

ANALISIS KEPUASAN PENGHUNI PERUMAHAN GRIYA JOMBANGAN MELALUI LOKASI, FASILITAS, DAN PROMOSI

Destriella Qoirunissa^{1*}, Samari², Sigit Ratnanto³

^{1),2),3)} Universitas Nusantara PGRI Kediri, Jl. KH. Ahmad Dahlan No.76, Kec. Majoroto, Kota Kediri, Jawa Timur

destriellaqoirunissa@gmail.com

Informasi Artikel

Tanggal Masuk : 24/6/2025

Tanggal Revisi : 2/7/2025

Tanggal Diterima : 7/7/2025

Abstract

The development of the housing sector in Indonesia has shown significant changes, especially in the early 2000s, the level of resident satisfaction has become an important element for the sustainability and reputation of developers. This study aims to evaluate the level of resident satisfaction of Griya Jombangan Housing with a focus on three main variables: location, facilities, and promotion. The research approach used is quantitative through a survey, where data is collected using a questionnaire distributed to residents of Griya Jombangan Housing. Data analysis was carried out using descriptive and inferential statistical methods, including multiple regression, to determine the effect of each variable on resident satisfaction. The research findings show that the three variables of location, facilities, and promotion together and separately have a significant impact on resident satisfaction of Griya Jombangan Housing. In particular, a strategic and easily accessible location, as well as its proximity to public facilities, contribute the most to satisfaction. In addition, the existence and quality of adequate housing facilities, such as parks, security systems, and places of worship, also play an important role. The implications of the results of this study provide valuable insights for developers of Griya Jombangan Housing in particular, and housing developers in general, to emphasize the importance of location and facilities in every project developed. In addition, the right promotional strategy must continue to be improved to attract potential buyers and ensure accurate information is delivered. With this step, the level of resident satisfaction can be maintained and even improved, which will ultimately support the success of the housing business in the future.

Keywords : Location, Facilities, Promotion, Resident Satisfaction, Housing

Abstrak

Perkembangan sektor perumahan di Indonesia menunjukkan perubahan yang signifikan, terutama pada awal tahun 2000-an, tingkat kepuasan penghuni menjadi elemen penting untuk keberlangsungan dan reputasi para pengembang. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi tingkat kepuasan penghuni Perumahan Griya Jombangan dengan fokus pada tiga variabel utama: lokasi, fasilitas, dan promosi. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kuantitatif melalui survei, di mana data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner yang disebarluaskan kepada penghuni Perumahan Griya Jombangan. Analisis data dilakukan dengan metode statistik deskriptif dan inferensial, termasuk regresi berganda, untuk menentukan pengaruh masing-masing variabel terhadap kepuasan penghuni. Temuan penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel lokasi, fasilitas, dan promosi secara bersama-sama dan terpisah memiliki dampak signifikan terhadap kepuasan penghuni Perumahan Griya Jombangan. Secara khusus, lokasi yang strategis dan mudah diakses, serta kedekatannya dengan fasilitas umum memberikan kontribusi terbesar terhadap kepuasan. Selain itu, keberadaan dan kualitas fasilitas perumahan yang memadai, seperti taman, sistem keamanan, dan sarana ibadah, juga berperan penting. Implikasi dari hasil penelitian ini memberikan wawasan berharga bagi pengembang Perumahan Griya Jombangan secara khusus, dan pengembang perumahan secara umum, untuk menekankan pentingnya lokasi dan fasilitas dalam setiap proyek yang dikembangkan. Selain itu, strategi promosi yang tepat harus terus diperbaiki untuk menarik minat calon pembeli dan memastikan informasi yang akurat disampaikan. Dengan langkah ini, tingkat kepuasan penghuni dapat dijaga dan bahkan ditingkatkan, yang pada akhirnya akan mendukung keberhasilan bisnis perumahan di masa yang akan datang.

