

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN RUMAH KOST SURABAYA BARAT

Vincent Stanley¹ dan Helena Sidharta²

International Bisnis Manajemen, Fakultas Manajemen dan Bisnis, Universitas Ciputra

Surabaya E-mail : vstanley@student.ciputra.ac.id¹, helena.sidharta@ciputra.ac.id²

Abstract: *This research is done to find out the influence of service quality and facilities on customer loyalty. The research data is collected by distributing questionnaires to respondents who are 18 to 26 years old, 27 to 35 years older and above 35 years old, and the research sample collection is taken by purposive sampling. The result of the questionnaire that is obtained is 120 respondents using SPSS software. The result of the research on the relationship of service quality on customer loyalty is significant so that it is concluded that service quality influences significant on customer loyalty. The relationship of facilities on customer loyalty is significant so that it is concluded that facilities influencesignificant on customer loyalty.*

Keywords: *Service Quality, Facility, Customer Loyalty*

Abstrakt: Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap loyalitas pelanggan. Data penelitian dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden yang berumur 18-26 tahun, 27-35 tahun dan >35 tahun, serta pengambilan sampel penelitian dilakukan dengan purposive sampling. Hasil kuesioner yang didapatkan berjumlah 120 responden menggunakan software SPSS. Hasil penelitian pada hubungan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan adalah signifikan, sehingga disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hubungan fasilitas terhadap loyalitas pelanggan adalah signifikan, sehingga disimpulkan bahwa fasilitas berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Loyalitas Pelanggan Pembelian

PENDAHULUAN

Properti menurut Kamus Bahasa Besar Indonesia (KBBI) adalah harta yang berupa tanah dan bangunan serta sarana dan prasarana yang merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari tanah milik dan bangunan. Properti sampai saat ini tetap merupakan salah satu instrumen investasi yang disukai orang-orang di Indonesia. Kelebihan dari properti sebagai instrumen investasi adalah kestabilan kenaikan harga nya dan juga keuntungan yang dapat diperoleh dari menyewakan properti tersebut. Jenis-jenis produk properti berdasarkan bentuknya adalah tanah, rumah, apartemen, gudang, gedung, ruko, kost dan juga hotel (Rumah.com, 2022).

Menurut data dari BPS (2022) kota Surabaya memiliki jumlah perguruan tinggi dan mahasiswa perguruan tinggi terbanyak di provinsi Jawa Timur. Jumlah perguruan tinggi terbanyak di provinsi Jawa Timur sebanyak 74 perguruan tinggi (swasta dan negeri) dengan jumlah mahasiswa sebesar 273.229 orang membuat Surabaya memiliki jumlah mahasiswa perguruan tinggi terbanyak di provinsi Jawa Timur. Jumlah mahasiswa yang banyak tentunya memberikan peluang bagi pebisnis rumah kost karena banyaknya mahasiswa yang membutuhkan akomodasi atau tempat tinggal selama masa belajarnya di perguruan tinggi, terutama mahasiswa yang tempat tinggal nya jauh dari universitas atau berasal dari luar kota (Askara, 2022)

Tingginya harga properti saat ini ini terutama di kota besar membuat para generasi *millenial* memilih untuk menyewa tempat tinggal dibandingkan membeli tempat tinggal. Berdasarkan hasil survei Indonesia *Property Watch* sekitar 47.4% generasi *millenial* memilih untuk tinggal di kost, 47.1% generasi *millenial* memilih untuk tinggal di apartemen dan sisanya memilih tinggal di kediaman keluarga atau saudaranya. Sebanyak 39,9% millenial tinggal di kos atau apartemen dengan sewa dibawah Rp 2 juta per bulan, sebanyak 38,5% menyewa

dengan harga Rp 2 juta hingga Rp 3 juta per bulan dan sisanya 21,6% generasi millennial menyewa dengan harga diatas Rp 3 juta per bulan (Tobing, 2020).

Investor properti rumah kost dapat mendapatkan keuntungan yang banyak dari 2 jenis keuntungan, yaitu dari capital gain atau kenaikan harga properti yang dimiliki dan juga dari pendapatan bulanan sewa kost tersebut sehingga potensi keuntungan sangat besar mengingat secara historis nilai sebuah properti cenderung selalu naik, begitu juga dengan uang sewa nya. Rumah kost juga banyak peminat nya, berdasarkan data dari survei Indonesia Property Watch sebelumnya, lebih dari 47% generasi *millennial* memilih sewa kost karena generasi *millennial* tidak memiliki cukup uang untuk membeli rumah serta menurut data BPS, jumlah mahasiswa perguruan tinggi yang banyak di Surabaya. Kedepan nya karena tren harga properti yang selalu cenderung naik seiring berjalan nya waktu, tidak menutup kemungkinan bahwa harga properti akan terus menjadi semakin mahal sehingga semakin banyak orang yang membutuhkan tempat tinggal sewa seperti Kost dan kebutuhan atau *demand* untuk rumah Kost dapat terus bertumbuh terutama di kotadengan pertumbuhan lapangan kerja maupun pusat edukasi yang semakin tinggi (Martha, 2022).

