



Pengaruh Lokasi, Kepercayaan Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hakam Ali Niazi

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Budi Luhur

Email: hakam.aliniazi@budiluhur.ac.id

Agus Sriyanto

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Budi Luhur

Email: agus.sriyanto@budiluhur.ac.id

Dermawan Chasan

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Budi Luhur

Jl. Raya Ciledug Petukangan Utara Pesanggrahan Jakarta Selatan

Korespondensi penulis : hakam.aliniazi@budiluhur.ac.id

Abstrak : *The purpose of this study was to determine the effect of location, trust and service quality on customer satisfaction, namely residents of the Thamrin Residence Apartment in Central Jakarta. In this study, the population is the residents of Apartment Thamrin Residence. The sample in this study amounted to 64 respondents. The data was processed using the help of the SPSS 21 statistical analysis program. The results obtained were that location partially had a significant effect on customer satisfaction, partial trust had no significant effect on customer satisfaction, service quality partially had a significant effect on customer satisfaction at the Thamrin Residence Jakarta Pusat.*

Keywords: *Location, Trust, Service Quality, Customer Satisfaction*

Abstrak : Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh lokasi, kepercayaan dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan, yaitu penghuni Apartemen Thamrin Residence di Jakarta Pusat. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah penghuni Apartment Thamrin Residence. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 64 responden. Data diolah menggunakan bantuan program analisis statistik SPSS 21. Didapatkan hasil penelitian yaitu lokasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kepercayaan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kualitas layanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Apartemen Thamrin Residence Artha Anugrah Jakarta Pusat.

Kata Kunci: Lokasi, Kepercayaan, Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perkembangan dunia modern dan globalisasi saat ini kebutuhan akan tempat tinggal merupakan suatu hal yang sangat penting bagi setiap orang. Kebutuhan tersebut berdampak pada meningkatnya permintaan dibidang properti. Hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya *development property* seperti apartemen yang menawarkan berbagai fasilitas yang lebih modern, yang mana fasilitas tersebut sangat menunjang bagi para peminat apartemen. Oleh karena itu, para development berkompetisi agar dapat menarik minat masyarakat dan memutuskan untuk membeli apartemennya. Hal ini juga merupakan langkah atau cara sebuah perusahaan memberikan kepuasan terhadap para konsumen mereka dengan cara memperbaruhi

Received April 30, 2023; Revised Mei 22, 2023; Accepted Juni 25, 2023

* Hakam Ali Niazi, hakam.aliniazi@budiluhur.ac.id

fasilitas dari fasilitas sebelumnya. Selain untuk hunian, apartemen merupakan investasi jangka panjang karena dapat disewakan dan dapat dijual kembali sebagai investasi. Hal ini diminati sebagian orang untuk memanfaatkan kenaikan harga yang terus naik dari waktu ke waktu.

Salah satu kebutuhan manusia yang mendasar adalah masalah hunian. Hunian sebagai tempat tinggal adalah salah satu kebutuhan pokok manusia selain pakaian dan makanan. Tiap manusia membutuhkan tempat tinggal untuk tempat berlindung dan sebagai tempat berkumpul dan berlangsungnya aktivitas keluarga. Sekaligus sebagai sarana investasi. Fungsi tempat tinggal juga telah berubah, dari yang semula hanya sekedar sebagai tempat berlindung. Kini tak cukup hanya untuk berteduh namun juga dituntut untuk mengakomodir kebutuhan dan keinginan pemiliknya. Seperti lokasi yang strategis, bangunan yang bagus dan kokoh, dan lingkungannya yang nyaman. Dengan kata lain tak cukup hanya asal untuk berteduh namun juga harus bisa menjadi tempat tinggal yang layak .

Menurut Desrianto & Afridola, (2020) lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Strategi lokasi berperan dalam menciptakan kepuasan konsumen yang di inginkan. Lokasi juga sangat penting untuk meningkatkan Konsumen karena dengan adanya letak keberadaan suatu hunian yang strategis dapat mempengaruhi pelanggan karena mereka akan mengalami kesulitan jika akses atau tempat perusahaan yang ingin atau di tuju tidak terlalu jauh dari tempat pelanggan akan memberikan kemudahan untuk di jangkau. Menurut Kotler dan Armstrong (2012) lokasi adalah kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia bagi sasaran. Lokasi merupakan saluran distribusi yaitu serangkaian organisasi yang saling tergantung yang saling terlihat dalam proses untuk menjadikan produk atau jasa siap untuk digunakan atau dikonsumsi. Hasil penelitian Meida et al., (2022) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Kepercayaan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian Putra et al., (2021) menunjukkan, kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yang berarti kepuasan pelanggan ditentukan oleh kepercayaan . Kepercayaan pelanggan terhadap institusi dikarenakan institusi tersebut dikenal dan telah memiliki nama yang baik di kalangan masyarakat, kejujuran para pegawainya serta mampu menepati janji, adanya bentuk perhatian dan motivasi dari pihak perusahaan yang dipercaya untuk bertindak sesuai dengan kepentingan pelanggan yang mempercayai institusi.

