



## Persepsi Tamu terhadap Kualitas Layanan, Produk, dan Kepuasan di Metro Rent Apartemen Kalibata

Suesilowati<sup>1\*</sup>, Latif<sup>1</sup>, Rosandi Ardi Noegraha<sup>1</sup>, Handi Hanif Aditya<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Universitas Pertiwi Jakarta, Indonesia

 Suesilowat@pertiwi.ac.id

### Abstract

Developments in the tourism sector are becoming increasingly necessary for the management of lodgings that are being developed as destinations so that they can compete for the attractiveness of the hotel market. This tourism development sector has resulted in the development of the accommodation industry in Jakarta. In other words, interesting things are needed to attract consumer attention in the marketing of the apartment. However, with so much competition in this business, it is increasingly difficult to get consumers. This marketing aims to expand the network and provide satisfaction and good quality service to consumers so that this marketing activity is attractive to various producing institutions. This research is included in quantitative research with a descriptive research approach. The data sources used are primary and secondary data. The data measurement technique uses a Likert Scale, which is used to measure attitudes, opinions, and perceptions of a person or group of people about social phenomena. This is a reference for consumers in choosing apartment accommodation

**Keywords:** Apartment Accommodation, Consumer Satisfaction, Quality Product

### ARTICLE INFO

*Article history:*

Received

July 11, 2024

Revised

August 20,  
2024

Accepted

September 02,  
2024

Published by  
ISSN

CV. Creative Tugu Pena  
2774-7077

Website

<https://attractivejournal.com/index.php/bce/>

This is an open access article under the CC BY SA license

<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>



### PENDAHULUAN

Bertambahnya penduduk di Jakarta menuntut suatu upaya penyediaan sarana dan prasarana penunjang, seperti penyediaan prasarana jalan, air bersih, drainase dan listrik serta penyediaan berbagai sarana pelayanan dan jasa seperti rumah sakit, sekolah dan lain sebagainya. Seiring dengan pertumbuhan penduduk yang 2 sedemikian pesatnya, permasalahan muncul akibat pertumbuhan penduduk berbanding terbalik dengan ketersediaan lahan di Jakarta. Berdasarkan permasalahan tersebut, diperlukan suatu usaha untuk memanfaatkan lahan yang terbatas dengan semaksimal mungkin dengan konsep hunian vertikal. Apartemen atau vertical housing dapat menjadi salah satu solusi dari keterbatasan lahan serta tingginya harga lahan pada wilayah perkotaan saat ini. Besarnya permintaan akan unit hunian/tempat tinggal dapat berdampak pada tingginya harga yang ditawarkan. Untuk masyarakat berpenghasilan tinggi, harga tidak menjadi bahan pertimbangan dalam membeli suatu apartemen, namun berlaku sebaliknya untuk kalangan masyarakat menengah ataupun menengah kebawah.

Apartemen cenderung dibangun dekat kawasan bisnis atau pusat kota. Beberapa apartemen justru berada di sebuah bangunan mixed-used yang menjadi satu dengan perkantoran atau pertokoan. Lokasi yang strategis ini memberikan efisiensi waktu dan kemudahan mobilitas bagi penghuni apartemen. Selain itu, fasilitas yang menunjang

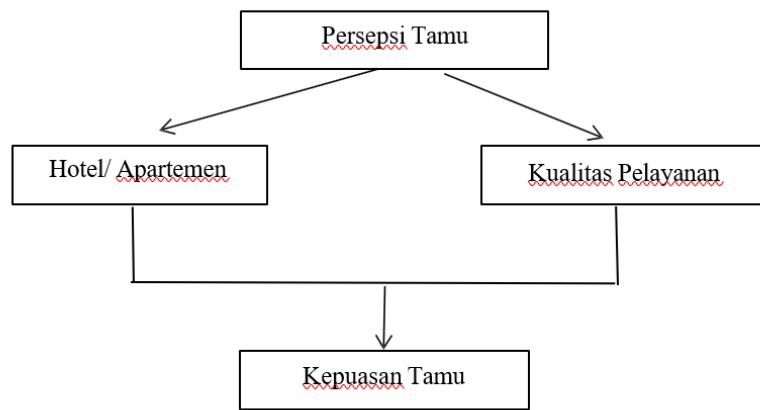
penghuni apartemen seperti taman, sarana olahraga (kolam renang, lapangan tenis, pusat kebugaran), lahan parkir dan supermarket juga memberikan nilai tambah pada apartemen tersebut. Beberapa apartemen juga menyediakan business center bahkan mixed-use apartment yang dilengkapi mall, perkantoran atau hotel.

