

PENGARUH LOKASI DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PENGHUNI PERUMAHAN AMORA LAND PROPERTY SINTANG

Imam Asrori ¹, Venny Adhita Octaviani²

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Kapuas Sintang, Jl. Y.C. Oevang Oeray No. 92, Sintang, Indonesia, email: imam_unka@yahoo.co.id

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Kapuas Sintang, Jl. Y.C. Oevang Oeray No. 92, Sintang, Indonesia, email: adhitavenny@gmail.com

Abstract: *This research was conducted to analyze the influence of location and facilities on the satisfaction of residents of Amora Land Property Sintang housing with a sample of 54 consumers who had purchased housing at Amora Land Property Sintang. The results of the research partially show that location has a significant effect on consumer satisfaction (sig t count > 0.05). Furthermore, facilities have a significant effect on consumer satisfaction (sig t < 0.05). The results of the F test showed that location and facilities together (simultaneously) influenced the satisfaction of residents of the Amora Land Property Sintang housing complex as indicated by the calculated F significance value < 0.05.*

Keywords: *Location, Facility, Customer Satisfaction*

Abstrak: Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh lokasi dan fasilitas terhadap kepuasan penghuni perumahan Amora Land Property Sintang dengan sampel konsumen yang telah membeli perumahan pada Amora Land Property Sintang sebanyak 54 responden. Hasil penelitian menunjukkan secara parsial lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (sig t hitung > 0,05). Selanjutnya fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (sig t hitung < 0,05). Hasil uji F diperoleh bahwa lokasi dan fasilitas secara bersama-sama (simultan) mempengaruhi kepuasan penghuni perumahan Amora Land Property Sintang yang ditunjukkan dengan nilai signifikansi F hitung < 0,05.

Kata Kunci: Lokasi, Fasilitas, Kepuasan Konsumen

PENDAHULUAN

Kepuasan pelanggan adalah konsep penting dalam dunia bisnis dan manajemen, karena secara langsung mempengaruhi loyalitas pelanggan, reputasi perusahaan, dan kinerja bisnis secara keseluruhan. Kepuasan pelanggan adalah perasaan atau sikap pelanggan terhadap suatu produk, jasa, atau pengalaman setelah mereka menggunakannya atau berinteraksi dengan perusahaan. Kepuasan ini biasanya diukur berdasarkan perbandingan antara harapan pelanggan

sebelum menggunakan produk atau jasa dan persepsi mereka setelah menggunakannya.

Pada industry property mengenali kepuasan pelanggan menjadi suatu hal penting untuk diketahui oleh perusahaan. Mengetahui kepuasan konsumen sangat penting bagi industri properti karena memiliki dampak langsung terhadap berbagai aspek bisnis dan keberhasilan jangka panjang seperti peningkatan loyalitas pelanggan, konsumen yang puas cenderung lebih

setia dan kurang mungkin berpindah ke pengembang atau agen properti lain.

Konsumen yang puas mungkin akan mempertimbangkan membeli properti tambahan dari pengembang yang sama di masa mendatang, seperti properti investasi atau hunian kedua. Selain itu konsumen yang puas cenderung memberikan rekomendasi positif kepada teman dan keluarga, yang dapat meningkatkan reputasi perusahaan dan menarik pelanggan baru.

Pada aspek finansial, Kepuasan konsumen yang tinggi dapat mendorong peningkatan penjualan dan pendapatan karena pelanggan yang puas lebih mungkin untuk melakukan transaksi tambahan dan merekomendasikan properti kepada orang lain serta mengurangi kebutuhan untuk kampanye pemasaran yang mahal bagi perusahaan. Kepuasan pelanggan pada industry property dapat dipengaruhi oleh lokasi dan fasilitas hunian yang ditawarkan oleh perusahaan property.

Amora Land Property Sintang merupakan salah satu perusahaan yang bergerak pada bidang jual beli perumahan dan merupakan bagian dari PT Rahadian Grup yang didirikan pada tahun 2017. Untuk tipe dan harga rumah yang tawarkan antara lain tipe rumah 36/135 dengan harga cash sebesar Rp. 160.000.000,- dan harga kredit sebesar Rp. 164.500.000,-.

