



Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Minat Konsumen Apartemen Gunawangsa Tidar Surabaya

Qori A'yuna¹, Aisyah Darti Megasari²

^{1,2} Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pemuda, Surabaya, Indonesia

Email: ayunaa048@gmail.com¹, admegasari@gmail.com²

Abstract: *This study aims to determine the effect of Service Quality and Facilities on Consumer Interest at the Gunawangsa Tidar Apartment in Surabaya. This research uses Quantitative method. The data used are primary data and data collection techniques using questionnaires. The results of the analysis in this study indicate that the quality of service and facilities has a significant influence on the consumer intention, which can be seen from the results of multiple linear regression analysis with indicating a positive linear pattern, meaning that the quality of service and facilities increases the consumer interest in buying a unit.*

Keywords: *Consumer Intention, Service Quality, Facility*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Minat Konsumen Apartemen Gunawangsa Tidar Surabaya. Penelitian ini menggunakan metode Kuantitatif. Data yang digunakan adalah data primer dan teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner. Hasil analisis pada penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas memberikan pengaruh secara signifikan terhadap minat konsumen yang dapat dilihat dari hasil analisis regresi linier berganda dengan menunjukkan pola linier positif berarti kualitas pelayanan dan fasilitas meningkatkan minat konsumen.

Kata Kunci: Minat Konsumen, Kualitas Pelayanan, Fasilitas

PENDAHULUAN

Persaingan bisnis pada era globalisasi ini adalah fenomena yang sangat menarik untuk disimak, serta memberi peluang bagi pengusaha asing yang masuk ke wilayah Indonesia untuk bersaing dalam mendapatkan konsumen. Persaingan ini dapat membuat bidang industri di Indonesia berkembang dengan cepat. Misalnya bidang usaha properti. Industri bidang properti merupakan salah satu dari bidang industri yang paling banyak diminati dikalangan masyarakat. Umumnya adalah para pebisnis yang melaksanakan tugas dinasnya dengan periode waktu yang lama, maka mereka akan memilih membeli unit apartemen untuk tempat singgah sementara dibandingkan dengan menginap di hotel yang harga permalamnya cukup tinggi. Apalagi kini tinggal dihunian vertikal menjadi sebuah tren di kalangan generasi milenial, itu akan menjadi peluang bisnis yang menjanjikan. Saat ini tidak sedikit apartemen menyediakan sewa harian untuk menginap. dan harganya jauh lebih murah dibanding hotel sehingga cocok dijadikan destinasi *staycation* yang *low-budget* untuk wisatawan. Pembangunan apartemen sendiri merupakan konsekuensi yang logis terutama dikawasan yang berfungsi sebagai pusat kegiatan ekonomi.

Banyak faktor yang dapat mempengaruhi bisnis apartemen yaitu bagaimana cara manajemen apartemen bisa menarik pelanggan dengan memberi pelayanan yang baik agar pelanggan puas dengan pelayanan yang diberi dan tertarik untuk membeli produk yang

Received Juli 30, 2023; Revised Agustus 2, 2023; Accepted September 04, 2023

* Qori A'yuna, ayunaa048@gmail.com

ditawarkan. Pelayanan merupakan hal yang penting bagi perusahaan untuk strategi differensial saat menjual produk yang sama dalam persaingan bisnis dalam masa kini. Pelayanan yang baik akan menciptakan lingkungan yang baik pula dan akan memberikan kenyamanan untuk penghuninya. Hal tersebut memberikan bukti bahwa kualitas pelayanan merupakan aspek yang penting yang harus di perhatikan oleh perusahaan. Pelayanan yang diberikan oleh Manajemen pengelola meliputi: *receptionist, security, cleaning service*, dan lain-lain.