Melihat berbagai potensi bisnis atau investasi yang besar tersebut, peneliti ingin mempelajari lebih dalam berbagai variabel penting dalam pengelolaan bisnis rumah kost terutama mengenai pengaruh variabel kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap loyalitas pelanggan rumah kost di kota Surabaya Barat. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap loyalitas pelanggan rumah kost di kota Surabaya Barat.

KAJIAN PUSTAKA

Landasan Teori

Kualitas Pelayanan

Kualitas adalah keseluruhan fitur dan karakteristik dari suatu produk ataupun jasa yang dalam kemampuan nya berpengaruh pada tingkat pemenuhan kebutuhan tertentu sesuai dengan fungsi produk atau jasa tersebut. Kualitas berpusat pada konsumen atau pelanggan yang menggunakan produk atau jasa, sedangkan seorang produsen dapat dikatakan telah memberikan kualitas yang baik jika produk atau jasa yang diberikan memenuhi atau melebihi harapan dari konsumen (Kotler & Armstrong, 2008 ; dalam Atmanegara *et al.*, 2019). Pelayanan adalah sebuah kegiatan yang bersifat *intangible* yang dapat memenuhi kebutuhan seseorang dan tidak harus terikat pada penjualan produk atau pelayanan lain (Lupiyoadi, 2013 ; Atmanegara *et al.*, 2019). Menurut Tjiptono (2008, dalam Wasiman *et al.*, 2020) kualitas pelayanan memiliki 5 indikator yaitu keandalan, ketanggapan, jaminan, empati, dan bukti fisik.

Fasilitas

Fasilitas adalah segala sarana pendukung untuk memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi pegawai, konsumen ataupun pengunjung untuk meningkatkan kepuasan serta kinerja usaha (Memah *et al.*, 2015 ; dalam Syahputra *et al.*, 2020). Menurut Tjiptono (2014; dalam DJ, 2019) fasilitas adalah sebuah sumber daya yang berwujud atau *tangible* dan sudah ada sebelum suatu jasaditawarkan kepada konsumen untuk membantu konsumen mendapatkan kepuasan atau kemudahanmelakukan suatu aktivitas tertentu. Menurut Desembrianita & Ruslin (2016, dalam Maryati & Husda, 2020) fasilitas memiliki 3 indikator yaitu kamar yang bersih, rapi, dan nyaman, lobby yang nyaman, dan lokasi yang strategis yaitu lokasi yang mudah dijangkau dan dekat dengan fasilitas umum.

Loyalitas

Loyalitas pelanggan adalah kesediaan dari pelanggan untuk terus berlangganan pada sebuah perusahaan dalam jangka waktu yang panjang dengan terus menggunakan barang dan jasa nya berkali-kali dan dengan suka rela merekomendasikannya ke orang lain (Lovelock & Jochen, 2014 ; dalam Wasiman *et al.*, 2020). Selanjutnya menurut Griffin (2005, dalam Nurhadi, 2022) loyalitas pelanggan adalah perilaku yang terjadi setelah pembelian suatu produk ataupun jasa yang dipengaruhi oleh kepuasan atau ketidakpuasan akan produk atau jasa tersebut sebagai akhir dari proses penjualan. Loyalitas pelanggan adalah komitmen yang dianggap secara mendalam oleh konsumen khusus pelanggan untuk membeli kembali produk atau jasa di masa mendatang. Seorang pelanggan dapat dikatakan *loyal* atau setia jika pelanggan tersebut melakukan pembelian

dengan teratur atau terdapat suatu kondisi yang membuat pelanggan membeli paling sedikit dua kali dalam periode waktu tertentu (Griffin, 2015 ; dalam Ilhamsyah & Mulyani, 2019). 4 Indikator dari loyalitas pelanggan adalah pembelian ulang, pembelian antar lini produk atau jasa lain nya, mereferensikan kepada orang lain, dan kekebalan pada pesaing (Griffin, 2015 ; Ilhamsyah & Mulyani, 2019).

Penelitian Terdahulu

Penelitian Sitio & Ali (2019) menganalisis 4 variabel yaitu kualitas pelayanan (X1), fasilitas (X2), kepuasan pelanggan (Y1), dan loyalitas pelanggan (Y2). Populasi yang diteliti adalah pasien yang pernah dirawat di “*Rawamangun Special Surgery Hospital*” dan sampel yang diteliti adalah 150 pasien. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah dengan kuesioner. Penemuan hasil dari penelitian ini adalah variabel kepuasan pelanggan dan fasilitas berpengaruh secara positif dan signifikan pada kepuasan pelanggan, variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan, serta variabel fasilitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Relevansi penelitian Ali & Sitio dengan penelitian ini adalah variabel yang diteliti sama yaitu kualitas pelayanan dan fasilitas sebagai variabel bebas dan variabel loyalitas pelanggan sebagai variabel terikat.