Amora Land Property Sintang menjual perumahan di dua lokasi yang ada di Kabupaten Sintang, yakni Amora Residence yang terletak di Desa Martiguna dan Amora Land yang

terletak di Jerora Satu yang merupakan wilayah pengembangan pemerintah Kabupaten Sintang yang berpotensi berkembang pesat. Berikut data jumlah unit yang dimiliki oleh Amora Land Property Sintang.

Tabel 1. Data Unit Amora Land Property Sintang

| No | Keterangan | Jumlah |
|--------|-----------------|----------|
| 1. | Amora Land | 93 Unit |
| 2. | Amora Residence | 98 Unit |
| Jumlah | | 191 Unit |

Sumber: Amora Land Properti Sintang, Tahun 2024.

Selanjutnya data unit terjual pada Amora Land Property Sintang adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Data Unit Terjual pada Amora Land Property Sintang

| No. | Tahun | Unit Terjual |
|--------|-------|--------------|
| 1 | 2021 | 42 Unit |
| 2 | 2022 | 51 Unit |
| 3 | 2023 | 54 Unit |
| Jumlah | | 147 Unit |

Sumber: Amora Land Property Sintang, Tahun 2024.

Berdasarkan tabel 2 tersebut terlihat bahwa terdapat fluktuasi jumlah unit terjual dari tahun 2021 sampai tahun 2023.

Menurut Park dalam (Irawan 2021:54), mengungkapkan kepuasan pelanggan adalah suatu perasaan pelanggan sebagai respon terhadap produk barang atau jasa yang telah dikonsumsi. Kotler dan Keller (2016:33) mengatakan kepuasan pelanggan sebagai berikut: *"Satisfaction reflects a person's judgment of a product's perceived performance in relationship to expectations. If performance falls short of expectations, the*

customer is disappointed. If it matches expectations, the customer is satisfied. If it exceeds them, the customer is delighted" yang artinya kepuasan mencerminkan penilaian seseorang tentang kinerja produk yang dirasakan dalam kaitannya dengan harapan. Apabila kinerja jauh dari ekspektasi, pelanggan kecewa. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika melebihi ekspektasi, pelanggan senang.

Menurut Indrasari (2019:87-88) dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan, terdapat lima faktor utama dan harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu: 1) Kualitas produk, pelanggan akan merasa puas bila evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan memang berkualitas. 2) Kualitas pelayanan, pelanggan akan merasa puas apabila mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan, 3) Emosional, pelanggan akan merasa bangga dan yakin bahwa orang lain akan kagum terhadap mereka, apabila memakai produk tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. 4) Harga, produk dengan kualitas yang sama tetapi harga yang relatif rendah menawarkan nilai yang lebih besar kepada pelanggan. 5) Biaya, pelanggan yang tidak mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk cenderung merasa puas dengan produk tersebut.

Indikator untuk mengukur kepuasan pelanggan, menurut Indrasari (2019:92) adalah: 1) Kesesuaian harapan, yaitu kepuasan tidak diukur secara

langsung tetapi disimpulkan berdasarkan kesesuaian atau ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja perusahaan yang sebenarnya. 2) Minat berkunjung kembali, yaitu kepuasan pelanggan diukur dengan menanyakan apakah pelanggan ingin membeli atau menggunakan kembali jasa perusahaan. 3) Kesiediaan merekomendasikan, yaitu kepuasan pelanggan diukur dengan menanyakan apakah pelanggan akan merekomendasikan produk atau jasa tersebut kepada orang lain seperti, keluarga, teman, dan lainnya.

Menurut Fandy Tjiptono (2014: 92) "Lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya." Menurut Ujang Suwarman (2011: 280), "Lokasi merupakan tempat usaha yang sangat mempengaruhi keinginan seseorang konsumen untuk datang dan berbelanja".

Pemilihan lokasi menurut Buchari Alma (2013: 105) memilih lokasi usaha yang tepat sangat menentukan keberhasilan dan kegagalan usaha dimasa yang akan datang. Dan selanjutnya menurut Heizer dan Render (2015:112) tujuan strategi lokasi adalah untuk memaksimalkan keuntungan lokasi bagi perusahaan. Keputusan lokasi sering bergantung kepada tipe bisnis.