Selain Kualitas Pelayanan yang baik, fasilitas turut menjadi faktor yang menarik minat konsumen. Fasilitas merupakan segala sesuatu yang dapat melancarkan dan memudahkan konsumen dalam melaksanakan suatu kegiatan (Wahyudi, 2018). Salah satu kelebihan dan keunggulan yang dimiliki apartemen adalah fasilitasnya yang lengkap, Mulai dari kolam renang, taman publik, *Laundry, food court*, hingga minimarket dalam gedung. Dengan hal tersebut penghuni apartemen tidak perlu keluar lingkungan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari mereka. Konsumen pada masa sekarang ini merupakan konsumen yang sangat berhati-hati dalam membelanjakan uang mereka. Banyak pertimbangan yang mereka lakukan untuk membeli sebuah produk. Fasilitas menjadi salah satu faktor yang membuat konsumen mempertimbangkannya dalam memenuhi kebutuhannya. Fasilitas yang lengkap dan nyaman memudahkan konsumen untuk merasa puas (Fahreza, 2019). Pada tingkat harga yang hamper sama, fasilitas yang tersedia semakin lengkap yang akan menarik konsumen memilih produk dari perusahaan tersebut dan menjadi pilihannya sesuai dengan persepsi yang telah diperoleh terhadap fasilitas yang tersedia.

Penelitian ini sebanding dengan penelitian yang dilaksanakan oleh Wahyudi pada tahun 2018 bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas mempengaruhi secara signifikan terhadap minat konsumen.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif yaitu Teknik yang menggunakan instrumen untuk menguji sampel yang diteliti dan datanya bersifat statistik (Sugiyono, 2020:16). Penelitian kuantitatif memerlukan sebuah tempat atau wilayah berkumpulnya objek atau subjek ntuk mencari bahan penelitian atau yang disebut populasi penelitian Populasi pada penelitian ini adalah Seluruh Penghuni yang membeli unit Apartemen Gunawangsa Tidar Surabaya dengan pengambilan sampel sebanyak 94 orang dengan menggunakan teknik random sampling. Teknik pengumpulan datanya menggunakan kuisioner dan teknik analisis datanya menggunakan teknik analisis regresi linier berganda dengan dibantu aplikasi SPSS Versi 26.00.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penyebaran kuisioner yang telah diisi oleh responden mendapatkan hasil uji sebagai berikut:

Tabel

Hasil Uji Validitas

Item Soal	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)			
X101	0.493	0.202	Valid
X102	0.657	0.202	Valid
X103	0.771	0.202	Valid
X104	0.662	0.202	Valid
X105	0.739	0.202	Valid
X106	0.672	0.202	Valid
X107	0.776	0.202	Valid
X108	0.682	0.202	Valid
X109	0.769	0.202	Valid
X110	0.712	0.202	Valid
Fasilitas (X2)			
X201	0.539	0.202	Valid
X202	0.637	0.202	Valid
X203	0.606	0.202	Valid
X204	0.675	0.202	Valid
X205	0.660	0.202	Valid
X206	0.587	0.202	Valid
X207	0.744	0.202	Valid
X208	0.701	0.202	Valid
X209	0.679	0.202	Valid
X210	0.670	0.202	Valid
X211	0.647	0.202	Valid
X212	0.583	0.202	Valid
Minat Konsumen (Y)			
Y01	0.756	0.202	Valid
Y02	0.828	0.202	Valid
Y03	0.728	0.202	Valid
Y04	0.831	0.202	Valid
Y05	0.739	0.202	Valid
Y06	0.695	0.202	Valid

(Sumber: SPSS 26.00)

Tabel
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
X1	0.879	Reliabel
X2	0.869	Reliabel
Y	0.857	Reliabel

(Sumber: SPSS 26.00)