**METODE**

Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif, yaitu suatu pendekatan yang mencoba mendeskripsikan, meneliti, dan menjelaskan proses terjadinya suatu masalah atau fenomena, berdasarkan teori para ahli dan menarik kesimpulan dari fenomena yang dapat diamati dengan menggunakan angka-angka.

Adapun populasi pada penelitian ini adalah Persepsi Kepuasan Tamu Terhadap Kualitas Pelayanan yang diberikan Perusahaan Terhadap Metro Rent Apartemen Kalibata City Jakarta Selatan Kalibata City Apartemen (Tower Ebony, Tower Flamboyan, Tower Damar, dan Tower Jasmine) Jl. Raya Kalibata No.60 9, RT.9/RW.4, Rawajati, Kec. Pancoran, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12750, sebanyak 61 orang.

Adapun teknik pengambilan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Accidental Sampling. Berdasarkan ( Sugiyono dalam Achmad D GS dkk, 2022) Accidental Sampling adalah teknik penentuan sampel secara kebetulan bertemu dengan peneliti bisa digunakan sebagai sampel, dengan dengan pertimbangan apabila sampel yang kebetulan ditemui itu cocok dengan sumber data yang dibutuhkan.



Gambar 1. Kerangka Berfikir

Hasil studi ini menunjukkan bahwa ada pengaruh positif kepercayaan dari pelanggan pada sikap mereka terhadap pelayanan yang diberikan Metro Rent Apartemen Kalibata City. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan yang dirasakan oleh pelanggan akan meningkatkan sikap positif mereka terhadap Metro Rent Apartemen Kalibata City

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Karakteristik Responden**

Hasil rekapitulasi terhadap karakteristik responden dapat disajikan dalam tabel berikut:

**Jenis Kelamin Responden**

Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase
Laki-Laki	22	36,1%
Perempuan	39	63,9%

Total	61	100%
-------	----	------

#### Umur Responden

Usia	Jumlah (Orang)	Persentase
18-25 Tahun	15	24,4%
26-30 Tahun	10	16,3%
31-40 Tahun	5	8,1%
>40 Tahun	31	48,6%
Total	61	100%

#### Pekerjaan Responden

Pekerjaan	Jumlah (Orang)	Persentase
Mahasiswa/Pelajar	12	19,7%
Karyawan/Buruh	26	42,6%
TNI/POLRI/PNS	0	0
WIRASWASTA	23	37,70%
Total	61	100%

#### Tanggapan Responden terhadap Variabel Guest Of Satisfaction

Hasil rekapitulasi atas tanggapan responden terhadap variable *facility Guest of Satisfaction* dapat disajikan dalam tabel berikut:

**Tabel 1: Tanggapan Responden terhadap Facility Guest Of Satisfaction**

Guest of Satisfaction						
No	Pernyataan	SS	S	TS	STS	MEAN
1	Kamar penginapan dalam kondisi bersih dan terawat dengan baik	33 54,1%	26 42,6%	1 1,6%	1 1,6%	3,49%
2	Peralatan dan fasilitas di kamar (seperti AC, TV, kamar mandi, dan Kicthen Set) berfungsi dengan baik	33 54,1%	27 44,3%	0 0,0%	1 1,6%	3,51%
3	Fasilitas umum penginapan (seperti area lobi, taman, dan fasilitas lainnya) memadai dan nyaman digunakan	35 57,4%	25 41,0%	0 0,0%	1 1,6%	3,54%
4	Apartemen Kalibata ini mempunyai beberapa akses berbeda-beda seperti akses parkir, akses pintu lift, dan akses lift, akses GYM. Apakah anda 3 jika kita melakukan batasan untuk penggunaan akses tersebut. Dikarenakan jika kita memiliki akses yang sama akan menimbulkan kerusakan pada alat	38 62,3%	21 34,4%	2 3,3%	0 0,0%	3,59%

