



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 3 Nomor 3 Tahun 2023 Page 3918-3932

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

## Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Penghuni Apartemen Taman Anggrek Jakarta Barat

Idrus Alawy Yahya<sup>1✉</sup>, Yosafat Puji Hastoko<sup>2</sup>

UNIVERSITAS ASA INDONESIA

Email: [idruszhigho@gmail.com](mailto:idruszhigho@gmail.com)<sup>1✉</sup>

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi pengaruh Kualitas pelayanan (X1), Fasilitas (X2), dan Lokasi (X3) terhadap kepuasan penghuni (Y1) di Apartemen Taman Anggrek Jakarta Barat. Skala Likert digunakan sebagai instrumen pengukuran dalam penelitian ini, dan sampel acak sebanyak 30 peserta dipilih untuk memastikan validitas dan reliabilitas data. Dalam analisis statistik, sampel terdiri dari 100 responden, dan metode regresi linear berganda dengan menggunakan SPSS-25 digunakan untuk menguji hipotesis mengenai pengaruh simultan dan parsial dari variabel-variabel yang diteliti. Metode Roscoe digunakan untuk menentukan ukuran sampel yang sesuai. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan penghuni dipengaruhi kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi secara simultan. Kepuasan penghuni dipengaruhi secara positif oleh kualitas layanan, fasilitas, dan lokasi, yang semuanya secara positif dipengaruhi oleh kepuasan penghuni.

Kata kunci: *Kepuasan pelanggan; Kualitas produk; Sop Bang Oya; PKL Kedungdoro Surabaya*

### Abstract

This study aims to investigate the effect of service quality (X1), facilities (X2), and location (X3) on occupant satisfaction (Y1) at the Taman Anggrek Apartment in West Jakarta. The Likert scale was used as a measurement instrument in this study, and a random sample of 30 participants was selected to ensure the validity and reliability of the data. In statistical analysis, the sample consisted of 100 respondents, and the multiple linear regression method using SPSS-25 was used to test the hypothesis regarding the simultaneous and partial effects of the variables studied. The Roscoe method was used to determine the appropriate sample size. The findings of this study indicate that occupant satisfaction is influenced by service quality, facilities and location simultaneously. Resident satisfaction is positively influenced by service quality, facilities, and location, all of which are positively influenced by resident satisfaction.

## PENDAHULUAN

dengan tujuan akhir untuk memahami perilaku pembeli dan mencapai tujuan mereka. Marketing mix menjadi cara perusahaan yang bergerak pada bidang properti yang didalamnya memuat jenis produk, harga, promosi, dan tempat yang ditawarkan. Selain itu, strategi tersebut didukung lagi dengan tiga unsur muatan lainnya yaitu orang, proses, dan pelayanan pelanggan. (Hartini, 2017). Mayoritas orang saat ini tertarik ke Jakarta. Peningkatan jumlah penduduk Jakarta setiap tahun menunjukkan hal ini. Secara alami, hal itu akan mempengaruhi terbatasnya jumlah lahan perumahan yang tersedia.

Karena kondisi seperti itu, pengembang real estate memilih untuk membangun rumah tipe vertikal sebagai solusi sekaligus alternatif dari permasalahan tersebut. Ekspansi gedung apartemen di Jakarta Barat menunjukkan dominasinya saat ini. Tentunya hal ini tidak terlepas dari kampus, rumah sakit, dan fasilitas umum lainnya di Jakarta Barat yang menjadi hub bisnis. Bisa dikatakan, persaingan industri apartemen di Jakarta Barat sangat ketat, terbukti dengan pembangunan apartemen yang sedang berlangsung di Jakarta. Untuk menarik pelanggan, manajer harus unggul dalam fasilitas dan layanan mereka.

Setiap pelaku usaha dituntut untuk dapat beradaptasi dengan setiap perubahan yang terjadi dan mengutamakan kepuasan pelanggan sebagai tujuan utamanya. Agar bisnis dapat memuaskan pelanggan, mereka harus terlebih dahulu meneliti keinginan dan kebutuhan pelanggan saat ini dan calon pelanggan (Achmad, 2020).

Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan. Yani (2021) mengatakan bahwa kualitas pelayanan yaitu jumlah dari semua elemen dan kualitas yang membentuk suatu barang atau jasa, dan itu tergantung pada seberapa baik dapat memenuhi kebutuhan eksplisit atau implisit pelanggan atau pengguna layanan. Fasilitas juga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Secara alami, pelanggan dan penduduk saat ini sangat berhati-hati dengan tempat tinggal mereka dan melihatnya. Area yang layak juga akan berdampak baik pada penawaran unit apartemen dan memudahkan penghuninya untuk bergerak sehingga mereka merasa tempat hunian yang saat ini mereka tempati sangat strategis dan efisien. Untuk memastikan kepuasan pelanggan, penyedia layanan harus secara serius mempertimbangkan, memilih, dan memilih lokasi yang dapat disesuaikan dengan potensi perubahan di masa depan dalam lingkungan ekonomi, demografis, budaya, persaingan, dan peraturan.

## Tinjauan Teori dan Pengembangan Hipotesis

### A. Kualitas Pelayanan

Kualitas produk/jasa adalah sejauh mana memenuhi spesifikasinya. Kualitas adalah keseluruhan sifat dan sifat dari suatu produk atau jasa dalam hal kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan yang telah ditentukan sebelumnya atau laten, hal ini termuat dalam *American Society for Quality control* dalam Hayati (2019).

Pelayanan yang baik harus memenuhi *expected service* dan *perceived service*. Service quality menitikberatkan pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan terletak pada persepsi pelanggan terhadap perbedaan harapan dan keinginan pelanggan. Bahwa upaya untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan merupakan inti dari definisi kualitas pelayanan. (Ahmad Mansyur Pane, 2017).

Dikutip dari buku yang berjudul "Manajemen Jasa" karya Fandy Tjiptono, (2000) bahwa Kualitas administrasi adalah keunggulan dan penguasaan yang wajar atas derajat kehebatan untuk memenuhi keinginan klien. Kualitas pelayanan dikatakan memuaskan dan memuaskan apabila diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan harapan. Di sisi lain, kualitas layanan dianggap di bawah standar jika diberikan pada tingkat yang lebih rendah dari yang diantisipasi. Menurut Sriwidodo & Indriastuti, (2010), dalam Kotler (2002: 499) ada lima dimensi yang diukur dengan indikator pada masing-masing dimensinya pada pelayanan yang berkualitas yaitu.

- a. *Dependability* (Kualitas yang tak tergoyahkan atau kapasitas untuk memenuhi jaminan), Dengan indicator sebagai berikut: Janji ditepati sesuai perjanjian awal, dan diagnosis terbukti akurat.
- b. *Responsiveness* (daya tanggap dalam menawarkan jenis bantuan). Dengan indikator sebagai berikut, dimensi ini menekankan sikap penyedia layanan yang menanggapi permintaan, pertanyaan, keluhan, dan masalah pelanggan dengan perhatian, kecepatan, dan ketepatan: Mudah diakses, cepat tanggap, dan terbuka terhadap keluhan pelanggan.
- c. *Assurance* (keyakinan atau kapasitas untuk memberikan jaminan layanan). Dengan indicator sebagai berikut: Jaminan. Pengetahuan, keterampilan, kepercayaan, reputasi.
- d. *Empathy* (memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan) Dengan penanda yang menyertainya: mengingat masalah masa lalu (keluhan, peningkatan, dll.), Sabar sebagai pendengar yang ramah konsumen

- e. *Tangibles* (penampilan sebenarnya dari administrasi). Dengan indikator sebagai berikut: Bukti fisik. Ruang konsultasi, fasilitas umum, perlengkapan, dan bahan-bahan tertulis lainnya.

Dampak dari pelayanan yang memiliki kualitas yang kompeten dan baik sangat mempengaruhi terhadap tingkat kepuasan dari konsumen. Hal ini dikemukakan berdasarkan penelitian yang dikemukakan oleh (Kurniawan & Soliha, 2022).