Menurut Tjiptono (2014: 92) bahwa dalam pemilihan tempat/lokasi fisik perlu beberapa faktor yang harus dipertimbangkan, diantaranya yaitu : 1) Akses, 2) Visibilitas, 3) Lalu lintas

(traffic), 4) Tempat parkir, 5) Ekspansi, 6) Lingkungan, 7) Persaingan, 8) Peraturan pemerintah.

Menurut Kotler dan Amstrong (2019:45) Fasilitas adalah sumber daya fisik yang ada sebelum layanan dapat diberikan kepada konsumen. Contoh fasilitas antara lain kondisi fasilitas, kelengkapan, desain interior dan eksterior, dan tingkat kebersihan, terutama yang berkaitan erat dengan apa yang diinginkan, dialami, maupun diterima secara langsung oleh masyarakat. Sedangkan menurut Tjiptono (2014:16) fasilitas merupakan sumber fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada para konsumen.

Berdasarkan para ahli bahwa fasilitas mempengaruhi layanan yang diterima secara langsung oleh konsumen dalam berbagai faktor yang mendukung kepuasan konsumen.

Menurut Nadianingrum dan Asron (2020:533) indikator fasilitas adalah: 1) Pemikiran/perencanaan spasial, meliputi segala sesuatu yang memiliki hubungan dengan kualitas dan corak untuk digabungkan dan di buat secara benar untuk merangsang reaksi pengetahuan maupun reaksi emosional oleh pelanggan dan orang yang

mengamatinya, 2) Perancangan tempat, dalam hal ini meliputi perancangan/perencanaan mengenai interior dan desain, 3) Perlengkapan/perabotan, mempunyai fungsi untuk sarana yang memberikan kesenangan, serta sebagai hiasan dan sebagai prasarana lain bagi pemanfaatan barang, 4) Tata cahaya dan corak, meliputi pemberian warna pada bangunan dan 5) Elemen pendukung, meliputi tambahan fasilitas selain fasilitas utama.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan bentuk penelitian survey. Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli perumahan pada Amora Land Property Sintang pada tahun 2023 yakni sebanyak 54 Responden. Teknik pengambilan sampel yang akan digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah Sampel Jenuh. Sehingga jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 54 Responden.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan uji regresi liner berganda.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi

| | Item-Total Statistics | | | |
|-----|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
| LK1 | 27.98 | 38.207 | .618 | .909 |
| LK2 | 27.83 | 37.726 | .681 | .905 |
| LK3 | 27.83 | 37.085 | .706 | .903 |

| | | | | |
|-----|-------|--------|------|------|
| LK4 | 28.04 | 34.074 | .797 | .894 |
| LK5 | 28.00 | 34.642 | .695 | .904 |
| LK6 | 28.11 | 34.063 | .722 | .901 |
| LK7 | 28.20 | 34.203 | .752 | .898 |
| LK8 | 28.00 | 33.396 | .785 | .895 |

Sumber: Data Primer, Diolah Tahun 2024

Tabel 3 tersebut di atas menunjukkan nilai r hitung untuk setiap *item* pertanyaan pada setiap *variable* lokasi melebihi r syarat ($> 0,30$), sehingga seluruh *item* pertanyaan dalam instrumen penelitian ini dapat

dinyatakan valid atau tepat digunakan untuk mengukur *variable* penelitian. Selanjutnya hasil uji validitas pada *item*/pertanyaan pada variabel fasilitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Variabel Fasilitas

| Item-Total Statistics | | | | |
|-----------------------|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
| F1 | 32.17 | 44.632 | .777 | .904 |
| F2 | 32.11 | 44.176 | .836 | .900 |
| F3 | 32.24 | 43.582 | .789 | .903 |
| F4 | 32.28 | 44.997 | .702 | .909 |
| F5 | 32.17 | 46.255 | .610 | .916 |
| F6 | 32.22 | 44.704 | .659 | .913 |
| F7 | 32.15 | 48.921 | .632 | .914 |
| F8 | 32.00 | 48.038 | .725 | .909 |
| F9 | 32.00 | 47.509 | .731 | .908 |