KAJIAN TEORI

Pengertian Lokasi

Menurut Kotler dan Amstrong (2012) lokasi adalah kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia bagi sasaran. Lokasi merupakan saluran distribusi yaitu serangkaian organisasi yang saling tergantung yang saling terlihat dalam proses untuk menjadikan produk atau jasa siap untuk digunakan atau dikonsumsi.

Menurut Tjiptono dan Chandra (2011), pemilihan lokasi fisik memerlukan pertimbangan yang cermat terhadap faktor-faktor berikut:

1. Akses, yaitu lokasi yang mudah dilalui atau mudah dijangkau sarana transportasi pribadi maupun transportasi umum.
2. Visibilitas, yaitu lokasi yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak normal.
3. Lalu lintas, yaitu dimana ada dua hal yang perlu dipertimbangkan yaitu:
 - Banyaknya orang yang lalu lalang bisa memberikan peluang besar terjadinya impulse buying, yaitu keputusan pembelian yang sering terjadi spontan atau tanpa perencanaan.
 - Kemacetan lalu lintas bisa pula menjadi hambatan, misalnya pelayanan kepolisian, pemadam kebakaran, dan ambulans.
4. Tempat parkir yang luas, nyaman dan aman.
5. Ekspansi, yaitu tersedianya tempat yang cukup luas untuk perluasan bisnis dikemudian hari.
6. Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung bisnis yang ditawarkan.
7. Kompetisi, yaitu lokasi pesaing. Dalam menentukan lokasi perlu dipertimbangkan apakah sudah ada usaha yang sejenis atau tidak.
8. Peraturan pemerintah yang berisi ketentuan untuk mengatur lokasi dari sebuah usaha - usaha tertentu.

Pengertian Kepercayaan (*Trust*)

Menurut Sumarwan dalam bukunya Sangadji dan Sopiah (2013): Kepercayaan Pelanggan adalah kekuatan bahwa suatu produk memiliki atribut tertentu. Kepercayaan itu sering disebut perkaitan objek-atribut (*objec-attribute linkage*), yaitu kepercayaan konsumen tentang kemungkinan adanya hubungan antara sebuah objek dengan atributnya yang relevan.

Menurut Robbins dan Judge (2012) indikator kepercayaan (*trust*) terdiri dari lima bagian, yaitu :

1. *Integrity*, yakni individu yakin bahwa pihak lain akan berlaku jujur dan berlaku sebenarnya.
2. *Competence*, yakni memiliki pengetahuan dan keahlian teknik interpersonal.
3. *Consistency*, yakni reliabilitas, prediktibilitas dan keputusan tepat dari individu dalam menghadapi situasi tertentu.
4. *Loyalty*, yakni kemauan untuk melindungi nama baik orang lain.
5. *Openness*, yakni seseorang yang percaya memiliki kemauan untuk berbagi ide, pemikiran, dan perasaan kepada pihak lain.

Pengertian Kualitas Layanan

Kualitas layanan menurut, Tjiptono dan Chandra (2011): kualitas jasa atau layanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Berdasarkan definisi ini, kualitas jasa atau layanan dapat diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Dengan demikian ada dua faktor utama mempengaruhi kualitas jasa atau layanan: jasa atau layanan diharapkan (*expected service*) dan jasa atau layanan yang dirasakan atau dipresepsikan (*perceived service*).

Menurut Parasuraman, Zeithaml dan Berry (1998) dalam Tjiptono dan Chandra (2011) mendefinisikan indikator dan dimensi kualitas layanan ke dalam lima dimensi utama yang disusun sesuai urutan tingkat kepentingan relatifnya sebagai berikut:

a. **Kehandalan (*Reliability*)**

Yaitu berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya dengan waktu yang disepakati.

b. **Daya Tanggap (*Responsiveness*)**

Yaitu berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan layanan atau jasa secara cepat.

c. **Jaminan (*Assurance*)**

Yaitu perilaku para karyawan serta kemampuan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan ketrampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah pelanggan.

d. Empati (*Empathy*)

Berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.

e. Bukti fisik (*Tangibles*)

Berkenaan dengan penampilan fasilitas fisik, perlengkapan dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan

Pengertian Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan sangat penting untuk mempertahankan loyalitas pelanggan, agar pelanggan tetap setia membeli produk kita. Pelanggan-pelanggan yang terpuaskan oleh perusahaan akan menjadikan aset besar untuk kelangsungan hidup perusahaan. Menurut Tjiptono (2013), kepuasan konsumen adalah situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik kepuasan . Kotler dan Keller (2012) menyatakan Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (atau hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan .

Menurut Adapun indikator kepuasan pelanggan menurut Tjiptono dalam (Hasibuan et al., 2021)

a. Konfirmasi harapan

Yaitu, dalam konsep ini, kepuasan tidak diukur langsung, namun disimpulkan berdasarkan kesesuaian atau ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dan kinerja atas produk perusahaan.

b. Minat pembelian ulang

Yaitu, kepuasan pelanggan diukur secara behavioral dengan jalan menanyakan apakah pelanggan akan belanja atau menggunakan jasa perusahaan lagi.

c. Kesiediaan untuk merekomendasi

Yaitu, dalam kasus produk yang pembelian ulangnya relatif lama (seperti pembelian mobil, broker rumah, komputer, tour keliling dunia, dan sebagainya), kesiediaan pelanggan untuk merekomendasikan

Hipotesis Penelitian

H₁ : Variabel Lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

H₂ : Variabel Kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

H₃ : Variabel Kualitas Layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah menggunakan metode penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif ini dilakukan untuk mengetahui nilai variabel atau lebih (*independent*) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel lain.

Populasi dalam suatu penelitian merupakan kumpulan individu atau obyek yang merupakan sifat - sifat umum. Sugiyono (2010) menjelaskan bahwa “populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. yang menjadi populasi adalah penghuni Apartment Thamrin Residence, Jakarta Pusat. Berdasarkan sumber yang diperoleh dari database di Apartment Thamrin Residence, penghuni yang tinggal di apartemen diketahui kurang lebih 170 penghuni baik sewa dan pemilik. Penelitian ini menggunakan presisi yang ditetapkan sebesar 10% memiliki tingkat akurasi 90%. Semakin kecil toleransi kesalahan, semakin besar jumlah sampel yang dibutuhkan dengan jumlah populasi

$$\text{Rumus Slovin: } n = \frac{N}{1+N(e)^2} = \frac{170}{1+170(0,1)^2} = 64$$

Keterangan:

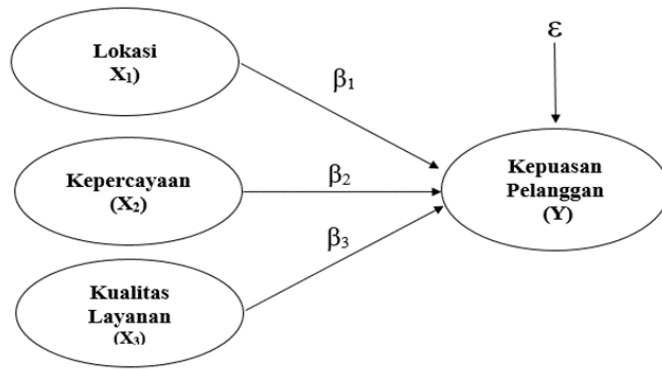
n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Batas kesalahan yang ditoleransi, yaitu 10% atau 0,1

Dari rumus diatas maka dapat disimpulkan bahwa jumlah sampel yang dibutuhkan peneliti adalah sejumlah 64 orang.

Alat analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji asumsi klasik, analisis kolerasi sederhana, analisis regresi linear berganda, analisis koefisien determinasi dan uji t, pengujian data dilakukan dengan software SPSS version 21.



Gambar 1. Model Penelitian

PEMBAHASAN

Uji Validitas

Pengujian Validitas yang dilakukan dengan menggunakan *Uji Corrected Item-Total Correlation*. Pengukuran *Corrected Item-Total Correlation* lebih tepat dan akurat pada penelitian dengan menggunakan data primer yang bersumber dari survey dalam bentuk pertanyaan dan jawaban ditulis dalam skala. Pengujian product moment adalah dengan membandingkan nilai r-hitung dengan r-tabel, r-hitung didapat dari hasil pengolahan data, sedangkan r-Tabel didapatkan dari table Korelasi Product Moment dengan rumus jumlah responden – jumlah variabel bebas.