akses dalam penggunaan akses tersebut kecuali akses pada lantai Lift.						
<b>Rata-rata</b>						<b>3,53 %</b>

**Sumber : data yang diolah (2024)**

Berdasarkan tabel diatas dapat di perhatikan bahwa hasil rekapitulasi untuk variabel facility dari 61 orang responden memperoleh nilai rata-rata pada angka 7,40 atau hasil tersebut dalam kategori setuju.

**Tanggapan Responden terhadap variabel Quality Of Service**

Hasil rekapitulasi atas tanggapan responden terhadap variabel *Quality Of Service* dapat disajikan dalam tabel berikut:

**Tabel 2: Tanggapan Responden terhadap variable Quality Of Service**

<b>Quality Of Service</b>						
No	Pernyataan	SS	S	TS	STS	MEAN
5	Proses check-in dan check-out berlangsung dengan cepat dan efisien	39 63,9%	21 34,4%	0 0,0%	0 0,0%	3,59%
6	Permintaan dan kebutuhan khusus tamu ditangani dengan baik oleh staf	39 63,9%	21 34,4%	1 1,6%	0 0,0%	3,62%
7	Kamar penginapan terasa nyaman dan memberikan privasi yang cukup	41 67,2%	20 32,8%	0 0,0%	0 0,0%	3,67%
8	Penginapan menyediakan keamanan yang memadai untuk tamu dan barang-barangnya	37 60,7%	24 39,3%	0 0,0%	0 0,0%	3,61%
9	Terdapat transparansi dalam informasi biaya dan layanan yang ditawarkan	36 59,0%	25 41,0%	0 0,0%	0 0,0%	3,59%
10	Secara keseluruhan, saya puas dengan pengalaman menginap di Metro Rent	37 60,7%	22 36,1%	1 1,6%	1 1,6%	3,54%
<b>Rata-rata</b>						<b>3,61%</b>

**Sumber : data yang diolah (2024)**

Berdasarkan tabel diatas dapat di perhatikan bahwa hasil rekapitulasi untuk variabel quality of service dari 61 orang responden memperoleh nilai rata-rata pada angka 7,07% atau hasil tersebut dalam kategori setuju.

**Tanggapan Responden terhadap Variabel Quality Of Product**

Hasil rekapitulasi atas tanggapan responden terhadap variabel *Quality Of Product* dapat disajikan dalam tabel berikut:

**Tabel 3: Tanggapan Responden terhadap variable Quality Of Product**

Quality Of Product						
No	Pernyataan	SS	S	TS	STS	MEAN
11	Kebisingan di sekitar penginapan tidak mengganggu kenyamanan menginap	35 57,4 %	22 36,1 %	3 4,9 %	1 1,6 %	3,49%
12	Harga yang dibayar sesuai dengan kualitas pelayanan dan fasilitas yang diterima	37 60,7 %	23 37,7%	0 0,0 %	1 1,6 %	3,57%
13	Penginapan memberikan nilai yang baik berdasarkan pengalaman menginap secara keseluruhan	36 59,0 %	24 39,3 %	0 0,0 %	1 1,6 %	3,56%
14	Terdapat transparansi dalam informasi biaya dan layanan yang ditawarkan	36 59,0%	25 41,0%	0 0,0 %	0 0,0 %	3,59%
15	Apakah anda akan merekomendasikan penginapan ini kepada keluarga dan teman	38 62,3 %	22 36,1 %	0 0,0 %	1 1,6 %	3,59%
16	Akankah anda mempertimbangkan untuk menginap di penginapan ini lagi di masa depan	39 63,9%	21 34,4%	0 0,0 %	1 1,6 %	3,61%
17	Penginapan di dalam Apartemen ini memiliki batasan dalam penyewaan waktu atau tidak boleh menyewa kamar kurang dari batasan 1 x 24 jam. Sehingga menimbulkan beberapa pertanyaan dari konsumen. Apakah anda 3 untuk diberlakukannya sistem seperti itu?	35 57,4 %	22 36,1 %	3 4,9 %	1 1,6 %	3,49%
18	Dalam sistem Price list di Metro Rent harga weekday dan weekend berbeda. Demi kepuasan dan kenyamanan anda apakah 3 menerapkan pengurangan harga di setiap bulannya berbeda-beda dengan kata lain kita memberi diskon untuk penginapan ini	42 68,9 %	19 31,1%	0 0,0 %	0 0,0 %	3,69%
<b>Rata-rata</b>						<b>3,57%</b>

**Sumber : data yang diolah (2024)**

Berdasarkan tabel diatas dapat di perhatikan bahwa hasil rekapitulasi untuk variable quality of product dari 61 orang responden memperoleh nilai rata-rata pada angka 7,31% atau hasil tersebut dalam kategori setuju.

Berdasarkan hasil penelitian di peroleh nilai rata-rata terhadap tiga variabel yang telah ditentukan berada pada angka 3,57 yang menunjukan bahwa responden setuju

dengan pernyataan yang ada.  
Variabel Guest Of Satisfaction

Hasil Analisis deskriptif menyatakan bahwa pada variabel Guest Of Satisfaction diperoleh mean untuk semua item pertanyaan menunjukkan kategori sangat baik dengan mean tertinggi pada variable Guest Of Satisfaction yaitu sebesar 3,59% dan nilai terendah yaitu sebesar 3,49% Dari tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa penilaian responden untuk keseluruhan variable termasuk kedalam kategori sangat baik dengan total mean yaitu 3,53% Artinya, secara keseluruhan dalam penilaian responden pada variabel guest of satisfaction merupakan kedalam rentang (batas jangkauan) yang sangat baik dan menunjukkan bahwa beberapa akses berbeda-beda seperti akses parkir, akses pintu lift, dan akses lift, akses GYM sangat penting bagi tamu.

Variabel Quality Of Service

Hasil Analisis deskriptif menyatakan bahwa pada variabel Quality Of Service diperoleh mean untuk semua item pertanyaan menunjukkan kategori sangat baik dengan mean tertinggi pada variable Quality Of Service yaitu sebesar 3,67% dan nilai terendah yaitu sebesar 3,56% Dari tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa penilaian responden untuk keseluruhan variable termasuk kedalam kategori sangat baik dengan total mean yaitu 3,61% Artinya, secara keseluruhan dalam penilaian responden pada variabel Quality Of Service merupakan kedalam rentang (batas jangkauan) yang sangat baik dan menunjukkan bahwa Kamar penginapan terasa nyaman dan memberikan privasi yang cukup bagi tamu.

Variabel Quality Of Product

Hasil Analisis deskriptif menyatakan bahwa pada variabel Quality Of Product diperoleh mean untuk semua item pertanyaan menunjukkan kategori sangat baik dengan mean tertinggi pada variable Quality Of Product yaitu sebesar 3,69% dan nilai terendah yaitu sebesar 3,49% Dari tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa penilaian responden untuk keseluruhan variable termasuk kedalam kategori sangat baik dengan total mean yaitu 3,57% Artinya, secara keseluruhan dalam penilaian responden pada variabel Quality Of Product merupakan kedalam rentang (batas jangkauan) yang sangat baik dan menunjukkan bahwa sistem Price list di Metro Rent harga weekday dan weekend berbeda, memberikan kepuasan dan kenyamanan bagi tamu.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian di peroleh nilai rata-rata terhadap tiga variabel yang telah ditentukan berada pada angka 7,62 yang menunjukkan bahwa responden setuju dengan pernyataan yang ada. Variabel *Guest Of Satisfaction*, memperoleh nilai rata-rata 7,40 termasuk kedalam kategori setuju. Fasilitas merupakan faktor yang penting dalam pemilihan akomodasi apartemen. variabel *Quality Of Service*, memperoleh nilai rata-rata 7,07 termasuk kedalam kategori setuju. sebagian besar menyetujui *Quality Of Service* mempengaruhi pemilihan akomodasi apartemen. variabel *Quality Of Product*, memperoleh nilai rata-rata 7,31 termasuk kedalam kategori setuju. kualitas pelayanan berperan penting sebagai faktor pendorong dalam meningkatkan kepuasan konsumen.