Kata Kunci : Lokasi, Fasilitas, Promosi, Kepuasan Penghuni, Perumahan

PENDAHULUAN

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 4 Tahun 1992 tentang Perumahan dan Permukiman, rumah diartikan sebagai bangunan yang digunakan sebagai tempat tinggal dan sebagai sarana perkembangan keluarga. John F. C. Turner memandang rumah bukan sekadar bangunan fisik yang statis, melainkan bagian dinamis dari pemukiman yang terus berkembang seiring dengan perubahan sosial ekonomi penghuninya dalam kurun waktu tertentu. Sementara itu, WHO mendefinisikan rumah sebagai bangunan fisik yang memberikan

perlindungan, mendukung kesehatan fisik dan mental, serta menyediakan lingkungan sosial yang mendukung kesejahteraan individu dan keluarga.

Selain definisi tersebut, rumah dapat dikaji dari dua sudut pandang, yaitu fisik dan psikologis. Secara fisik, rumah merupakan tempat tinggal yang memberikan kenyamanan setelah melakukan berbagai aktivitas, sedangkan secara psikologis, rumah berperan sebagai tempat yang aman, damai, serta menyenangkan bagi penghuninya. Rumah juga mencerminkan karakter penghuninya dan merupakan kebutuhan mendasar manusia karena fungsinya sebagai tempat berlindung, beristirahat, serta melindungi dari kondisi alam seperti hujan atau panas. Oleh sebab itu, struktur rumah perlu dirancang kokoh dan aman, termasuk memperhatikan komponen seperti atap. Kesibukan aktivitas sehari-hari kerap membuat waktu berkumpul bersama keluarga terbatas. Oleh karena itu, rumah, terutama ruang keluarga, menjadi tempat terbaik untuk berinteraksi, berkomunikasi, dan mempererat hubungan antar anggota keluarga. Rumah memberikan kebebasan bagi penghuninya untuk melakukan beragam aktivitas pribadi, mulai dari makan, bermain, mandi, hingga tidur [1].

Industri perumahan masih memiliki prospek cerah berkat pertumbuhan ekonomi yang stabil, kenaikan pendapatan, serta urbanisasi yang terus meningkat. Tren ke depan meliputi minat masyarakat terhadap hunian ramah lingkungan, penerapan teknologi rumah pintar (*smart home*), serta pengembangan kawasan perumahan terpadu dengan berbagai fasilitas. Inovasi teknologi konstruksi juga memungkinkan pembangunan rumah yang lebih cepat dan terjangkau. Dengan pengelolaan yang inovatif, sektor perumahan dapat berperan besar dalam meningkatkan kesejahteraan, khususnya bagi kelompok berpenghasilan rendah.

Kepuasan pelanggan adalah kondisi ketika harapan dan kebutuhan pelanggan terpenuhi, bahkan melampaui ekspektasi [2]. Kepuasan ini penting untuk mendorong loyalitas, rekomendasi positif, serta keberlanjutan bisnis. Sebaliknya, ketidakpuasan dapat menyebabkan pelanggan beralih ke pesaing dan memberikan ulasan negatif. Oleh sebab itu, perusahaan perlu memahami kebutuhan pelanggan melalui survei, analisis data, atau interaksi langsung, kemudian menyusun strategi seperti peningkatan kualitas produk, layanan pelanggan, atau program loyalitas. Faktor eksternal seperti tren pasar, kompetisi, dan teknologi juga harus diperhatikan agar perusahaan tetap adaptif. Kepuasan merupakan keadaan emosional yang didapatkan dari seseorang membandingkan seberapa baik kinerja produk maupun layanan dengan harapan yang mereka miliki [2].

Lokasi merupakan salah satu faktor yang berperan dalam mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan serta keputusan mereka dalam melakukan pembelian. Penetapan lokasi yang strategis bisa menjadi kunci keberhasilan suatu perusahaan. Oleh karena itu, pemilihan lokasi harus dilakukan dengan pertimbangan matang untuk menghindari potensi kerugian di masa mendatang. Lokasi yang ideal setidaknya harus memiliki kemudahan akses, waktu tempuh yang singkat, serta mampu menarik minat calon konsumen [3].

