat diperhatikan oleh pengguna layanan sewa kamar kost. Lokasi yang strategis, dekat dengan fasilitas umum seperti kampus, pusat perbelanjaan, dan transportasi umum biasanya menjadi daya tarik utama bagi pengguna.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun lokasi memiliki pengaruh, namun faktor lain seperti harga dan fasilitas mungkin memiliki pengaruh yang lebih dominan dalam menentukan kepuasan pengguna. Pengguna mungkin merasa bahwa fasilitas dan harga yang ditawarkan lebih penting daripada lokasi, atau bisa juga faktor lokasi tidak memenuhi ekspektasi meskipun sudah strategis. Hal ini relevan dengan teori sebelumnya yang dikemukakan oleh Tjiptono (2015) yang menjelaskan bahwa lokasi mengacu pada berbagai aktivitas kegiatan yang berusaha untuk memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen

Pendapat di atas diperkuat oleh Kotler (2014) yang menjelaskan bahwa "*place include company activities that make the product available to target consumers*". Hal senada juga dipertegas oleh Hamdani (2011) yang menjelaskan bahwa lokasi adalah keputusan yang dibuat perusahaan atau instansi pendidikan berkaitan dengan di mana operasi dan stafnya akan ditempatkan. Oleh karena itu, lokasi pada dasarnya merupakan salah satu aspek yang mempengaruhi pengambilan keputusan bagi seseorang atau suatu perusahaan untuk menentukan tempat usaha, menjalankan kegiatan usaha atau kegiatan operasional, dan mendistribusikan barang atau jasa yang menjadi kegiatan bisnisnya kepada konsumen.

Berkenaan dengan hal tersebut, pentingnya mempertimbangkan lokasi bagi perusahaan atau pengusaha sangat menentukan keputusan mempengaruhi keputusan dalam sasaran pasar pembeliannya. Faktor kunci dalam menentukan lokasi, karena: a) lokasi mudah dijangkau; b) ketersediaan lahan parkir; c) tempat yang cukup; dan d) lingkungan sekitar yang nyaman.

## **2.3 Analisis Pengaruh Harga Fasilitas dan Lokasi Terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna Layanan Kamar Kost**

Untuk mengetahui pengaruh simultan antara harga fasilitas dan lokasi terhadap tingkat kepuasan pengguna, dilakukan uji simultan dengan menggunakan Uji F. Hasil analisis Uji F menunjukkan bahwa nilai Fhitung adalah 43.286, sedangkan nilai F-tabel pada tingkat signifikansi 0.05 dan jumlah sampel  $N = 20$  adalah 19.00. Karena nilai F-hitung (43.286) jauh lebih besar daripada nilai Ftabel (19.00) dengan tingkat signifikansi  $0.000 < 0.05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Berdasarkan analisis hasil uji determinasi menunjukkan nilai R Square ( $R^2$ ) sebesar 0.836 atau 83,6%. Hasil ini menunjukkan bahwa ada hubungan antara Harga Fasilitas ( $X_1$ ) dan Lokasi ( $X_2$ ) terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna ( $Y$ ) adalah sebesar 83,6% dan sisanya sebesar 16,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian. Kemudian dalam gambar, Korelasi antara Harga Fasilitas ( $X_1$ ) dan Lokasi ( $X_2$ ) terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna ( $Y$ ) juga ditunjukkan dengan nilai 0.914 atau 91,4%. Hal tersebut mengindikasikan terdapat korelasi yang kuat antara variabel independen Harga Fasilitas ( $X_1$ ) dan Lokasi ( $X_2$ ) terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna ( $Y$ ). Ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama, variabel independen Harga Fasilitas ( $X_1$ ) dan Lokasi ( $X_2$ ) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna Layanan Sewa Kamar Kost ( $Y$ ). Dengan kata lain, kombinasi antara harga yang sesuai dengan fasilitas yang ditawarkan serta lokasi yang strategis secara signifikan meningkatkan kepuasan pengguna.