Berdasarkan Uji Validitas dengan *Pearson Product Momen* pada 28 soal yang di tes, didapatkan hasil bahwa semua soal memiliki nilai $r > 0,202$, dan taraf signifikansi $< 0,05$. Maka dapat disimpulkan semua soal valid. Uji reliabilitas penelitian ini mengadopsi metode *Cronbach Alpha* sebagaimana menurut Ghozali (2018:46) yaitu jika koefisien *Cronbach Alpha* $> 0,70$ maka pernyataan dinyatakan reliabel dan sebaliknya. Uji Reliabilitas dalam penelitian ini memperoleh nilai Cronbach Alpha $0,857 > 0.70$ berarti seluruh item soal reliabel. Kemudian dilanjutkan dengan uji asumsi klasik yaitu:

Tabel
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Kualitas Pelayanan	.463	2.162
Fasilitas	.463	2.162

Dependent Variable: Minat Konsumen

(Sumber: SPSS 26.00)

Tabel
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Unstandardized Residual	
N		94
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.85031992
Most Extreme Differences	Absolute	.066
	Positive	.060
	Negative	-.066
Test Statistic		.066
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

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

(Sumber: SPSS 26.00)

Tabel
Hasil Uji Heterokedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.488	1.646		1.512	.134
	Kualitas Pelayanan	.018	.045	.041	.398	.692
	Fasilitas	-.031	.025	-.130	-1.243	.217

a. Dependent Variable: RES2

(Sumber: SPSS 26.00)

Berdasarkan model regresi, uji multikolinearitas tidak boleh ada korelasi antar variabel di dalamnya. Dalam item soal yang telah di uji didapatkan nilai *tolerance* $0,463 > 0,10$ dan nilai VIF $2,162 < 10,00$ yang artinya didalam model regresi tersebut tidak terjadi multikolinearitas. Pada Uji Normalitas penelitian ini didapat nilai signifikansi $0,200 > 0,05$ yang artinya data berdistribusi normal. Dalam Uji Heteroskedastisitas pada penelitian ini diperoleh nilai signifikan untuk Kualitas Pelayanan $0,692 > 0,05$ dan Fasilitas $0,217 > 0,05$. Keduanya tidak terdapat jalinan yang sistematis antara variabel dan nilai residualnya. Kemudian dilanjutkan dengan uji hipotesis yaitu:

Hasil Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.873	2.152		4.124	.000
	Kualitas Pelayanan (X1)	.268	.590	.430	4.564	.001
	Fasilitas (X2)	.261	.072	.468	3.595	.001

a. Dependent Variable: Minat Beli (Y)

(Sumber: SPSS 26.00)

Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		<i>Sum of Squares</i>	<i>df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
1	<i>Regression</i>	152.956	2	76.478	18.225	.000 ^b
	<i>Residual</i>	381.863	91	4.196		
	<i>Total</i>	534.819	93			

a. *Dependent Variable: Minat Beli (Y)*

b. *Predictors: (Constant), Fasilitas (X2), Kualitas Pelayanan (X1)*

(Sumber: SPSS 26.00)

Kualitas Pelayanan memperoleh nilai signifikansi sebesar $0,01 < 0,05$ dan nilai t hitung $4.564 > 1.990$ yang artinya hipotesis 1 diterima. Sedangkan untuk Fasilitas diperoleh nilai Signifikansi sebesar $0,01 < 0,05$ dan nilai t hitung $3.595 > 1.990$ yang artinya hipotesis 2 diterima. Hasil Uji F memperoleh nilai signifikansi untuk Pengaruh X1 dan X2 secara simultan terhadap Y adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung $18,225 > F$ tabel 3.10 yang artinya hipotesis 3 diterima.

Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	.535 ^a	.286	.270	2.048

Predictors: (Constant), Fasilitas (X2), Kualitas Pelayanan (X1)

(Sumber: SPSS 26.00)

Koefisien determinasi berfungsi untuk mengetahui berapa persen pengaruh yang diberikan Variabel X secara simultan terhadap Variabel Y. Penelitian ini mendapatkan nilai R Square sebesar 0,286. Hal ini berarti pengaruh variabel X1 dan X2 secara simultan terhadap variabel Y adalah sebesar 28,6%. Selanjutnya adalah analisis regresi linier berganda yaitu:

Berdasarkan output pada uji T diketahui nilai (a) sebesar 8,873 dan nilai koefisien regresi (X1 dan X2) 0,268 dan 0,261 sehingga diperoleh persamaan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_nX_n + \dots + e$$

$$Y = 8,873 + 0,268 + 0,261$$

Yang artinya :

Nilai konsisten variabel Minat konsumen sebesar 8,873 dan setiap penambahan 1% nilai Kualitas Pelayanan (X1) maka nilai Kualitas Pelayanan bertambah sebesar 0,268. Begitu pula dengan nilai Fasilitas (X2) bahwa setiap penambahan 1% maka nilai Fasilitas bertambah sebesar 0,261. Koefisien regresi tersebut bernilai positif sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X1 dan X2 terhadap Y adalah positif.

PEMBAHASAN

1. Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Minat Konsumen

Bedasarkan uji T diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,01 < 0,05$ dan nilai t hitung $4.564 > 1.990$ yang berarti hipotesis 1 Ha diterima. Dengan demikian, jika kualitas pelayanan pelanggan ditingkatkan, maka minat konsumen juga naik. Begitu pula sebaliknya, jika kualitas pelayanan menurun maka minat konsumen juga akan menurun. Kualitas pelayanan yang baik adalah kualitas pelayanan yang sejalan dengan indikator kualitas pelayanan seperti *Reliability*, *Resposiveness*, *Assurance*, *Emphaty*, *Tangibles*.

2. Fasilitas berpengaruh terhadap Minat Konsumen

Bedasarkan uji T nilai signifikansi yang didapat adalah $0,01 < 0,05$ dan nilai t hitung $3.595 > t$ tabel 1.990 yang berarti hipotesis 2 Ha diterima. Dengan demikian, semakin baik fasilitas yang diberikan kepada konsumen maka akan semakin banyak orang yang akan tertarik. Begitu sebaliknya fasilitas kurang baik maka minat konsumen akan menurun. Fasilitas yang baik adalah fasilitas yang mampu membuat konsumen merasa nyaman dalam menjalankan aktivitasnya dan tidak mengganggu lingkungan lainnya.

3. Kualitas Pelayanan dan Fasilitas berpengaruh terhadap Minat Konsumen

Bedasarkan Uji F diperoleh nilai signifikansi untuk Pengaruh X1 dan X2 secara simultan terhadap Y adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung $18,225 > F$ tabel 3.10 yang artinya hipotesis 3 Ha diterima. Dengan demikian semakin baik kualitas pelayanan dan fasilitas yang ditawarkan ke konsumen maka akan semakin banyak pula orang yang akan tertarik dan berminat untuk membeli unit dan sebaliknya jika Kualitas Pelayanan dan Fasilitas kurang baik maka minat konsumen akan menurun.

SIMPULAN DAN SARAN

Bedasarkan analisis diatas, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap minat konsumen apartemen Gunawangsa Tidar Surabaya.

Kualitas Pelayanan sebaiknya lebih ditingkatkan lagi sehingga dapat lebih menarik minat konsumen untuk membeli dan juga Fasilitas-fasilitas yang tersedia saat ini perlu diamati karena apabila ada yang sudah rusak atau sudah tidak layak pakai sebaiknya diperbaiki atau bila perlu ditambahkan lagi fasilitas yang belum ada sehingga dapat lebih menarik minat konsumen untuk membeli.

DAFTAR PUSTAKA

- Fahreza, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di PO.New Shantika Jepara. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*.
- Ghozali, I. (2018). *APLIKASI ANALISIS MULTIVARIATE: dengan program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Wahyudi. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan dan Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Hotel GRAND KALAMPA DI KABUPATEN TAKALAR. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta CV.