Lokasi juga merupakan faktor penting, baik dalam geografi, bisnis, maupun teknologi. Lokasi merujuk pada posisi suatu objek atau kejadian yang dapat ditentukan secara geografis, administratif, atau digital. Dalam bisnis, pemilihan lokasi strategis berdampak pada efisiensi operasional dan akses pasar. Di sisi lain, lokasi juga penting dalam manajemen bencana, perencanaan transportasi, hingga pengembangan sosial. Penelitian ini menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan keputusan pembelian konsumen [4].

Selain lokasi, fasilitas merupakan aspek penting yang menunjang aktivitas manusia. Fasilitas mencakup bangunan fisik, peralatan, maupun layanan non-fisik seperti transportasi, internet, atau layanan kesehatan. Dalam berbagai bidang, baik pendidikan, bisnis, maupun kehidupan sehari-hari, fasilitas yang memadai berperan besar dalam mendukung produktivitas dan kesejahteraan. Desain fasilitas yang baik dari segi tata letak, bahan, hingga ketersediaan lahan parkir, memberikan kenyamanan tambahan bagi pengguna. Menurut Tjiptono (2012), fasilitas sebagai sumber daya fisik sangat berpengaruh terhadap penilaian kualitas layanan yang dirasakan pelanggan.

Promosi merupakan kegiatan komunikasi pemasaran yang bertujuan memperkenalkan, menarik minat, hingga mendorong konsumen melakukan pembelian produk atau jasa. Strategi promosi yang efektif dapat membangun citra merek yang positif dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Promosi dapat dilakukan secara langsung, seperti pemberian diskon melalui brosur, atau secara online menunjukkan bahwa promosi online memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan [5]. Promosi juga merupakan aktivitas yang bertujuan meyakinkan pelanggan sehingga terdorong untuk melakukan pembelian. Dalam dunia bisnis, promosi mencakup upaya memperkenalkan merek produk dan layanan kepada target pasar, dengan menyusun pesan serta kesan yang sesuai bagi sasaran tersebut. Berbagai media promosi dimanfaatkan sebagai sarana untuk membangun serta memperkuat citra positif di mata publik [6].

Penelitian tentang pengaruh lokasi, fasilitas, dan promosi terhadap kepuasan penghuni perumahan memberikan kontribusi penting dalam pengembangan sektor ini. Inovasi penelitian di bidang perumahan saat ini banyak dipengaruhi oleh dinamika sosial, ekonomi, teknologi, perubahan iklim, dan kebutuhan keadilan sosial. Oleh karena itu, pendekatan multidisiplin dari bidang arsitektur, teknik, sosiologi, hingga ekonomi dibutuhkan untuk memahami kompleksitas masalah perumahan secara holistik. Penggunaan metode canggih seperti big data, simulasi komputer, maupun studi kasus mendalam memungkinkan pengembangan kebijakan perumahan yang lebih baik, rancangan hunian yang inovatif, serta peningkatan kualitas hidup masyarakat secara berkelanjutan. Kepuasan konsumen dapat diartikan sebagai tingkat rasa senang atau kecewa yang dialami setelah membandingkan kinerja nyata produk dengan ekspektasi sebelumnya [7].