Tabel 1. Uji Validitas Variabel Lokasi (X1)

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1_1	29,29	38,046	,840	,937
X1_2	29,19	37,931	,861	,936
X1_3	29,35	39,231	,764	,943
X1_4	29,16	37,974	,849	,937
X1_5	29,02	39,080	,795	,940
X1_6	29,13	40,145	,817	,939
X1_7	29,14	39,608	,804	,940
X1_8	29,29	40,401	,721	,945

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS v. 21

Berdasarkan Tabel 1 diatas, dapat diketahui bahwa semua butir pernyataan variabel lokasi (X1) mendapatkan hasil nilai r_{hitung} > nilai r_{tabel}. Maka dapat disimpulkan semua butir pernyataan tersebut dalam uji validitas diatas dinyatakan valid karena nilai signifikansi > 0,246

Tabel 2 Uji Validitas Kepercayaan

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2_9	13,40	12,640	,696	,846
X2_10	13,51	12,706	,806	,821
X2_11	13,40	12,727	,780	,826
X2_12	13,43	12,765	,680	,850
X2_13	13,32	13,801	,555	,880

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS v. 21

Berdasarkan Tabel 2 diatas, dapat diketahui bahwa semua butir pernyataan variabel kepercayaan (X_2) mendapatkan hasil nilai $r_{hitung} >$ nilai r_{tabel} . Maka dapat disimpulkan semua butir pernyataan tersebut dalam uji validitas diatas dinyatakan valid karena nilai signifikansi $>$ 0,246.

Tabel 3 Uji Validitas Kualitas Layanan

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3_14	15,24	10,604	,679	,767
X3_15	15,22	9,014	,857	,704
X3_16	15,35	8,941	,824	,714
X3_17	15,29	9,207	,767	,735
X3_18	14,65	10,037	,775	,713

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS v. 21

Berdasarkan Tabel 3 diatas, dapat diketahui bahwa semua butir pernyataan variabel kualitas layanan (X_3) mendapatkan hasil nilai $r_{hitung} >$ nilai r_{tabel} . Maka dapat disimpulkan semua butir pernyataan tersebut dalam uji validitas diatas dinyatakan valid karena nilai signifikansi $>$ 0,246.

Tabel 4 Uji Validitas Kepuasan Pelanggan**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y_19	10,95	10,336	,721	,914
Y_20	10,94	8,867	,878	,859
Y_21	11,06	8,802	,842	,872
Y_22	11,00	9,129	,774	,897

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS v. 21

Berdasarkan Tabel 4.14 diatas, dapat diketahui bahwa semua butir pernyataan variabel kepuasan Pelanggan (Y) mendapatkan hasil nilai $r_{hitung} >$ nilai r_{tabel} . Maka dapat disimpulkan semua butir pernyataan tersebut dalam uji validitas diatas dinyatakan valid karena nilai signifikansi $> 0,246$

Uji Reliabilitas

Suatu variabel dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,6$. Dasar pengambilan keputusan pada uji reliabilitas ini yaitu:

- *Cronbach's Alpha* $> 0,6$, maka kuesioner yang diuji reliabel.
- *Cronbach's Alpha* $< 0,6$, maka kuesioner yang diuji tidak reliabel.

Tabel 5 Hasil Uji Realibilitas

No	Variabel	Cronboach's Alpha Of Item	Standar Nilai	Keterangan
1	Variabel Lokasi	0,947	0,6	Reliabel
2	Variabel Kepercayaan	0,872	0,6	Reliabel
3.	Variabel Kualitas Layanan	0,821	0,6	Reliabel
4.	Variabel Kepuasan Pelanggan	0,913	0,6	Reliabel

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS v. 21

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa koefisien reliabilitas instrument lokasi (X1) sebesar 0,947, kepercayaan (X2) sebesar 0,872, kualitas layanan (X3) sebesar 0,821 dan kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,913 Hal ini menunjukkan bahwa nilai Cronboach's Alpha lebih besar dari 0,6 maka data tersebut dinyatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel diatas diperoleh nilai Asymp.Sig (2-Tailed) sebesar 0.20 atau lebih besar dari 0.05 atau ($0.200 > 0.05$). Jika Asymp.Sig > 0.05 maka data

yang diuji terdistribusi normal.. Pengujian multikolinearitas semua variabel independen yang terdapat dalam tabel masing-masing variabel memiliki nilai Variance Inflation Factory (VIF) < 10 dan nilai Tolerance > 0,1 yang artinya kedua variabel independen dan variabel dependen tersebut menunjukkan bahwa bebas dari gejala multikolinearitas. Uji heteroskedastisitas juga dapat dilihat dengan melakukan scatterplot menunjukkan adanya penyebaran titik data menyebar.