#### H1: Kualitas Pelayanan Memiliki Pengaruh Yang Signifikan Terhadap Kepuasan Penghuni Apartemen Anggrek Jakarta Barat

##### B. Fasilitas

Guna memenuhi harapan penghuni terdapat sebuah standar bahwa apartemen harus dilengkapi dengan berbagai fasilitas pendukung. Fasilitas pendukung ini meliputi area pemberhentian yang sangat besar, kolam renang, lift untuk barang dagangan dan penghuni, area bermain anak, lintasan lari, fasilitas dengan layanan 24 jam, sistem pengawasan CCTV yang aktif sepanjang waktu, dan lain sebagainya. Fasilitas dapat didefinisikan sebagai segala sesuatu yang bersifat fisik dan disiapkan oleh penyedia layanan untuk memudahkan pelanggan (Afriadi, 2019).

Menurut Tjiptono (2006: 43) dalam (Hartini, 2017) Persepsi pelanggan tentang kualitas berbagai jenis layanan dipengaruhi oleh interaksi antara pelanggan dan fasilitas. Sedangkan Hidayat et al (2023) Fasilitas meliputi fasilitas fisik (bangunan), peralatan, dan perkakas, serta penampilan, kemampuan, dan kondisi lingkungan sekitar dalam mengungkapkan keberadaannya kepada dunia luar.

Sebelum layanan dapat diberikan kepada pelanggan, fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada, penyediaan perlengkapan fisik untuk memudahkan tamu beraktivitas, memastikan kebutuhannya terpenuhi selama tinggal di apartemen (Hartini, 2017). Adapun indikator-indikator yang termuat didalamnya yakni (Handayani et al., 2023) sebagai berikut:

- a. Perencanaan spasial. Kualitas ini dapat dimanipulasi atau dikendalikan oleh perancang untuk menciptakan suasana yang mendorong pelanggan untuk merespon dengan cara yang diinginkan oleh penyedia layanan.
- b. Perencanaan ruangan yang meliputi perencanaan interior dan arsitektur, seperti tata letak furnitur dan perlengkapan ruangan serta alur ruangan.
- c. Perlengkapan/perabotan. Menampilkan barang, berfungsi sebagai tanda selamat datang untuk pelanggan, melindungi barang kecil, dan menunjukkan status pemilik atau pengguna.
- d. Tata cahaya. Misalnya ventilasi yang strategis sehingga cahaya matahari dapat menembus dan pencahayaan di malam hari.

- e. Warna. Dimana variasi dapat memperkuat sentimen dan emosi eksplisit. Misalnya, patriotisme dan sejarah masing-masing bangsa tercermin dari warna benderanya
- f. Pesan-pesan yang disampaikan secara grafis meliputi tampilan visual simbol atau tanda, penempatan, pilihan bentuk fisik, warna, pencahayaan, dan tampilan yang akan digunakan untuk tujuan tertentu.

Beberapa penelitian sebelumnya juga telah mengkaji hubungan antara fasilitas dan kepuasan, salah satunya dilakukan oleh (Afriadi, 2019) bahwa fasilitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, khususnya untuk pasien rawat inap di sebuah rumah sakit di Surabaya.

H2 : Fasilitas Memiliki Pengaruh Yang Signifikan Terhadap Kepuasan Penghuni Apartemen Taman Anggrek Jakarta Barat

### C. Lokasi

Lokasi merupakan aspek penting dari produk apartemen. Lokasi bangunan sendiri menentukan kualitas produk apartemen. Faktor lokasi merupakan salah satu kunci keberhasilan. Daerah dimulai dengan memilih iklim. Peluang pertumbuhan ekonomi, tingkat persaingan, stabilitas, iklim politik, dan faktor lainnya semuanya berperan dalam keputusan lokasi. Menurut Krisdayanto et al (2018) Area atau lokasi adalah pilihan yang dibuat organisasi sehubungan dengan di mana tugas dan stafnya akan ditemukan. Lokasi juga dapat diartikan sebagai lokasi tempat bisnis menampilkan produk atau layanannya kepada pelanggan.

Lokasi seringkali menjadi faktor krusial dalam menentukan keberhasilan suatu jasa. Terdapat dua pertimbangan potensial mengenai wilayah kantor administrasi. Pelanggan terlebih dahulu mendatangi lokasi fasilitas pelayanan umum, dan akses yang mudah. Misalnya, mobil pemadam kebakaran dapat menjangkau. (Ifan Fauzy et al., 2023)

Situmeang, (2017) lokasi adalah mungkin dari tokoh utama campuran promosi ritel (*ritel marketing mix*). Meskipun kedua gerai menjual produk yang sama dan cara yang serupa, akan cenderung lebih berhasil terhadap pebisnis yang memiliki lokasi strategis dari pada yang tidak serta memiliki *setting/ambience* yang bagus. Dapat disimpulkan bahwa, agar bisnis dapat melayani tamu dengan memamerkan barang-barang mereka, lokasi merupakan faktor yang sangat penting.