METODE

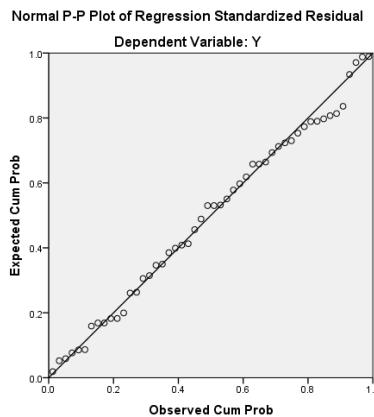
Penelitian ini dilaksanakan dengan pendekatan kuantitatif karena berfokus pada pengukuran data numerik untuk menguji pengaruh antar variabel yang telah dirumuskan secara jelas. Jenis penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah penelitian kausal, yaitu suatu pendekatan penelitian yang dimaksudkan untuk memahami dan menguji hubungan sebab-akibat antara variabel-variabel terkait. Penelitian ini mengarah pada pengaruh yang ditanamkan oleh satu atau beberapa variabel bebas (*independen*) terhadap variabel terikat (*dependen*), sehingga dapat dipahami berapa jauh perubahan pada variabel independen dapat mempengaruhi atau menentukan perubahan pada variabel dependen. Dalam konteks ini, peneliti ingin mengetahui pengaruh dari lokasi, fasilitas, dan promosi terhadap kepuasan penghuni. Model penelitian dibangun berdasarkan kerangka konseptual yang telah ditetapkan, di mana tiga variabel independen tersebut disimbolkan sebagai X1 (lokasi), X2 (fasilitas), dan X3 (promosi), sementara variabel terikat disimbolkan sebagai Y (kepuasan penghuni).

Lokasi penelitian dilakukan di Perumahan Griya Jombangan, beralamat di Jl. Panglima Polim No.7b, Tertek, Kec. Pare, Kab. Kediri, Jawa Timur 64215, sebagai objek utama penelitian. Pengumpulan data dilaksanakan dari bulan Maret hingga Juni 2025. Sumber data utama berasal dari data primer yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 50 responden, responden merupakan penghuni perumahan Griya Jombangan. Teknik pengumpulan data menggunakan metode survei dengan kuesioner yang disebarluaskan secara langsung. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, opini, dan persepsi responden terhadap fenomena sosial yang diteliti. Untuk mengukur variabel-variabel yang menjadi objek penelitian, peneliti menggunakan instrumen berupa kuesioner tertutup yang dibuat dengan bantuan skala *Likert* 5 poin. Skala *Likert* tersebut menawarkan rentang pilihan jawaban yang memperwakili tingkat persetujuan responden mulai dari sangat tidak setuju (skor 1) sampai sangat setuju (skor 5), sehingga memudahkan dalam mengkuantifikasi data persepsi atau sikap responden terhadap pernyataan-pernyataan yang diajukan.

Sebelum instrumen diberikan kepada responden, terlebih dahulu ada pengujian validitas dan reliabilitas terhadap kuesioner. Hasil pengujian validitas menunjukkan bahwa semua item pertanyaan memiliki nilai r hitung lebih besar dari pada r tabel (0.278), yang berarti bahwa item-item tersebut valid. Kemudian, pengujian reliabilitas dilakukan menggunakan Cronbach's Alpha. Hasilnya menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai Alpha $> 0,6$, yang dapat diartikan bahwa instrumen tersebut reliable dan dapat digunakan untuk mengukur variabel penelitian secara konsisten. Selanjutnya, dilakukan serangkaian uji asumsi klasik meliputi uji heteroskedastisitas, multikolinearitas, dan normalitas. Uji-uji ini diperlukan untuk memastikan model regresi yang digunakan memenuhi aspek-aspek validitas dan reliabilitas, sehingga hasil analisis dapat diterima. Berikutnya, berlangsunglah analisis regresi linier berganda untuk uji coba dan analisis pengaruh variabel-variabel independen atas variabel dependen, baik secara parsial melalui uji t maupun secara simultan melalui uji F .