Uji Hipotesis

Uji-t dilakukan dengan menetapkan volume probabilitas 5% (0,05) dan menilai t (tabel) dan t hitung. Nilai signifikansi 0,05 atau < 0,05 Ha misalnya berpengaruh, tetapi nilai signifikansi > 0,05 Ha tidak berpengaruh. Uji t parsial yang ditunjukkan pada tabel di bawah ini:

Tabel 6. Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	9,492	1,682		5,645	,000
1 LOKASI	,068	,030	,080	2,264	,003
KEPERCAYAAN	,106	,076	,197	1,392	,169
KUALITAS LAYANAN	,377	,115	,464	3,274	,000

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS

Berdasarkan Tabel 4.22 di atas, diketahui persamaan regresi yaitu:

$$Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \epsilon$$

$$Y = 9,429 + 0,068 X_1 + 0,106 X_2 + 0,377 X_3 + \epsilon$$

Dimana:

Y = Kepuasan Pelanggan

α = Konstanta

β₁,β₂,β₃ = Koefisien regresi masing-masing variabel

X₁ = Lokasi

X₂ = Kepercayaan

X₃ = Kualitas layanan

ε = error

Hipotesis:

H_0 : Variabel bebas secara parsial memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap variabel terikat.

H_a : Variabel bebas secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

Aturan dalam Uji t:

Jika $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ H_0 ditolak sehingga H_a diterima (Signifikan).

Jika $-t_{tabel} < -t_{hitung}$ H_0 diterima sehingga H_a ditolak (Tidak Signifikan).

Atau dapat juga menggunakan Nilai Signifikansi:

Jika $Sig < 0,05$ H_0 ditolak sehingga H_a diterima (Signifikan).

Jika $Sig > 0,05$ H_0 diterima sehingga H_a ditolak (Tidak Signifikan)

Dari Tabel 6 di atas dapat disimpulkan bahwa:

1. Variabel Lokasi (t hitung = 2,264 ; Sig = 0,003)
 $t_{hitung} (2,264) > t_{tabel} (2,000)$ □ (probabilitas, n-k) (5%,95) □ Maka H_a diterima.
Nilai Sig (0,003) < 0,05) Maka H_a diterima
Artinya, koefisien Variabel Lokasi (X1) secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan Pelanggan.
2. Variabel Kepercayaan (t hitung = 1,392 ; Sig = 0,169)
 $t_{hitung} (1,392) < t_{tabel} (2,000)$ (probabilitas, n-k) (5%,95) Maka H_0 diterima.
Nilai Sig (0,169) > 0,05) maka H_0 diterima.
Artinya, koefisien Variabel Kepercayaan (X2) secara parsial tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan Pelanggan.
3. Variabel Kualitas Layanan (t hitung = 3,274 ; Sig = 0,000)
 $t_{hitung} (3,274) > t_{tabel} (2,000)$ (probabilitas, n-k) (5%,95) Maka H_a diterima.
Nilai Sig (0,000 < 0,05) Maka H_a diterima.
Artinya, koefisien Variabel Kualitas Layanan (X3) secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan Pelanggan.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh lokasi, kepercayaan dan kualitas layanan terhadap kepuasan Pelanggan di Apartemen Thamrin Residence , maka berikut ini penulis akan menyimpulkan hasil dari pengamatan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, sebagai berikut:

1. Lokasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan Pelanggan di Apartemen Thamrin Residence
2. Kepercayaan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan Pelanggan di Apartemen Thamrin Residence
3. Kualitas layanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan Pelanggan di Apartemen Thamrin Residence

Implikasi Manajerial

Implikasi dalam penelitian ini adalah :

1. Lokasi Apartemen Thamrin Residence diharapkan untuk memperhatikan letaknya yang mudah di jangkau bagi para Pelanggan. Usaha yang dapat dilakukan adalah memperluas lahan parkir agar lebih menjaga kenyamanan Pelanggan yang datang.
2. Untuk membangun rasa kepercayaan Pelanggan yang loyal terhadap Apartemen Thamrin Residence, perusahaan harus mengutamakan kepentingan Pelanggan agar Pelanggan tetap pada tingt kepercayaan yang tinggi.
3. Apartemen Thamrin Residence hendaknya sesuai dengan manfaat yang dirasakan Pelanggan, karena jika kualitas layanan yang diterima Pelanggan semakin baik sesuai dengan harapan Pelanggan, maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat.

Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini memiliki keterbatasan yang memungkinkan dapat menimbulkan gangguan terhadap hasil penelitian. Adapun keterbatasan tersebut adalah:

1. Penelitian ini hanya menerapkan metode survey kuesioner berdasarkan persepsi responden, sehingga kesimpulan yang diambil hanya berdasarkan pada data yang dikumpulkan melalui penggunaan instrumen secara tertulis.
2. Terdapat keterbatasan waktu dalam penyebaran kuesioner ini sehingga data yang dihasilkan kurang lengkap.

Saran Bagi Penelitian Selanjutnya

Saran yang diberikan peneliti untuk penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Peneliti menyarankan agar untuk memperoleh data tidak hanya dengan menggunakan kuesioner, namun juga dengan instrumen lain seperti wawancara dan pengamatan langsung.
2. Peneliti menyarankan agar waktu penyebaran kuesioner lebih banyak, supaya responden tidak merasa terburu-buru dalam menjawab setiap pertanyaan sehingga diharapkan mampu mendapatkan jawaban yang lebih akurat dari para responden.

DAFTAR PUSTAKA

- Hasibuan, R. M., Dr. Fitriani Harahap, S.Pd., M., & Armansyah Lubis, S.E., M. . (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Cafe Vanilla Panyabungan. *Jurnal Misi Institut Pendidikan Tapanuli Selatan (IPTS)*, 4(3), 175–182.
- Meida, F., Astuti, M., & Nastiti, H. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan E-Commerce Sociolla Di Era Pandemic Covid-19. *Ikraith-Ekonomika*, 5(2), 157–166.
- Putra, F., Supriyatin, & Sakti, I. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, dan Citra terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi. *Jurnal Manajemen STEI*, 4(1), 1–23.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Kotler, Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga
- Tjiptono, Fandy. 2013. *Pemasaran Jasa*. CV. Andi Offset. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy dan Gregous Chandra.2011. *Pemasaran Strategik* Edisi 12. Yogyakarta. CV.Andi.
- Robbins, Stephen, dan Tomothy A. Judge. 2012. *Perilaku Organisasi (Organizational Behavior)*. Buku 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Sangadji, E.M., dan Sopiah. 2013. *Prilaku Pelanggan: Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi



**KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BUDI LUHUR
NOMOR : K/UBL/FEB/000/037/09/23**

TENTANG :

**PENUGASAN KEGIATAN TRI DHARMA & PENUNJANG BAGI DOSEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS BUDI LUHUR
SEMESTER GASAL TAHUN AKADEMIK 2023/2024**

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS BUDI LUHUR

- Menimbang : 1) Bahwa Dosen adalah pendidik profesional dan ilmu dengan tugas utama mentransformasikan, mengembangkan, dan menyebarkan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni melalui pendidikan/pengajaran penelitian & karya ilmiah, dan Pengabdian pada masyarakat yang dikenal dengan istilah Tri Dharma Perguruan Tinggi;
2) Bahwa untuk meningkatkan profesionalitas dan kompetensi sebagai pendidik profesional maka dipandang perlu untuk memberikan tugas-tugas tambahan/penunjang dalam lingkup kegiatan penunjang Tri Dharma;
- Mengingat : 1) Undang-undang No. 20 tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2) Undang-undang No. 12 tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
3) Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 57 Tahun 2021 tentang Standar Nasional Pendidikan Nasional;
4) Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 3 tahun 2020 tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi;
5) Peraturan Pengurus Yayasan Pendidikan Budi Luhur Cakti Nomor: K/YBLC/KEP/000/389/08/17 tanggal 24 Agustus 2017 tentang Statuta Universitas Budi Luhur.
6) Keputusan Pengurus Yayasan pendidikan Budi Luhur Cakti Nomor K/YBLC/KET/000/051/003/21 tentang pengangkatan Saudara Dr. Ir. Arief Wibowo, M.Kom sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Budi Luhur.