## REFERENSI

- Akakip, F. E. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Santika Luwuk. Volume 09 (1) January 2023.
- Asep Dedy. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas hotel terhadap kepuasan pelanggan di sari ater hot springs resort ciater.
- Baetie, D. (2018). *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu di hotel niagara parapat provinsi sumatera utara. Jom fisip Vol. 5 No. 1 – April 2018*, 1-11.
- Badaruddin, M. Ramzi. 2015. Journal Customer Loyalty and the Impacts of Service

- Quality: The Case of Five Star Hotels in Jordan. *International Journal of Human and Social Sciences in Jordan*.
- Dewangga, N. S., Hidayat, W., & Widiartanto. (2014). Analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen jasa Hotel Santika Premiere Semarang. *Diponegoro Journal of Social*.
- Dewi, D. K. (2017). Persepsi tamu terhadap pelayanan Hotel Naya Gawana Resort and Spa. *Ekuitas - Jurnal Pendidikan Ekonomi*.
- Eka Kesuma, A. M. (2015). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Sulthan Hotel Banda Aceh. Volume 4, No. 4, November 2015, 176-189.*
- Iffan, M. (2018). *Pengaruh proses dan bukti fisik terhadap kepuasan konsumen di hotel santika bandung. Jurnal riset bisnis*
- Krisnadi, A. R., & Kurniawarsa, P. (2018). Analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Caribou Coffee Sarinah. *Journal Fame: Journal Food and Beverage, Product and Services, Accommodation Industry, Entertainment Services*.
- Kotler dan Keller. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan*
- Maryati, F. (2020). Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Holiday HOTEL. *Jurnal Magisma Vol. VIII No. 1 Tahun 2020.*
- Rita Mardiana. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan Hotel X di Jakarta.
- Sihite, R. 2020. *Hotel Management (pengelolaan hotel)*. Surabaya. Andi Offset. 2018. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi Offset.
- Simarmata, H. M. (2017). Peningkatan Kualitas Layanan Untuk Kepuasan Pelanggan Hotel. 2017, 43-50.
- Suryadharma, I. W. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Pada Kepuasan Pelanggan Hotel Bintang Pesona Di Denpasar Timur. *E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 4, No. 4, 2015, 930-942.*
- Susepti, A. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Tamu Hotel. Vol. 50 No. 5 September 2017, 27-35.
- Tjiptono. (2014). peningkatan kualitas layanan untuk kepuasan pelanggan hotel.
- Tjiptono. (2014). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen Perhotelan, Vol. 9, No. 1, Maret 2023, 1 – 8.* Steven Yones Kawatak. Persepsi Kepuasan Tamu Terhadap Kualitas Pelayanan Paradise Hotel Golf And Resort Likupang
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta. Ana Luciao, Joao Maroco. 2014. Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty in 4-5 Stars Hotel. *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation in Portugal*.
- Tinamberan, I., Tampi, J. R., & Mukuan, D. D. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Hotel Grand Puri Manado. *Productivity*.

**Copyright Holder:**

© Suesilowati, Latif, Handi Hanif Aditya (2024)

**First Publication Right :**

© Bulletin of Community Engagement

**This article is under:**

CC BY SA