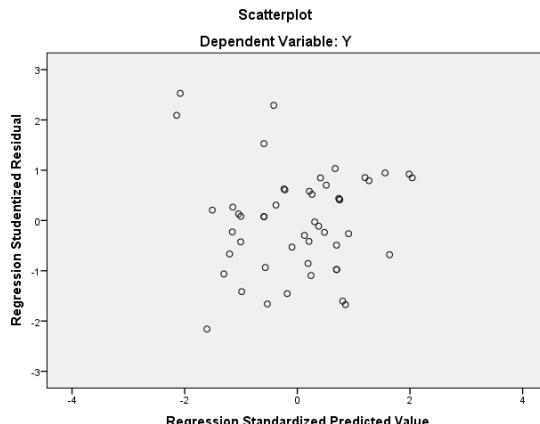
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Asumsi Klasik Uji Normalitas



Gambar 1. Hasil Uji Normalitas *Probability Plots*
Sumber : Output SPSS dari data primer yang diolah (2025)

Gambar 1 merupakan *Normal P-P Plot* dari *regression standardized residual* untuk variabel dependen Y, yang digunakan untuk menguji asumsi normalitas residual dalam analisis regresi. Titik-titik pada plot menunjukkan hubungan antara probabilitas kumulatif yang diobservasi dengan probabilitas kumulatif yang diharapkan jika distribusi residual mengikuti distribusi normal. Dari plot ini terlihat bahwa sebagian besar titik-titik mengikuti garis diagonal dengan cukup baik, yang menunjukkan bahwa distribusi residual mendekati distribusi normal. Penyimpangan kecil yang tampak masih dalam batas yang dapat diterima. Dengan demikian, asumsi normalitas residual pada model regresi ini dapat dikatakan terpenuhi.



Sumber : Output SPSS dari data primer yang diolah (2025)
Gambar 2 Hasil Uji Heterokedastisitas

Berdasarkan output scatterplot pada gambar di atas, terlihat bahwa titik-titik residual tersebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu. Titik-titik tersebar di sekitar sumbu nol (0) pada sumbu vertikal (residual), dan tidak menunjukkan adanya pola melengkung atau sistematis. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi ini.

Dari scatterplot yang ditampilkan, terlihat bahwa titik-titik data tersebar secara cukup merata di sekitar garis horizontal nol, tanpa pola tertentu seperti bentuk kipas, lengkung, atau pola sistematis lainnya. Penyebaran titik yang acak ini menunjukkan bahwa tidak ada indikasi kuat adanya heteroskedastisitas dalam model regresi. Sebaran residual yang cukup simetris di kedua sisi garis nol menunjukkan bahwa model tidak mengalami masalah serius dalam hal kesalahan prediksi yang sistematis pada tingkat prediksi tertentu. Selain itu, tidak

terdapat outlier ekstrem yang menyimpang jauh dari titik-titik lainnya, yang menandakan bahwa data residual cukup stabil dan tidak ada pengaruh data ekstrim yang kuat.

Secara umum, hasil scatterplot ini mengindikasikan bahwa asumsi homoskedastisitas dalam analisis regresi terpenuhi. Dengan terpenuhinya asumsi ini, maka model regresi yang dibangun dapat dikatakan cukup baik dan hasil analisisnya dapat dipercaya. Pemenuhan asumsi ini penting karena jika terdapat heteroskedastisitas, maka hasil uji signifikansi koefisien regresi bisa menjadi tidak valid, dan interpretasi model menjadi bias. Oleh karena itu, scatterplot residual ini memberikan dukungan tambahan bahwa model regresi linear yang digunakan dalam penelitian sudah sesuai dengan asumsi dasar analisis regresi.

Uji Hipotesis

Uji t

**Tabel 1. Hasil Uji t
Coefficients^a**

Model	Unstandarized Coefficients		Standarized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	6.481	3.357		1.875	.067
X1	.526	.186	.401	2.821	.007
X2	.427	.153	.539	2.785	.008
X3	-.135	.179	-.135	-.758	.452

a. Dependent Variabel : Y

Sumber : Output SPSS dari data primer yang diolah (2025)

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 1 di atas, terlihat hasil analisis regresi berganda untuk variabel dependen Y dengan tiga variabel independen yaitu X1, X2, dan X3. Pertama, nilai konstanta (intercept) sebesar 6.481 dengan nilai *p-value* (Sig.) 0.067. Karena nilai signifikansi lebih besar dari 0.05, konstanta tidak signifikan secara statistik, yang berarti saat seluruh variabel independen bernilai nol, nilai Y sebesar 6.481, namun kontribusi ini tidak signifikan secara statistik.