Penelitian Nurhadi (2022) menganalisis 3 variabel yaitu kualitas pelayanan (X1), fasilitas (X2), dan loyalitas pelanggan (Y1). Populasi yang diteliti adalah perusahaan pengguna MICE di Patra Semarang Hotel & Convention dan sampel yang diteliti adalah perusahaan dan pelanggan MICE sekitar 90 orang. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah dengan Kuesioner. Penemuan hasil dari penelitian ini adalah variabel kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh secara signifikan pada loyalitas pelanggan dan variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang lebih besar dibandingkan variabel fasilitas terhadap loyalitas pelanggan. Relevansi penelitian Nurhadi dengan penelitian ini adalah variabel yang diteliti sama yaitu kualitas pelayanan dan fasilitas sebagai variabel bebas dan variabel loyalitas pelanggan sebagai variabel terikat.

Penelitian Nadeak & Yudhira (2022) menganalisis 3 variabel yaitu fasilitas (X1), kepuasan pelanggan (X2), dan loyalitas pelanggan (Y). Populasi yang diteliti adalah seluruh pelanggan yang berkunjung ulang menginap di Mikie Holiday Resort dan Hotel dan sampel yang diteliti adalah 40 orang. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah dengan kuesioner. Penemuan hasil dari penelitian ini adalah variabel fasilitas dan kepuasan pelanggan berpengaruh secara signifikan pada loyalitas pelanggan dan variabel fasilitas dan kepuasan pelanggan simultan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Relevansi penelitian Nadeak & Yudhira dengan penelitian ini adalah variabel yang diteliti sama yaitu fasilitas sebagai variabel bebas dan variabel loyalitas pelanggan sebagai variabel terikat.

Penelitian Amelia & Safitri (2021) menganalisis 4 variabel yaitu kualitas pelayanan (X1), fasilitas (X2), loyalitas pelanggan (Y), dan kepuasan konsumen (Z). Populasi yang diteliti adalah masyarakat Sampit yang berkunjung ke Cafe Hangout dan sampel yang diteliti adalah 53 orang. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah dengan kuesioner. Penemuan hasil dari penelitian ini adalah variabel kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh secara signifikan pada loyalitas pelanggan, variabel kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, serta variabel kepuasan konsumen berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Relevansi penelitian Amelia & Safitri dengan penelitian ini adalah variabel yang diteliti sama yaitu kualitas pelayanan dan fasilitas sebagai variabel bebas dan variabel loyalitas pelanggan sebagai variabel terikat.

Penelitian Dam & Dam (2021) menganalisis 4 variabel yaitu kualitas pelayanan (X1), *brand image* (X2), kepuasan pelanggan (X3), dan loyalitas pelanggan (Y). Populasi yang diteliti adalah pelanggan dari *supermarket* di Ho Chi Minh, Vietnam dan sampel yang diteliti adalah 299 orang. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah dengan kuesioner. Penemuan hasil dari penelitian ini adalah kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan pada *brand image*, variabel kualitas pelayanan dan *brand image* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, serta variabel kualitas pelayanan, *brand image* dan kepuasan pelanggan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Relevansi penelitian Dam dengan penelitian ini adalah variabel yang diteliti sama yaitu kualitas pelayanan sebagai variabel bebas dan variabel loyalitas pelanggan sebagai variabel terikat.

Hubungan Antar Variabel dan Hipotesis

Hubungan antara Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan penelitian Nurhadi (2022) variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dari suatu usaha. Kualitas pelayanan memiliki dampak yang secara langsung mempengaruhi loyalitas pelanggan dari suatu bisnis karena dengan memberikan suatu pelayanan yang berkualitas, dalam arti pelayanan yang memenuhi atau melebihi ekspektasi dari pelanggan maka pelanggan tersebut memiliki kemungkinan besar akan ingin melakukan pembelian ulang atau menjadi loyal terhadap perusahaan yang telah memberikan pelayanan yang berkualitas tersebut. Pelanggan akan terus berlangganan pada sebuah perusahaan dalam jangka waktu yang panjang dengan terus menggunakan barang dan jasa nya berkali-kali dan dengan suka rela merekomendasikannya ke orang lain sehingga keuntungan yang dapat diperoleh perusahaan secara jangka panjang akan terus meningkat (Lovelock & Jochen, 2014 ; dalam Wasiman *et al.*, 2020). Maka dari itu hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