MEMUTUSKAN

- Menetapkan :
PERTAMA : Menugaskan dosen-dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Budi Luhur untuk melaksanakan kegiatan **Tri Dharma Perguruan Tinggi dan penunjangnya** pada Semester Gasal Tahun Akademik 2023/2024 yang meliputi:
a) **Kegiatan partisipasi aktif** dalam Pertemuan Ilmiah sebagai Ketua/Anggota/Peserta/Pembicara/Penulis/Narasumber pada kegiatan Seminar, Workshop, Konferensi, Pelatihan, Simposium, Lokakarya, Forum Diskusi, Sarasehan dan sejenisnya;
b) **Publikasi Ilmiah** pada Prosiding, Jurnal/majalah/surat kabar dan sejenisnya;
c) **Partisipasi dalam organisasi** profesi, organisasi keilmuan dan/atau organisasi lain yang menunjang kegiatan Tri Dharma Pendidikan Tinggi;
d) **Pengabdian Kepada Masyarakat (PPM)**, dalam kegiatan terprogram, terjadwal atau insidental;
- KEDUA : Dosen-dosen yang melaksanakan penugasan wajib membuat Laporan Kegiatan, dengan mengikuti pedoman dari Fakultas/Program Studi, sebagai pertanggungjawaban atas kegiatan yang diikuti;
- KETIGA : Kegiatan Tri Dharma yang tidak termasuk dalam surat keputusan ini akan memiliki penugasan tersendiri;
- KEEMPAT : Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan dan akan diubah sebagaimana mestinya apabila di kemudian hari terdapat kekeliruan.

Ditetapkan di : Jakarta
Pada Tanggal : 7 September 2023

=====

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis





Lampiran 1 Surat Keputusan Dekan

Nomor : K/UBL/FEB/000/037/09/23

Tentang : Nama–Nama Dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Budi Luhur Yang Ditugaskan Melaksanakan Kegiatan Tri Dharma Perguruan Tinggi Semester Gasal Tahun Akademik 2023/2024

No.	NIP	NIDN	Nama Dosen	Program Studi
1	100032	0119097101	Cut Zurnali	Magister Manajemen
2	820007	8811511019	Suparmoko	Magister Manajemen
3	160059	0302126803	Etty Susilowati	Magister Manajemen
4	180015	0508056201	Hamin	Magister Manajemen
5	100025	0305056002	Heni Iswati	Magister Manajemen
6	120072	0304017502	Ifan Haryanto	Magister Manajemen
7	010046	9903016502	Mu' man Nuryana	Magister Manajemen
8	100031	0304036702	Nora Andira Brabo	Magister Manajemen
9	210009	0301035601	Selamet Riyadi	Magister Manajemen
10	840002	0013116003	Setyani Dwi Lestari	Magister Manajemen
11	990026	8826823420	Suhartono	Magister Manajemen
12	220009	0314046502	Sundari Soekotjo	Magister Manajemen
13	000047	0304077102	Amir Indrabudiman	Magister Akuntansi
14	120060	0325116103	Ali Sandy Mulya	Magister Akuntansi
15	170020	0317087801	Agoestina Mappadang	Magister Akuntansi
16	840008	0327078702	Puspita Rani	Magister Akuntansi
17	840008	8896550017	Sugeng Riyadi	Magister Akuntansi
18	230016	-	Riyan Harbi Valdiansyah	Magister Akuntansi
19	980013	0331077801	Agus Sriyanto	Manajemen (S1)
20	980007	0310107404	Aris Wahyu Kuncoro	Manajemen (S1)
21	140012	0315057904	Astrid Dita Meirina Hakim	Manajemen (S1)
22	970021	0302047102	Dwi Kristanto	Manajemen (S1)
23	110045	0313038106	Elizabeth	Manajemen (S1)
24	180052	0317058406	Eryco Muhdaliha	Manajemen (S1)
25	170091	0313068909	Farida Ayu Avisena Nusantari	Manajemen (S1)
26	190027	0328027309	Feby Lukito Wibowo	Manajemen (S1)
27	120099	0330057401	Hakam Ali Niazi	Manajemen (S1)
28	930005	0312023001	Hari Subagio	Manajemen (S1)
29	130032	0315117204	Hasan Ipmawan	Manajemen (S1)
30	099038	0301047702	Idris	Manajemen (S1)
31	160025	0301129102	Ivo Rolanda	Manajemen (S1)
32	210028	-	Justin Bongsoikrama	Manajemen (S1)
33	000030	8918710021	Kartini Istikomah	Manajemen (S1)
34	050024	0313037706	Koen Hendrawan	Manajemen (S1)
35	910024	0319056401	Marsin	Manajemen (S1)
36	130045	0301076603	Maulida Khiatuddin	Manajemen (S1)
37	110044	0016126606	Maruji Pakpahan	Manajemen (S1)
38	000022	0302045901	Mia Laksmiwati	Manajemen (S1)
39	120098	0312018101	Muhammad Hadi Maulidin Nugraha	Manajemen (S1)
40	120037	0316096101	Muhammad Jusman Syah	Manajemen (S1)