### Indikator Pemilihan Lokasi

(Atmanegara & Cahyono, 2020) Sementara itu, faktor-faktor berikut harus dipertimbangkan dengan cermat saat memilih lokasi atau indikator lokasi:

1. Kemudahan dalam pengaksesan lokasi tersebut yang bias diakses dengan mudah serta dapat dilalui atau dijangkau oleh kendaraan atau transportasi.

2. Visibilitas atau pemahaman tentang lokasi yang dituju tersebut dapat mudah terlihat melalui sudut pandang baik jarak dekat maupun jarak jauh
3. Lalu-lintas, yang mempertimbangkan dua hal sebagai berikut:
  - a. Lokasi yang ramai dan dekat dengan akses jalan utama
  - b. Dapat diakses kendaraan besar misalnya mobil pemadam dan lainnya.
4. Fasilitas berupa lahan parkir yang besar, aman dan selamat untuk semua jenis kendaraan.
5. Ekspansi atau ukuran lokasi atau wilayah yang besar dan luas yang dapat dipergunakan untuk perluasan lahan usaha selanjutnya.
6. Lingkungan, faktor lingkungan dapat mempengaruhi lajunya penawaran terhadap produk yang disediakan.
7. Kompetisi, Apabila sudah terlalu banyak kompetitor maka perlu bagi pengusaha mempertimbangkan penempatan lokasi usahanya tersebut.

Penelitian terdahulu tentang hubungan kepuasan konsumen dengan letak lokasi diantaranya telah dilakukan oleh (Ali & Khuzaini, 2019) yang mengarahkan penelitian terhadap pilihan membeli rumah di PT Bhummi Kartika Griya Persada dan menemukan bahwa lingkungan mempengaruhi pilihan membeli rumah di PT Bhummi Kartika Griya Persada.

H3 : Lokasi Memiliki Pengaruh Yang Signifikan Terhadap Kepuasan Penghuni  
Apartemen Taman Anggrek Jakarta Barat

#### D. Kepuasan konsumen

Menurut (Nastiti & Astuti, 2019) menyatakan bahwa "Perasaan senang atau kecewa seseorang setelah membandingkan kinerja produk (hasil) dengan kinerja yang diharapkan disebut kepuasan". Menurut (Ayu & Gedhe., 2017) Ketika pelanggan menyadari bahwa kebutuhan dan keinginan mereka telah terpenuhi untuk kepuasan mereka, mereka dikatakan puas. Hanim (2022) menyatakan Penilaian konsumen apakah produk atau jasa tersebut sudah memberikan tingkat kenikmatan yang kurang lebih dapat terpenuhi itulah yang merupakan kepuasan.

Ukuran kualitas barang dan jasa, peningkatan pendapatan masyarakat, dan pertumbuhan industri adalah kepuasan pelanggan. (Hermawan, Salim, Asdar, 2017). Pembeli dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum, Jika presentasi sesuai dengan asumsi, klien akan merasa puas sebaliknya jika kurang dari asumsi klayen akan kecewa dan jika pameran melampaui asumsi, klien akan merasa sangat puas, ceria atau bersemangat.

## Faktor-faktor Kepuasan Konsumen

Menurut Narendra et al (2017) ada beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen memiliki empat indikator utama tersebut, yaitu:

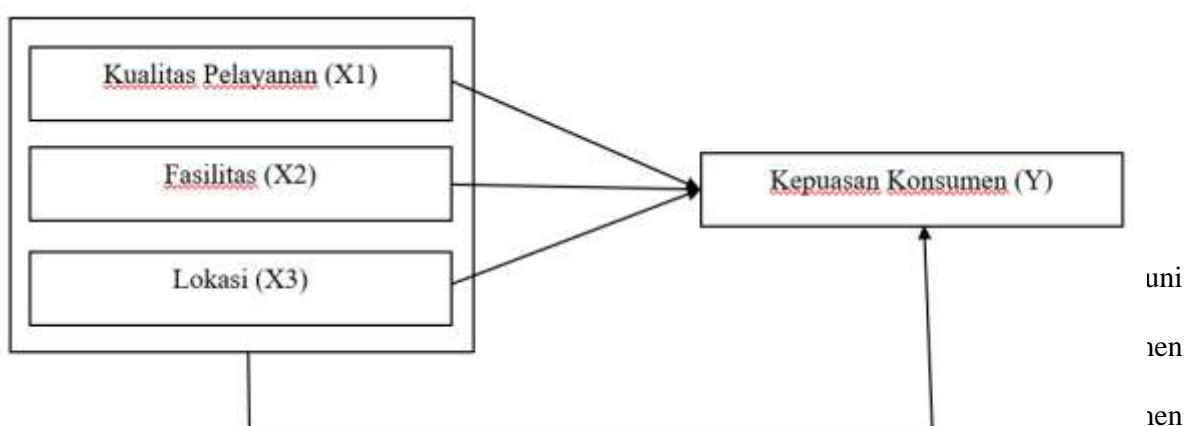
1. *Expectation* (Harapan): Komponen ini mengacu pada harapan atau ekspektasi konsumen sebelum mereka memutuskan mengambil suatu produk atau layanan.
2. *Performance*. Komponen diukur berdasarkan sejauh mana produk atau layanan tersebut memenuhi atau melebihi harapan konsumen. Semakin tinggi kinerja yang diberikan, semakin besar kemungkinan kepuasan konsumen tercapai.
3. *Comparism*. Komponen ini berkaitan dengan kesesuaian terhadap janji atau tawaran-tawaran yang di sampaikan pihak pengelola kepada seuruh penghuni apartemen. Agar konsumen tidak merasa dibohongi oleh pihak manajemen yang tidak bertanggungjawab, sehingga mereka akan merasa puas.
4. *Disconfirmation*. Komponen ini melibatkan perbandingan antara harapan konsumen dan kinerja aktual produk apabila produk atau layanan melebihi harapan, maka konsumen akan merasa terdiskonfirmasi positif dan cenderung merasa puas. Namun, jika kinerja tidak memenuhi harapan, maka konsumen akan merasa terdiskonfirmasi negatif dan cenderung merasa tidak puas.

Menurut penelitian terdahulu Dari hasil penelitian ini bahwa faktor kualitas administrasi, kantor dan wilayah berpengaruh signifikan terhadap pencapaian loyalitas konsumen (Winardi, n.d.).

H4: Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Lokasi Memiliki Pengaruh Secara Bersama Sama Terhadap Kepuasan Penghuni Apartemen Anggrek

### METODE PENELITIAN

#### Kerangka Konseptual



Lokasi Anggrek Jakarta Barat

**H4** Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Lokasi Memiliki Pengaruh Secara Bersama Sama Terhadap Kepuasan Penghuni Apartemen Anggrek Jakarta Barat

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif teknik *accidental sampling* menggunakan teknik *non-probability sampling* yang diujikan pada Penghuni Apartemen Taman Anggrek Jakarta Barat dan bersedia mengisi kuesioner sebagai sampel penelitian dengan target 100 responden. Sugiyono, (2018) metode ini juga termasuk dalam metode konfirmatif, karena digunakan untuk menguji hipotesis dan memperoleh bukti empiris.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Deskripsi Responden

Berdasarkan data yang di kumpulkan, diperoleh data responden dibawah ini.

Tabel 1. Profil Responden

Demografi Responden	Frekuensi	Persentase (%)
Jenis Kelamin		
Laki-laki	62	62
Perempuan	38	38
Total	100	100%
Usia		
<20 tahun	8	8
20 – 30 tahun	75	75
31 – 40 tahun	15	15
>40	2	2
Total	100	100%
Pekerjaan		
Mahasiswa/i	12	12
Karyawan Swasta	68	68
Pelajar	3	3
Wiraswasta	15	15
Ibu rumah tangga	1	1
Wirausaha	1	1
Total	100	100%
Jumlah Kunjungan		
Dua kali/lebih	38	38
Pertama kali	62	62
Total	100	100%