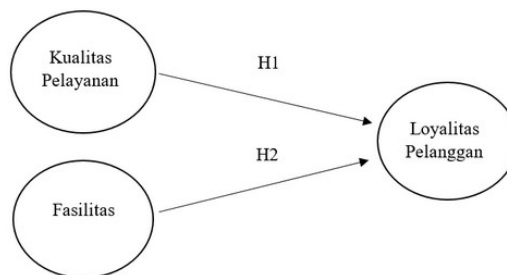
Hipotesis 1 = Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan

Hubungan antara Fasilitas dan Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan penelitian Nadeak & Yudhira (2022) variabel fasilitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dari suatu usaha. Variabel fasilitas mempengaruhi loyalitas pelanggan dari suatu usaha dengan signifikan karena fasilitas yaitu suatu sumber daya yang berwujud dapat membantu pelanggan mendapatkan kemudahan melakukan suatu aktivitas tertentu (Tjiptono, 2014; dalam DJ, 2019). Dengan dimudahkannya kegiatan pelanggan dari fasilitas yang disediakan perusahaan, maka akan timbul rasa nyaman dan terpenuhinya keinginan pelanggan sehingga kemungkinan bagi pelanggan untuk melakukan pembelian ulang lagi bisa semakin baik atau signifikan. Dengan adanya pembelian ulang yang teratur dari pelanggan, maka pelanggan tersebut dapat dikatakan loyal dan dapat lagi-lagi meningkatkan potensi keuntungan dari perusahaan (Griffin, 2015 ; Ilhamsyah & Mulyani, 2019). Maka dari itu hipotesis adalah sebagai berikut :

Hipotesis 2 = Fasilitas berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan

Kerangka Konseptual



Gambar 1. Model Penelitian

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah penelitian kuantitatif. Data dari metode penelitian didapatkan melalui kuesioner yang disebar pada sampel secara online melalui *google form* (Sendari, 2021)

Populasi dan Sampel Penelitian

Dalam penelitian ini populasi yang ditargetkan adalah pelanggan dari rumah kost di Kota Surabaya Barat. Sampel yang akan digunakan adalah pria / wanita berumur 18 tahun keatas, merupakan mahasiswa, pekerja atau wirausahawan yang sedang atau pernah tinggal di rumah kost di Surabaya Barat. Jumlah sampel yang digunakan peneliti adalah 120 individu, didasarkan oleh teori Hair *et al.* (2017) untuk menentukan jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian (Becker & Ismail, 2016 ; Hair *et al.*, 2017 ; dalam Ashoer *et al.*, 2019).

Dalam penelitian ini, variabel akan diukur dengan skala likert. Tingkat persetujuan skala likert likert dalam penelitian ini menggunakan *5 point-Likert scale*, Skor 1 menunjukkan skala atau nilai terendah (Sangat Tidak Setuju) sampai dengan skor 5 yang menunjukkan skala atau nilai tertinggi (Sangat Setuju) (Sugiyono, 2018 : 152). Berikut adalah tabel skala likert untuk pemberian skor yang akan digunakan :

Variabel dan Definisi Operasional

Tabel 1. Variabel dan Definisi Operasional

Variabel	Definisi Konseptual	Indikator	Sumber
Kualitas Pelayanan (X1)	Kualitas pelayanan adalah suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan konsumen atas pelayanan yang mereka terima atau peroleh (Tjiptono & Candra, 2012 ; dalam Atmanegara <i>et al.</i> , 2019 ; Lupiyoadi, 2013 ; dalam Atmanegara <i>et al.</i> , 2019).	A. Keandalan (Reliabilitas) B. Ketanggapan (Responsivitas) C. Jaminan (<i>Assurance</i>) D. Empati (<i>empathy</i>) E. Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>)	<ul style="list-style-type: none"> Tjiptono, 2008 ; dalam Wasiman <i>et al.</i>, 2020
Fasilitas (X2)	Fasilitas adalah sumber daya yang berwujud dan sudah ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen untuk membantu konsumen mendapatkan kepuasan atau kemudahan melakukan suatu aktivitas tertentu (Tjiptono, 2014 ; dalam DJ, 2019).	A. Kamar yang bersih, rapi dan nyaman B. Lobby yang nyaman C. Lokasi yang strategis, mudah dijangkau dan dekat dengan fasilitas umum	<ul style="list-style-type: none"> Desembrianita & Ruslin, 2016
Loyalitas Pelanggan (Y)	Loyalitas pelanggan adalah perilaku yang terjadi setelah pembelian suatu produk ataupun jasa yang dipengaruhi oleh kepuasan atau ketidakpuasan akan produk atau jasa tersebut sebagai akhir dari proses penjualan. Loyalitas pelanggan adalah komitmen yang dianggap secara mendalam oleh konsumen khusus pelanggan untuk membeli kembali produk atau jasa di masa mendatang (Griffin, 2005 ; dalam Nurhadi, 2022)	A. Pembelian Ulang B. Pembelian antar lini produk atau jasa perusahaan C. Mereferensikan kepada orang lain D. Kekebalan pada pesaing	<ul style="list-style-type: none"> Griffin, 2015 Ilhamsyah & Mulyani, 2019

Metode Analisis Data

Untuk metode analisis penelitian ini, peneliti akan menggunakan perangkat lunak SPSS untuk mengolah data responden kuesioner penelitian yang berjumlah 120 responden.