Sumber: Data Primer, Diolah Tahun 2024

Tabel 4 tersebut di atas menunjukkan nilai r hitung untuk setiap *item* pertanyaan pada setiap *variable* fasilitas melebihi r syarat ($> 0,30$), sehingga seluruh *item* pertanyaan dalam instrumen penelitian ini dapat

dinyatakan valid atau tepat digunakan untuk mengukur *variable* penelitian. Selanjutnya hasil uji validitas *variable* kepuasan konsumen dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen

| Item-Total Statistics | | | | |
|-----------------------|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
| KK1 | 31.33 | 65.094 | .805 | .935 |
| KK2 | 31.57 | 65.721 | .678 | .943 |
| KK3 | 31.56 | 63.987 | .834 | .934 |
| KK4 | 31.63 | 67.106 | .686 | .942 |
| KK5 | 31.43 | 64.023 | .833 | .934 |
| KK6 | 31.44 | 64.025 | .779 | .937 |
| KK7 | 31.54 | 64.442 | .800 | .935 |
| KK8 | 31.50 | 64.821 | .788 | .936 |
| KK9 | 31.41 | 63.869 | .823 | .934 |

Sumber: Data Primer, Diolah Tahun 2024

Tabel 4 tersebut di atas menunjukkan nilai r hitung untuk setiap *item* pertanyaan pada setiap variable kepuasan konsumen melebihi r syarat ($> 0,30$), sehingga seluruh item pertanyaan dalam instrumen penelitian ini dapat Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas

| Variabel | Cronbach's Alpha | Cronbach's Alpha Standar | Hasil Uji |
|-----------------------|------------------|--------------------------|-----------|
| Lokasi (X1) | 0,913 | 0,60 | Reliabel |
| Fasilitas (X2) | 0,918 | 0,60 | Reliabel |
| Kepuasan Konsumen (Y) | 0,943 | 0,60 | Reliabel |

Sumber: Data Primer, Diolah Tahun 2024.

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas yang terdapat pada tabel 6 tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabel memiliki nilai *Alpha Cronbach* lebih besar dari nilai *cronbach's alpha standar*, sehingga dapat

Tabel 7. Hasil Uji Regresi

| Coefficients ^a | | | | | | |
|---------------------------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | | |
| | | B | Std. Error | Beta | t | Sig. |
| 1 | (Constant) | -5.414 | 2.114 | | -2.561 | .013 |
| | FASILITAS | .416 | .201 | .311 | 2.063 | .044 |
| | LOKASI | .761 | .180 | .640 | 4.239 | .000 |

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Sumber: Data Primer, Diolah Tahun 2024.

Tabel 7 tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut: 1) Nilai konstan dari *unstandardize coefficients* pada output penelitian ini adalah sebesar -5,414 yang menunjukkan bahwa jika tidak terdapat variable fasilitas dan lokasi yang strategis yang disediakan oleh Amora Land Property Sintang maka kepuasan konsumen adalah sebesar -5,414. 2) Nilai

dinyatakan valid atau tepat digunakan untuk mengukur variable penelitian.

Adapun hasil olahan data mengenai uji reliabilitas data instrumen penelitian dapat dirangkum pada tabel 6 sebagai berikut:

disimpulkan bahwa seluruh item di dalam penelitian ini dinyatakan *reliabel*.

Uji Regresi Linier Berganda

Adapun hasil uji regresi linier berganda pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel 7 sebagai berikut:

koefisien regresi (B) yang dihasilkan pada persamaan regresi adalah beta positif yakni 0,761 untuk variable Lokasi (X1) dan 0,416 untuk variable Fasilitas (X2) yang artinya, jika terdapat peningkatan pada fasilitas dan lokasi yang strategis maka akan berdampak pada meningkatnya kepuasan konsumen. 3) Model regresi linier

berganda untuk memprediksi besarnya pengaruh fasilitas dan lokasi terhadap kepuasan konsumen dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut: $Y = -5,414 + 0,416X_1 + 0,761X_2$.