Hasil penelitian ini menunjukkan betapa pentingnya penyedia layanan sewa kamar kost untuk memperhatikan kedua faktor ini secara bersamaan. Harga yang kompetitif dengan fasilitas yang memadai serta lokasi yang strategis dapat memberikan nilai lebih dan meningkatkan kepuasan pengguna secara keseluruhan. Hal ini relevan dengan teori yang menjelaskan bahwa kepuasan merupakan ukuran menentukan rasa puas, rasa senang, atau perih (hal yang bersifat puas, kesenangan, kelegaan dan sebagainya). Kepuasan dapat pula diartikan sebagai perasaan puas, rasa senang dan kelegaan seseorang dikarenakan mengkonsumsi suatu produk atau jasa untuk mendapatkan pelayanan suatu jasa. Kepuasan merupakan tingkatan di mana kinerja anggapan produk sesuai dengan ekspektasi pembeli. Jika kinerja produk tidak memenuhi ekspektasi, pelanggan kecewa. Sebaliknya jika kinerja produk sesuai dengan ekspektasi, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan sangat puas (Amstrong K. d., 2016).

Hal ini relevan dengan pendapat Abdullah (2012) yang menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Prawitasari (2006) menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang, puas dengan pelayanan dikarenakan sesuai dengan apa yang pelanggan harapkan. Oleh karena itu, untuk mengukur tingkat kepuasan pengguna maka dapat diketahui dengan cara membandingkan antara harapan dan pengalaman dari kinerja penyedia jasa. Harapan berasal dari kata harap yang berarti keinginan supaya sesuatu terjadi, sehingga harapan itu berarti sesuatu yang diinginkan agar dapat terjadi. Dengan demikian harapan lebih banyak berkaitan dengan keinginan yang harus diwujudkan di masa depan, sedangkan kinerja adalah pandangan terhadap pelayanan yang telah diterima konsumen.

#### **D. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa variabel harga fasilitas ( $X_1$ ) dan lokasi ( $X_2$ ) secara signifikan berpengaruh positif terhadap tingkat kepuasan pengguna layanan sewa kamar kost di Kelurahan Cipadung Kecamatan Cibiru Kota Bandung dengan kontribusi sebesar 83,6%, sementara 16,4% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Hasil analisis menunjukkan nilai  $t$  hitung untuk harga fasilitas (6.513) lebih besar dari  $t$  tabel (2.109), mengindikasikan pengaruh positif yang signifikan secara parsial, sementara lokasi memiliki nilai  $t$  hitung (0.835) yang lebih kecil dari  $t$  tabel, menunjukkan pengaruh negatif. Uji simultan dengan nilai  $F$  hitung (43.286) jauh lebih besar daripada  $F$  tabel (19.00) menegaskan pengaruh signifikan keduanya terhadap kepuasan pengguna kamar kost. Korelasi yang kuat antara variabel independen dengan nilai R Square 0.836 menegaskan pentingnya kombinasi harga yang sesuai dengan fasilitas yang ditawarkan serta lokasi yang strategis dalam meningkatkan kepuasan pengguna layanan sewa kamar kost.

## Referensi

- Abdullah. (2012). Manajemen Pemasaran. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Amstrong, G. &. (2012). Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I,. Jakarta : Prenhalindo.
- Amstrong, K. d. (2016). Dasar-dasar Pemasaran. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Andi. Tjiptono, F. (2015). Strategi Pemasaran. Yogyakarta : Andi.
- Basu, S. (2010). Analisa dan Perilaku Konsumen. Yogyakarta: BPFE UGM.
- Fure, H. (n.d.). Lokasi, Keberagaman Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli pada Pasar Traditional Bersehati Calaca. Jurnal EMBA, Vol.1 No.3.
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hamdani., L. d. (2011). Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta : Salemba empat.
- Kotler, P. &. (2014). Principle Of Marketing. New Jersey. Pearson Pretice Hall.
- Kotler, P. d. (2011). Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1 . Jakarta : Erlangga.
- Lupiyoadi, R. (. (2013). Managemen Pemasaran Jasa. Jakarta: Salemba empat.
- Prawitasari, K. d. (2006). Analisa harapan dan persepsi penumpang terhadap kualitas makanan yang disediakan oleh maskapai penerbangan domestik di Indonesia.
- Reksoprayitno, (2004). Sistem Ekonomi dan Demokrasi Ekonomi Jakarta: Bina Grafika
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. (2013). Perilaku Konsumen. Yogyakarta: Penerbit CV. Andi Offset.
- Setiadi. (2003). Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif,Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Suhariyanto. (2018). Statistik Pendapatan. Jakarta: Penerbit BPS RI/BPS- Statistics Indonesia.