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Analisis Data

Uji Validitas

Uji validitas mengukur valid atau tidaknya suatu instrumen pengukur atau kuesioner dalam suatu penelitian. Suatu tes atau kuesioner dapat dikatakan valid jika pertanyaan atau pernyataan kuesioner dapat merepresentasikan sesuatu yang akan diukur kuesioner dengan baik dan tepat (Ghozali, 2018 : 51). Hasil uji validitas yang telah dilakukan untuk variabel X1, X2, dan Y menunjukkan nilai Korelasi *Pearson* yang lebih besar dibandingkan dengan nilai *r*-tabel (0,1793) sehingga semua pernyataan tersebut dapat dinyatakan sebagai valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas mengukur tingkat keterpercayaan dari sebuah instrumen penelitian atau kuesioner dalam suatu penelitian. Hasil uji reliabilitas yang telah dilakukan pada variabel X1, X2, dan Y menunjukkan nilai *cronbach's alpha* diatas 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang diolah sudah reliabel (Ghozali, 2018).

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah variabel dependen dan independen sudah terdistribusi dengan normal. Hasil uji normalitas yang telah dilakukan pada variabel X1, X2, dan Y menunjukkan nilai asymp. sig. (2-tailed) yang lebih besar dibandingkan tingkat signifikansi (0,05) yaitu senilai 0,200 sehingga dapat dinyatakan kalau data yang didapatkan sudah terdistribusi dengan normal (Ghozali, 2018).

Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen dan variabel dependen penelitian memiliki hubungan yang linear secara signifikan atau tidak. Suatu analisis dapat dikatakan linear jika variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y) menunjukkan hubungan yang linear. Untuk pengambilan keputusan, peneliti menggunakan nilai signifikansi dari Deviation from linearity. Jika nilai signifikansi dari Deviation from linearity diatas dari 0.05 maka dapat dikatakan bahwa hubungan antara variabel X dengan Y memiliki hubungan linear yang signifikan (Ghozali, 2018). Hasil uji normalitas yang telah dilakukan menunjukkan kalau nilai signifikansi dari Deviation from linearity nya adalah 0,355 untuk X1 terhadap Y dan 0,163 untuk X2 terhadap Y sehingga disimpulkan variabel X1 dan X2 memiliki hubungan yang linear terhadap variabel Y.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui jika ada korelasi yang tinggi antar variabel dalam model regresi. Hasil uji multikolinearitas yang telah dilakukan pada variabel X1, X2, dan Y menunjukkan nilai VIF setiap variabel adalah 1,734 yang nilai nya lebih kecil dari 10 dan tolerance yang bernilai 0,577 yang juga berada diatas 0,10. Karena nilai VIF dibawah dari 10 dan nilai tolerance diatas 0,10 maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan fasilitas tidak memiliki gejala multikolinearitas (Ghozali, 2018).

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi dapat dikatakan baik jika tidak terjadi Heteroskedastisitas. Jika nilai signifikansi dari variabel yang diuji memiliki nilai lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas yang telah dilakukan menunjukkan bahwa variabel X1 dan X2 memiliki nilai signifikansi 0,612 serta 0,137 yang nilai signifikansi nya lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi penyimpangan dan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas (Sanjaya, 2016 ; Maulana & Alamsah, 2021).

Uji Regresi Linear Berganda

Hasil output pada penelitian ini diperoleh persamaan regresi linear berikut :

$$Y = 1,391 + 0,471X_1 + 0,420X_2$$

Analisis regresi linear berganda adalah model analisis yang digunakan untuk mengukur pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen. Dari hasil persamaan regresi linear berganda diatas dapat diketahui kalau nilai konstanta dari model regresi adalah positif dengan nilai 1,391, nilai variabel X_1 memiliki nilai positif sebesar 0,471 serta nilai variabel X_2 memiliki nilai positif sebesar 0,420. Ketiga nilai dari model regresi tersebut yaitu konstanta, variabel X_1 dan X_2 memiliki nilai positif yang menunjukkan bahwa hubungan antara variabel memiliki hubungan yang positif.

Uji F

Tabel 2. Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	863.055	2	431.528	110.139	.000 ^b
	Residual	458.411	117	3.918		
	Total	1321.467	119			

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

b. Predictors: (Constant), TOTAL_X2, TOTAL_X1

Uji F adalah uji secara keseluruhan pada garis regresi yang diobservasi untuk melihat apakah ada pengaruh secara bersama antara variabel dependen dengan variabel bebas dalam penelitian. Untuk pengambilan keputusan dapat dilihat dari output nilai dari signifikansi, jika nilai dibawah dari 0.05 maka dapat disimpulkan kalau variabel independen memiliki hubungan secara simultan dengan variabel dependen (Ghozali, 2018). Hasil uji F yang telah dilakukan menunjukkan nilai signifikansi 0,000 yang berarti kurang dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan kalau kualitas pelayanan dan fasilitas secara bersama dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan dengan simultan.