Sumber : Hasil Olah Data 2023

Dalam penelitian ini, mayoritas responden adalah pria dengan persentase 62%. Tujuh puluh lima (75%) persen dari mereka yang disurvei berusia antara 20 dan 30 tahun. Alasannya adalah karena mayoritas responden merupakan karyawan swasta, yang berjumlah 68 orang (68%). Ketika melihat frekuensi kunjungan, ditemukan bahwa persentase tertinggi adalah responden yang hanya berkunjung sekali, dengan jumlah 62 orang (62%). Hal ini mengindikasikan bahwa mayoritas konsumen adalah orang-orang yang baru pertama kali mengunjungi Apartemen Taman Anggrek dan sedang mencoba pengalaman menginap di sana.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 2. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	22.8825443
	Std. Deviation	1.33036041
Most Extreme Differences	Absolute	.074
	Positive	.074
	Negative	-.073
Test Statistic		.074
Asymp. Sig. (2-tailed)		.199 <sup>c,d</sup>

*a. Test distribution is Normal.*

*b. Calculated from data.*

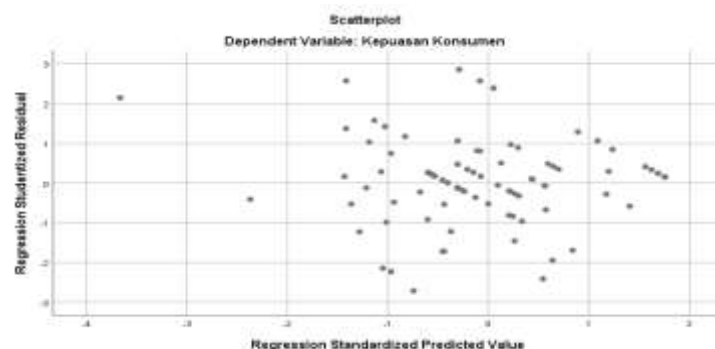
*c. Lilliefors Significance Correction.*

*d. This is a lower bound of the true significance.*

Sumber : Hasil Olah Data 2023

Hasil nilai Asymp. Sig (2-Tailed) 0.199 > 0,05, artinya data terdistribusi normal. Dapat disimpulkan bahwa persyaratan normalitas data telah terpenuhi.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar.1

Berdasarkan gambar di atas Dapat dikatakan bahwa tidak terdapat bukti heterokedastisitas pada data karena kutub titik-titik lemah dan tidak wajar, dan titik-titik terletak di atas dan pada tanda nol pada penjumlahan y.

#### Uji Multikolinearitas

Tabel 3. Uji Multikolinearitas

Coefficients <sup>a</sup>		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kualitas Pelayanan	.396	2.524
	Fasillitas	.438	2.281
	Lokasi	.266	3.753

Sumber : Hasil Olah Data 2023

#### a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

pengaruh kualitas pelayanan (2,524) < 10, fasilitas (2,281) < 10, dan lokasi (3,753), dengan toleransi di atas 0,1 seperti (0,396) kualitas pelayanan, fasilitas (0,438) dan lokasi (0,266) sehingga kesimpulannya data bebas dari gejala multikolinearitas.

#### Uji Lineritas

Untuk mengidentifikasi uji linieritas perlu dilakukan jika terdapat hubungan linier yang signifikan antar variabel. Dengan nilai kepentingannya di bawah 0,05.

Tabel 4 Uji Lineritas

ANOVA Table						
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Konsumen*	Linearity	420.619	1	420.619	135.331	.000
Kualitas Pelayanan						
Kepuasan Konsumen*	Linearity	275.114	1	275.114	57.140	.000
Fasilitas						
Kepuasan konsumen	Linearity	425.419	1	425.419	135.971	.000
* Lokasi						

Sumber : Hasil Olah Data 2023

## Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda diperlukan untuk memahami bagaimana pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Dampak variabel independen terhadap variabel dependen dapat diidentifikasi dan diukur dengan analisis ini.