Uji Hipotesis

1. Uji t

Uji t digunakan untuk menguji secara parsial masing-masing variabel. Hasil uji t dapat dilihat pada tabel *coefficient* pada kolom sig (*significance*). Jika probabilitas nilai t signifikan $< 0,05$ maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil uji t dapat dilihat pada tabel 7 hasil uji regresi. Dari tabel tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Besarnya koefisien t hitung pada variable Lokasi (X_1) adalah sebesar

2. Uji F

Tabel 8. Hasil Uji F (Simultan)

| ANOVA ^a | | | | | | |
|--------------------|------------|----------------|----|-------------|---------|-------------------|
| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 3815.554 | 2 | 1907.777 | 194.730 | .000 ^b |
| | Residual | 499.649 | 51 | 9.797 | | |
| | Total | 4315.204 | 53 | | | |

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

b. Predictors: (Constant), LOKASI, FASILITAS

Sumber: Data Primer, Diolah Tahun 2024.

Berdasarkan tabel 8 tersebut, hasil uji F hitung sebesar 194,730 dengan tingkat signifikansi 0,000 kurang dari 0,005. Ini menunjukkan bahwa, variable lokasi (X_1) dan fasilitas (X_2) secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan konsumen (Y) Perumahan Amora Land Property Sintang.

4,239 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 yang kurang dari 0,05, dan dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak, sehingga hipotesis dalam penelitian ini yakni lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan penghuni perumahan Amora Land Property Sintang.

b. Besarnya koefisien t hitung pada variable fasilitas (X_2) adalah sebesar 2,063 dengan tingkat signifikansi kurang dari 0,05. Ini menunjukkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak, sehingga fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan penghuni perumahan Amora Land Property Sintang.

Hasil uji F dapat dilihat pada tabel berikut:

3. Koefisien Determinasi

Koefisien determinan (*R Square*) dapat dipakai untuk memprediksi seberapa besar kontribusi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil pengujian koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel 9 sebagai berikut:

Tabel 8. Koefisien Determinasi

| Model Summary^b | | | | |
|----------------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .940 ^a | .884 | .880 | 3.130 |

a. Predictors: (Constant), LOKASI, FASILITAS

b. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Sumber: Data Primer, Diolah Tahun 2024.

Dari hasil analisis pengolahan data variabel lokasi dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen menunjukkan bahwa besarnya nilai R Square = 0,884 yang artinya, 88,4% kepuasan penghuni perumahan Amora

Land Property Sintang dipengaruhi oleh lokasi yang ditawarkan serta fasilitas yang disediakan oleh pihak Amora Land Property Sintang, sedangkan sisanya sebesar 11,6% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti.

KESIMPULAN DAN SARAN

Adapun kesimpulan dalam penelitian ini yakni:

1. Lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan penghuni perumahan Amora Land Property Sintang yang ditunjukkan dengan nilai signifikan t hitung kurang dari 0,05.
2. Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan penghuni perumahan Amora Land Property Sintang yang ditunjukkan dengan nilai signifikan t hitung kurang dari 0,05.

Sehingga berdasarkan kesimpulan tersebut dapat disarankan :

1. Amora Land Property Sintang harus terus mencari lokasi strategis dalam pembangunan perumahan.

Amora Land Property Sintang terus meningkatkan fasilitas-fasilitas penunjang untuk kenyamanan dan kepuasan penghuni perumahan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Fandi, Tjiptono. 2014. *Service, Quality & Satisfaction*. Edisi 3. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Indrasari, M. 2019. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Irawan, H. 2021. *Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Elex Media Komputindo
- Jay Heizer & Barry Render .2015. *Manajemen Operasi Edisi Ke-11*. Jakarta: Salemba Empat
- Kotler, Philip., dan Gary Armstrong., (2019), *Principles of Marketing*, 14th Ed, Prentice Hall, Jakarta
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.2016. *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1& 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Nadianingrum, Nurul Wahyu dan Asron Saputra. 2020. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Capella Dinamik Nusantara*. Khazanah Ilmu

Berazam Volume 3, Nomor 3,
September 2020. e-ISSN : 2621-9441,
p-ISSN : 2623-1041.

Sumarwan, U. 2011. *Perilaku Konsumen*.
Jakarta: Penerbit Ghalia.