Uji t

Tabel 3. Hasil Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.391	.989		1.406	.162					
	TOTAL_X1	.471	.059	.577	8.048	.000	.775	.597	.438	.577	1.734
	TOTAL_X2	.420	.099	.304	4.234	.000	.679	.364	.231	.577	1.734

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

Uji t adalah sebuah uji hipotesis yang menunjukkan besar dari pengaruh variabel independen secara individual dalam menerangkan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Suatu data dapat dikatakan berpengaruh jika nilai signifikansi dibawah dari 0,05 (Ghozali, 2018). Hasil uji t yang telah dilakukan menunjukkan nilai signifikansi 0,000 yang bernilai lebih rendah dari 0,05 sehingga disimpulkan bahwa variabel variabel X_1 dan X_2 berpengaruh signifikan terhadap variabel Y.

Koefisien Determinasi

Tabel 4. Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.808 ^a	.653	.647	1.979	.653	110.139	2	117	.000

a. Predictors: (Constant), TOTAL_X2, TOTAL_X1

b. Dependent Variable: TOTAL_Y

Uji koefisien determinasi mengukur seberapa jauh kemampuan model untuk menerangkan variasi dari variabel independen. Hasil nilai uji koefisien determinasi yang dilakukan menunjukkan nilai R-Square sebesar 65,3% sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan fasilitas mampu menjelaskan variabel loyalitas pelanggan sebesar 65,3% dan memiliki hubungan yang kuat sisanya 34,7% dijelaskan oleh

variabel lain diluar dari penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa variabel kualitas pelayanan dinyatakan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan rumah kost di kota Surabaya Barat sehingga hipotesis pertama diterima. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai signifikansi dan nilai t hitung dari variabel kualitas pelayanan dimana nilai signifikansi nya berada di angka 0,000 yang lebih rendah dari 0,05 dan nilai t hitung sebesar 8,048 yang nilai nya lebih besar dari t tabel yaitu 1,980. Hal ini menjelaskan bahwa jika para pebisnis atau calon pebisnis rumah kost di kota Surabaya Barat dapat meningkatkan kualitas layanan rumah kost nya dengan baik, maka loyalitas dari pelanggan rumah kost dapat meningkat sehingga kemungkinan bagi pelanggan untuk tetap ingin membeli atau menyewa kamar kost tanpa beralih ke rumah kost lain semakin tinggi.

Hasil penelitian ini didukung oleh hasil penelitian dari Ozkan et al., 2020 ; Ameli & Safitri, 2021 ; dan Nurhadi, 2022 yang semuanya menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan. Kualitas pelayanan adalah sebuah variabel atau faktor yang penting dalam usaha bisnis rumah kost karena bisnis rumah kost pada dasarnya merupakan sebuah jasa atau layanan (service) akomodasi tempat tinggal yang bergantung kepada pengelolaan tenaga manusia atau karyawan yang baik agar pengalaman dari pelanggan saat menginap bisa berjalan nyamandan memuaskan. Pelaksanaan kualitas pelayanan yang optimal adalah strategi yang baik untuk mewujudkan keinginan serta ekspektasi dari pelanggan dimana jika kedua hal tersebut dipenuhi maka timbul rasa nyaman dan puas sehingga loyalitas pelanggan kepada perusahaan bertumbuh.

Pengaruh Fasilitas terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa variabel fasilitas dinyatakan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan rumah kost di kota Surabaya Barat sehingga hipotesis kedua diterima. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai signifikansi dan nilai t hitung dari variabel fasilitas dimana nilai signifikansi nya berada di angka 0,000 yang lebih rendah dari 0,05 dan nilai t hitung sebesar 4,234 yang nilai nya lebih besar dari t tabel yaitu 1,980. Hal ini menjelaskan bahwa jika para pebisnis atau calon pebisnis rumah kost di kota Surabaya Barat dapat meningkatkan fasilitas rumah kost nya dengan baik, maka loyalitas dari pelanggan rumah kost dapat meningkat sehingga kemungkinan bagi pelanggan untuk tetap ingin membeli atau menyewa kamar kost tanpa beralih ke rumah kost lain semakin tinggi.