Tabel 5 Regresi Linier Berganda

		Coefficients <sup>a</sup>		
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
Model		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	2.056	1.596	
	Kualitas Pelayanan	.147	.035	.410
	Fasilitas	.098	.105	.087
	Lokasi	.213	.070	.367

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Hasil Olah Data 2023

Dari table diatas hasil dari *type* regresi ialah: kepuasan konsumen = 2.056 + 0.147 (kualitas pelayanan ) + 0.098 (fasilias) + 0.213 (lokasi)

1. Kepuasan konsumen (Y) akan bernilai 2.056 jika semua variable bebas bernilai 0, yang ditunjukkan oleh nilai konstanta sebesar 2.056.
2. Nilai koefisien kualitas pelayanan sebesar 0.147, berarti apabila kualitas pelayanan meningkat sebesar 1 satuan maka kepuasan konsumen meningkat sebesar 0.147.
3. Nilai koefisien fasilitas sebesar 0.098, berarti apabila fasilitas turun sebesar 1 satuan maka kepuasan konsumen turun sebesar 0.098.
4. Nilai koefisien lokasi 0.213, berarti apabila lokasi naik sebesar 1 satuan maka kepuasan konsumen naik sebesar 0.213.

## Uji F

Uji F digunakan untuk memutuskan apakah model relaps langsung yang berbeda berikutnya dapat digunakan sebagai indikator untuk menilai pengaruh secara simultan variabel bebas terhadap variabel terikat.

Tabel 6. Uji F

ANOVA <sup>a</sup>							
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	R <sup>2</sup>
1	Regression	478.641	3	159.547	55.112	.000 <sup>b</sup>	
	Residual	277.919	96	2.895			
	Total	756.560	99				63,3%

a. Dependent variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictions: (Constant), Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Lokasi

Sumber : Hasil Olah Data 2023

Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai F hitung adalah 55.112, dengan tingkat signifikansi  $0.000 < 0,05$  yang menunjukkan bahwa secara bersama-sama kualitas administrasi, kantor, dan area berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Apartemen Taman Anggrek Jakarta Barat.

Uji T

Tabel 7. Uji T

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		T	Sig.
1	(Constant)	1.288	.201
	KUALITAS PELAYANAN	4.168	.000
	FASILITAS	.928	.356
	LOKASI	3.059	.003

a. *Dependent variable: Kepuasan Konsumen*

b. *Predictions: (Constant), Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Lokasi*

Sumber : Hasil Olah Data 2023

Tabel 7 menyajikan konsekuensi dari tes SPSS yang digunakan untuk menilai dampak antara faktor dependen dan otonom. Dalam konteks ini, perbandingan dengan nilai signifikansi 0,05 memungkinkan kita untuk menentukan dampak dari uji-t.

## SIMPULAN

Kualitas layanan memiliki efek positif pada kepuasan penghuni apartemen taman anggrek jakarta. Hal ini menunjukkan bahwa penghuni cenderung lebih condong untuk menyewa produk jika mereka anggap punya berkualitas tinggi. hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas meningkatkan kepuasan penghuni di apartemen taman anggrek jakarta. fasilitas. Pengaruh lokasi terhadap rasa puas pelanggan yang menginap di apartemen taman anggrek Jakarta mempengaruhi peningkatan. Lokasi yang strategis dan mudah dijangkau dapat membantu meningkatkan kepuasan penghuni. Dapat disimpulkan bahwa Tingkat kepuasan penghuni apartemen Taman Anggrek Jakarta dipengaruhi oleh lokasi apartemen, fasilitas, dan kualitas pelayanan. Ketiga elemen ini saling berhubungan dan memainkan peran penting dalam menentukan preferensi kepuasan penghuni. Dengan demikian, Kualitas pelayanan, fasilitas, dan lokasi apartemen Taman Anggrek Jakarta semuanya berdampak positif terhadap kepuasan penghuni. Oleh karena itu, manajemen apartemen taman anggrek jakarta dapat fokus untuk meningkatkan aspek-aspek tersebut guna meningkatkan daya tarik produk dan mempengaruhi kepuasan penghuni.

## DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, E. R. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Vespabox Kota Malang)*. 7(1), 283.
- Afriadi, Y. (2019). *PENGARUH KUALITAS LAYANAN, HARGA, DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PASIEN RAWAT INAP*. Vol 5 No 6 (2016): *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*.
- Ahmad Mansyur Pane. (2017). *Pengaruh Kualitas Layanan, Fasilitas, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Di Zona Futsal*.
- Ali & Khuzaini. (2019). *PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, LOKASI, DAN FASILITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN RUMAH*. *Khuzaini Khuzaini, Vol 6 No 9 (2017): Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*.  
<http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/1114>
- Ani Septiani. (2016). *Pengaruh Faktor-Faktor Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Di Instalasi Gawat Darurat RSUD Kabupaten Sumedang*. VII(1), 1–21.
- Atmanegara, S., & Cahyono, D. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan, citra perusahaan, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen penghuni hotel ijen view bon dowoso. *Jurnal Sains Unmuhjember.Ac.Id*, 8–30.
- Ayu, I. W., & Gedhe., L. (2017). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Dalam Memilih Taksi Blue Bird Di Bali. *Jurnal IPTA*, 5(1).
- Dwi, D., & Euis, K. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan , Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan pada My Kopi O Semarang. *YUME: Journal of Management*, 5(1), 348–358. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.553>
- Fandy Tjiptono. (2000). *Manajemen Jasa* (Andi Offset (ed.)).
- Handayani, S. S., Rahma, T. I. F., & Nasution, J. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah BPJS Kesehatan di Puskesmas Ujung Kubu Kabupaten Batu Bara. *Ekonomi Bisnis Manajemen Dan Akuntansi (EBMA)*, 4(1), 1206–1222.
- Hanim, N. L. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsuen Mie Gacoan. *E – Jurnal Riset Manajemen*.
- Hartini, S. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Menginap Di Hotel Sakura Palangka Raya. *AL – ULUM ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA*, 3(1), 404–418.
- Hayati, I. (2019). Pengaruh Dimensi Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Padang Bulan Medan). *Aghniya Jurnal Ekonomi Islam*, 1(2), 234–250.
- Hermawan, Salim, Asdar, A. (2017). Effect of Service Quality and Price Perception on

- Corporate Image, Customer Satisfaction and Customer Loyalty among Mobile Telecommunication Services Provider IRA. *International Journal of Management & Social Sciences*, 8(1), 62–73.
- Hidayat, R., Samsudin, A., Setiawan, A. R., & Maharani, F. (2023). Peran Fasilitas dan Mutu Pelayanan terhadap Keputusan Menginap pada Hotel Zest Jemursari Surabaya. *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis*, 4(5), 1220–1229.
- Ifan Fauzy, Seno Sumowo, & Nur Saidah. (2023). Pengaruh Lokasi, Harga Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Stasiun Cafe Balung Jember. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*, 2(1), 47–51.
- Keller K Lane, K. P. (2008). *Manajemen Pemasaran*. 51.
- Krisdayanto, I., Haryono, A. T., & Gagah, E. (2018). Analisis pengaruh harga, kualitas pelayanan, fasilitas, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen di i cafe lina putra net bandungan. *Journal of Management*, 4(4).
- Kurniawan, D. D., & Soliha, E. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan pada My Kopi O Semarang. *YUME: Journal of Management*, 5(1), 348–358. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.553>
- Narendra, M. P., Skarayadi, O., Duda, M., & Adirestuti, P. (2017). Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Di Apotek Kimia Farma Gatot Subroto Bandung. *Kartika Jurnal Ilmiah Farmasi*, 5(1), 31–37. <https://doi.org/10.26874/kjif.v5i1.116>
- Nastiti, A., & Astuti, S. R. T. (2019). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Layanan Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Taksi New Atlas Di Kota Semarang. *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, 8(1), 126–136.
- Situmeang, L. S. (2017). *Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan istana hot plate Medan (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara)*.
- Sriwidodo, U., & Indriastuti, R. T. (2010). Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 10(2), 164–173.
- Sugiyono. (2018). *STATISTIK NONPARAMETRIS UNTUK PENELITIAN* (B. R. SETIADI (ed.)). Penerbit CV. Alfabeta: Bandung.
- Winardi, A. (n.d.). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, FASILITAS, DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN AUTO 2000 KEDIRI HASANUDIN*.
- Yani, R. W. E., Handayani, A. T. W., Kiswaluyo, Hadnyanawati, H., Dwiatmoko, S., Misrohmasari, & Elyda Akhya Afida. (2021). *Buku Ajar Praktek Kerja Lapang Manajemen Pelayanan Kesehatan (PKL MPK)*. UPT Penerbitan & Percetakan Universitas Jember.

<https://doi.org/6236039275>