41	920023	0311056701	Pambuko Naryoto	Manajemen (S1)
42	180051	0307037004	Panca Maulana	Manajemen (S1)
43	130052	0308028202	Qadariah	Manajemen (S1)
44	110071	0430107605	Rajesh Prettypal Singh	Manajemen (S1)
45	160024	0328087904	Ravindra Safitra Hidayat	Manajemen (S1)
46	160045	0301119201	Retno Fuji Oktaviani	Manajemen (S1)
47	130046	0303098103	Rina Ayu Vildayanti	Manajemen (S1)
48	130030	0305017903	Rizki Pratomo Sunarwibowo	Manajemen (S1)
49	900029	0329057305	Said	Manajemen (S1)
50	920005	0021026601	Slamet Mudjijah	Manajemen (S1)
51	030570	0309038404	Sugeng Priyanto	Manajemen (S1)
52	990026	8826823420	Suhartono	Manajemen (S1)
53	950022	0310076901	Syaiful Anwar	Manajemen (S1)
54	940005	0313107101	Widi Wahyudi	Manajemen (S1)
55	050029	0306047502	Yugi Setyarko	Manajemen (S1)
56	970009	0306067002	Yuni Kasmawati	Manajemen (S1)
57	120092	0324126804	Yuphi Handoko	Manajemen (S1)
58	000017	0325066804	Zulvia Khalid	Manajemen (S1)
59	080053	0303048501	Anissa Amalia Mulya	Akuntansi (S1)
60	090018	0302128603	Desy Anggraeni	Akuntansi (S1)
61	020029	0429118301	Desy Mariani	Akuntansi (S1)
62	030002	0329076801	Dicky Arisudhana	Akuntansi (S1)
63	870018	0303066805	Endah Sri Wahyuni	Akuntansi (S1)
64	130031	0326067801	Indah Rahayu Lestari	Akuntansi (S1)
65	980009	0307018004	Martini	Akuntansi (S1)
66	000039	0301117604	Muhammad Nuur Farid Thoha	Akuntansi (S1)
67	080054	0313018601	Prita Andini	Akuntansi (S1)
68	090011	0312026907	Rachmat Arif	Akuntansi (S1)
69	960024	0303057504	Rinny Meidiyustiani	Akuntansi (S1)
70	010024	0307087706	Rismawandi	Akuntansi (S1)
71	090004	0302037205	Sri Rahayu	Akuntansi (S1)
72	160048	0306048903	Suryani	Akuntansi (S1)
73	160037	0326059401	Triana Anggraini	Akuntansi (S1)
74	020068	0305078001	Wahyumi Ekawanti	Akuntansi (S1)
75	160019	0308089401	Wulan Dwi Antari	Akuntansi (S1)
76	970028	0424097802	Wuri Septi Handayani	Akuntansi (S1)
77	070013	0305098102	Didik Hariyadi Raharjo	Manajemen Bencana (S1)
78	220051	8955170023	Abdul Haris Achadi	Manajemen Bencana (S1)
79	230013	-	Hayatul Khairul Rahmat	Manajemen Bencana (S1)
80	160031	0316059204	Taqwa Putra Budi Purnomo Sidi	Manajemen Bencana (S1)
81	220017	0309049502	Fathin Aulia Rahman	Manajemen Bencana (S1)
82	220044	0412058903	Ayu Wahyuningtyas	Manajemen Bencana (S1)
83	130048	0321038301	Achmad Syarif	Sekretari (D3)
84	880004	0324026301	Eny Retnoningrum	Sekretari (D3)
85	140042	0320086902	Fenti Sofiani	Sekretari (D3)



UNIVERSITAS BUDI LUHUR

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS – PROGRAM STUDI MANAJEMEN (S2) | AKUNTANSI (S2)
MANAJEMEN (S1) | AKUNTANSI (S1) | SEKRETARI (D3) | MANAJEMEN BENCANA (S1)

Kampus Pusat: Jl. Ciledug Raya - Petukangan Utara - Jakarta Selatan 12260
Telp : 021-5853753 (hunting), Fax : 021-5853489, <http://www.budiluhur.ac.id>

86	990019	0302017401	Iis Torisa Utami	Sekretari (D3)
87	070022	0318098501	Reni Hariyani	Sekretari (D3)
88	150045	0321038903	Rizky Eka Prasetya	Sekretari (D3)

Ditetapkan di : Jakarta
pada Tanggal : 7 September 2023

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Budi Luhur



Dr. Ir. Arief Wibowo, M.Kom