Hasil penelitian ini didukung oleh hasil penelitian dari Amelia & Safitri, 2021; Nadeak & Yudhira, 2022 ; dan Nurhadi, 2022 yang semuanya menyatakan bahwa variabel fasilitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan. Fasilitas adalah sebuah variabel atau faktor yang penting dalam usaha rumah kost karena jasa atau pelayanan yang diberikan kepada pelanggan dalam usaha ini memerlukan fasilitas pendukung dalam penyampaian nya (Nirwana, 2004 ; dalam Amelia & Safitri 2021). Berbagai fasilitas dalam rumah kost yang dapat disediakan dimulai dari fasilitas kamar tidur, kamar mandi, AC, lobby rumah, wifi, layanan pembersihan kamar dan berbagai fasilitas lain yang dapat memberi kenyamanan kepada konsumen. Fasilitas tentunya sangat penting dan berguna bagi pelanggan karena dapat memberikan kemudahan dan kenyamanan dalam beraktivitas, peningkatan fasilitas yang berbentuk fisik maupun non fisik (layanan) akan meningkatkan jumlah pelanggan yang berkunjung dan meningkatkan loyalitas dari pelanggan.

Implikasi Penelitian

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, ditemukan kalau variabel kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh terhadap loyalitas dari pelanggan rumah kost di kota Surabaya Barat sehingga kedua variabel tersebut perlu di pertimbangkan untuk dikembangkan dan diterapkan bagi pebisnis maupun calon pebisnis yang ingin terjun ke usaha rumah kost di kota Surabaya barat. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan atau pemilik rumah kost bisa ditingkatkan dengan melakukan monitoring terhadap karyawan secara berkala untuk memastikan bahwa karyawan telah memberikan pelayanan yang jujur, ramah, cepat tanggap terhadap keluhan atau kebutuhan konsumen, dan memastikan bahwa karyawan telah memberikan layanan yang berkualitas dalam

arti layanan yang dapat memberikan solusi yang tepat bagi pelanggan agar ekspektasi dari pelanggan terpenuhi.

Penemuan berikutnya mengenai variabel fasilitas, para pebisnis maupun calon pebisnis rumah kost dapat mempertimbangkan untuk menyediakan fasilitas yang lebih baik terutama mengenai kebersihan, kerapian dan kenyamanan kamar kost, lobby kost yang nyaman serta lokasi rumah kost yang strategis untuk meningkatkan loyalitas pelanggan sesuai dengan penemuan penelitian. Fasilitas sebagai sarana pendukung dapat dikembangkan untuk memudahkan aktivitas dari pelanggan dan memberikan kenyamanan baik dari fasilitas fisik seperti fasilitas AC, area parkir, kamar mandi dalam, water heater, dan berbagai fasilitas fisik lainnya maupun fasilitas non-fisik atau pelayanan seperti free laundry, wifi, air minum serta nasi gratis, pembersihan kamar kost setiap minggu oleh karyawan kost agar pelanggan rumah kost merasa nyaman sehingga timbul loyalitas dari pelanggan.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan temuan setelah melakukan penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa :

1. Variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan rumah kost di Kota Surabaya Barat. Hal ini menjelaskan jika kualitas pelayanan yang diberikan rumah kost di Surabaya Barat meningkat, maka loyalitas dari pelanggan rumah kost akan meningkat.
2. Variabel fasilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan rumah kost di Kota Surabaya Barat. Hal ini menjelaskan jika fasilitas yang diberikan rumah kost di Surabaya Barat bagus dan nyaman bagi pelanggan, maka loyalitas dari pelanggan rumah kost akan meningkat.

Saran dan Keterbatasan

Saran dari peneliti berdasarkan temuan penelitian ini adalah pemilik / calon pebisnis rumah kost di Kota Surabaya Barat dapat lebih memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan dengan melakukan *monitoring* secara berkala terhadap karyawan dan meningkatkan kualitas layanan yang diberikan dengan memastikan keramahan, daya tanggap, dan kualitas pengerjaan karyawan sesuai dengan harapan pelanggan guna meningkatkan kualitas layanan usaha yang berdampak pada loyalitas pelanggan.

Pemilik / calon pebisnis rumah kost di Kota Surabaya Barat dapat lebih memperhatikan fasilitas fisik maupun non-fisik yang dapat disediakan dalam rumah kost sebagai sarana pendukung yang memudahkan aktivitas pelanggan. Fasilitas fisik yang dapat disediakan seperti AC, kamar mandi dalam, wifi, meja, *water heater*, dan lemari sedangkan fasilitas non-fisik yang dapat diberikan bisa berupa layanan seperti laundry gratis, air minum gratis, pembersihan kamar kost setiap minggu untuk memberikan kenyamanan dan kemudahan bagi pelanggan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan.

Bagi peneliti selanjutnya yang meneliti variabel loyalitas pelanggan, peneliti selanjutnya dapat menggunakan lebih dari 2 variabel dengan tambahan variabel lain untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel lain kepada minat beli dan peneliti selanjutnya dapat lebih berfokus kepada responden generasi *milenial*. Dalam penelitian ini tidak lepas dari adanya keterbatasan. Peneliti tidak dapat memberi kuesioner secara langsung kepada sebagian dari responden karena disebarakan secara online sehingga tidak ada fungsi kontrol untuk memastikan responden mengisi kuesioner dengan benar serta penelitian ini menggunakan data hasil dari kuesioner yang memiliki kelemahan seperti responden yang tidak bisa memberi penjelasan lebih lanjut mengenai jawaban yang diberikan.