Untuk variabel X1, diperoleh koefisien B sebesar 0.526 dengan nilai *standard error* 0.186, nilai *t* sebesar 2.821, dan nilai signifikansi (Sig.) 0.007. Karena nilai Sig. < 0.05, maka X1 berpengaruh signifikan terhadap Y. Artinya, setiap kenaikan 1 satuan pada X1 akan meningkatkan Y sebesar 0.526, dengan asumsi variabel lain konstan. Nilai Beta (standardized coefficients) sebesar 0.401 menunjukkan bahwa pengaruh X1 terhadap Y bersifat positif dan memiliki kontribusi moderat dibandingkan variabel lain.

Selanjutnya, variabel X2 memiliki koefisien B sebesar 0.427 dengan *standard error* 0.153, nilai *t* sebesar 2.785, dan nilai signifikansi 0.008. Karena nilai Sig. < 0.05, X2 juga berpengaruh signifikan terhadap Y. Artinya, setiap kenaikan 1 satuan pada X2 akan meningkatkan Y sebesar 0.427. Nilai Beta sebesar 0.539 menunjukkan bahwa X2 memiliki pengaruh relatif paling besar di antara ketiga variabel independen.

Terakhir, variabel X3 memiliki koefisien B sebesar -.135 dengan *standard error* 0.179, nilai *t* sebesar -0.758, dan nilai Sig. sebesar 0.452. Karena nilai Sig. > 0.05, maka X3 tidak berpengaruh signifikan terhadap Y. Artinya, perubahan pada X3 tidak memberikan pengaruh yang berarti secara statistik terhadap variabel Y. Nilai Beta yang negatif (-0.135) menunjukkan arah hubungan yang negatif, namun karena tidak signifikan, arah hubungan ini tidak cukup kuat untuk disimpulkan secara statistik.

**Tabel 2. Hasil Uji F
ANOVA^a**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	296.340	3	98.780	22.477	.000 ^b
Residual	202.160	46	4.395		
Total	498.500	49			

a. Dependent Variabel : Y

b. Predictors : (Constant), X3, X1, X2

Sumber : Output SPSS dari data primer yang diolah (2025)

Berdasarkan hasil uji T pada Tabel ANOVA di atas menunjukkan hasil uji *Goodness of Fit* atau kelayakan model regresi secara keseluruhan. Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi yang dibangun, dengan memasukkan variabel X1, X2, dan X3 secara simultan, memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen Y. Dari tabel terlihat bahwa nilai *Sum of Squares Regression* sebesar 296.340, yang menunjukkan jumlah variasi Y yang dapat dijelaskan oleh model regresi yang mencakup ketiga variabel independen tersebut. Sementara itu, *Sum of Squares Residual* sebesar 202.160 menunjukkan sisa variasi yang tidak dapat dijelaskan oleh model, atau kesalahan prediksi model. Total *Sum of Squares* sebesar 498.500 menunjukkan total variasi dari variabel Y.

Derajat kebebasan (*degree of freedom, df*) untuk regresi adalah 3, sesuai dengan jumlah variabel independen yang diuji (X1, X2, dan X3), sedangkan df residual sebesar 46, yang didapatkan dari jumlah sampel ($n = 50$) dikurangi jumlah prediktor (3) dan konstanta (1). Selanjutnya, *Mean Square Regression* dihitung dengan membagi *Sum of Squares Regression* dengan df regresi, menghasilkan nilai 98.780, sedangkan *Mean Square Residual* diperoleh dengan membagi *Sum of Squares Residual* dengan df residual, menghasilkan nilai 4.395.