REFERENSI

(2023). Provinsi Jawa Timur Dalam Angka 2023. (617) BPS Provinsi Jawa Timur.

- Amelia Y. T., & Safitri, K. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Konsumen Pada Café Hangout Di Sampit. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 12(1), 95-106
- Ashoer, M., Syahnur, H., & Murdifin, I. (2019). Bagaimana Gaya Hidup mempengaruhi Keputusan Pembelian Tiket Online. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 20(1), 52-65
- Askara, Askara. (2022, 12 Oktober). Bisnis Kos Dekat Kampus, Keuntungannya Luar Biasa. Diakses pada 12 April, 2023 dari <https://www.askara.co/read/2022/10/12/31427/bisnis-kos-dekat-kampus-keuntungannya-luar-biasa>
- Atmanegara, S. Y., Cahyono, D., Qomariah, N. & Sanosra, A., (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Ijen View Bondowoso. *Jurnal Sains Manajemen dan Bisnis Indonesia*, Vol. 9(1), 79-89
- Dam, S.M. & Dam, T.C. (2021). Relationships between Service Quality, Brand Image, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*. 8(3), 585-593
- DJ, Y. R. (2019). Pengaruh Pelayanan, Fasilitas Dan Tarif Kamar Inap Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap Pada Rsi Darus Syifa Di Surabaya. *Jurnal Ekbis: Analisis, Prediksi Dan Informasi*, 20(1), 1252-1260
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25th ed.* (Vol. IX). Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ilhamsyah, & Mulyani, A. (2019). Pengaruh Atmosfer Toko dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Minimarket OMI Koperasi Universitas PGRI Palembang. *JURNAL MANAJEMEN DAN INVESTASI*, 1(2). 104-119
- Martha, I. Y (2022, December 28). 11 Untung-rugi Bisnis Kos-kosan yang Perlu Diketahui. Retrieved on Maret 7, 2023 from <https://www.99.co/id/panduan/bisnis-kos-kosan/>
- Maryati, F. & Husda, N.E. (2020). Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Holiday Hotel di Kota Batam. *Jurnal Magisma*, 8(1), 20-27
- Maulana, Y. I., & Salim, A. (2021). Evaluasi Penggunaan supporting applications for quick data search (SuApQuDaS) Dengan Metode PIECES framework. *Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi Asia*, 15(1), 13-18
- Nadeak, J. A., & Yudhira, A. (2022). Analisa Pengaruh Fasilitas Dan Kepuasan pelanggan Terhadap Loyalitas pelanggan Menginap di Mikie Holiday Resort dan Hotel Berastagi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Keuangan dan Bisnis*. 3(2), 50-62
- Nurhadi, M. (2022). PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN UNTUK MENGADAKAN MICE DI PATRA SEMARANG HOTEL & CONVENTION.
- Properti Adalah Kepemilikan Rumah atau Tanah, Ini Penjelasannya !. (2022, 21 June). Retrieved on 8 Maret, 2023 from <https://www.rumah.com/panduan-properti/properti-adalah-67829>
- Sendari, A. A (2021, July 1). Kuantitatif adalah Jenis Penelitian, Ketahui Kelebihan dan Kekurangannya. Retrieved on Maret 7, 2023 from <https://www.liputan6.com/hot/read/4595738/kuantitatif-adalah-jenis-penelitian-ketahui-kelebihan-dan-kekurangannya>
- Sitio, T., & Ali, H. (2019). Patient Satisfaction Model and Patient Loyalty: Analysis of Service Quality and Facility (Case Study at Rawamangun Special Surgery Hospital). *Scholars Bulletin*, 5(10), 551-559
- Slack, Slack, N.J. and Singh, G. (2020), "The effect of service quality on customer satisfaction and loyalty and the mediating role of customer satisfaction : Supermarkets in Fiji", *The TQM Journal*, Vol. 32 No. 3, pp. 543-558
- Sugiyono, (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Suhartanto, D., Gan, C., Sarah, I.S. and Setiawan, S. (2020), "Loyalty towards Islamic banking: service quality, emotional or religious driven?", *Journal of Islamic Marketing*, Vol. 11 No. 1, pp. 66-80
- Syahputra, R.R., Herman, H. (2020). Pengaruh Promosi dan Fasilitas terhadap Keputusan Menginap di OSHotel Batam. *Jurnal Ilmiah Kohesi*, 4(3), 62-70
- Wasiman, Silitonga, F., & Edy Wibowo, A. (2020). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN HOTEL BINTANG DUA DI KOTA BATAM. *JURNAL CAFETARIA*, 1(2), 64-73