Nilai *F* sebesar 22.477 merupakan hasil pembagian *Mean Square Regression* dengan *Mean Square Residual*. Nilai *F* ini digunakan untuk menguji hipotesis nol (H_0) yang menyatakan bahwa secara simultan semua koefisien regresi sama dengan nol (artinya tidak ada pengaruh signifikan variabel independen terhadap Y). Nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0.000 menunjukkan bahwa nilai *F* tersebut sangat signifikan (lebih kecil dari 0.05), sehingga H_0 ditolak. Dengan kata lain, secara simultan ketiga variabel independen (X1, X2, dan X3) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen Y. Hal ini mengindikasikan bahwa model regresi yang digunakan layak untuk digunakan dalam memprediksi Y karena variabel-variabel bebas yang dimasukkan secara bersama-sama mampu menjelaskan variasi dari Y dengan baik. Kesimpulannya, berdasarkan hasil uji ANOVA ini, model regresi yang melibatkan X1, X2, dan X3 secara bersama-sama dapat digunakan sebagai model yang valid dan signifikan untuk memprediksi variabel Y, karena ketiga variabel secara simultan memiliki pengaruh yang nyata terhadap Y.

Pembahasan

Berdasarkan hasil pengujian antara variabel independen lokasi dengan variabel kepuasan penghuni menjelaskan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan. Berdasarkan uji-t, dapat disimpulkan bahwa Nilai sig. variabel X1 sebesar 0.007 yang artinya <0.05 , kita menolak H_0 . Ini berarti koefisien X1 signifikan secara statistik. Jadi, variabel X1 memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Y. Berdasarkan data dan analisis data maka disimpulkan bahwa variabel Lokasi (X1) berpengaruh signifikan dan positif terhadap Kepuasan Penghuni Perumahan Griya Jombangan, hal ini menunjukkan bahwa semakin optimal keadaan lokasi pada perumahan maka akan semakin tinggi pula minat konsumen untuk melakukan pembelian.

Hubungan fasilitas terhadap Kepuasan penghuni perumahan Griya Jombangan berdasarkan hasil pengujian antara variabel independen fasilitas dengan variabel kepuasan penghuni menjelaskan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan. Berdasarkan uji-t, dapat disimpulkan bahwa Nilai sig. variabel X2 sebesar 0.008 yang artinya <0.05 , kita menolak H_0 . Ini berarti koefisien X2 signifikan secara statistik. Jadi, variabel X2 memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Y.

Berdasarkan data dan analisis data maka disimpulkan bahwa variabel fasilitas (X2) berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan penghuni perumahan griya jombangan. hal ini menunjukkan bahwa penghuni juga medukung gaya hidup yang menciptakan kenyamanan lingkungan. Pengaruh Promosi Secara Parsial Terhadap Kepuasan Penghuni Perumahan Griya Jombangan

Berdasarkan hasil pengujian antara variabel independen promosi dengan variabel kepuasan penghuni menjelaskan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan. Berdasarkan uji-t, dapat disimpulkan bahwa Nilai sig. variabel X3 sebesar 0.452 yang artinya >0.05 , kita gagal menolak H_0 . Ini berarti koefisien X3 tidak signifikan secara statistik. Jadi, variabel X3 tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Y dalam model ini. Maka disimpulkan bahwa variabel promosi (X3) Temuan ini mendukung hasil penelitian saat ini yang menunjukkan promosi tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan penghuni karena kepuasan penghuni yang sesungguhnya dalam jangka panjang lebih banyak ditentukan oleh pengalaman nyata setelah menempati properti tersebut.

Berdasarkan hasil pengujian pengaruh Lokasi, Fasilitas, Promosi Secara simultan Terhadap Kepuasan Penghuni Perumahan Griya Jombangan pada hasil uji F Model regresi dapat dinyatakan FIT jika nilai sig <0.05 . Berdasarkan uji F tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai sig diketahui sebesar 0,000 berarti <0.05 maka disimpulkan bahwa model regresi secara keseluruhan adalah signifikan secara statistik pada tingkat

kepercayaan yang tinggi. Ini berarti bahwa setidaknya satu dari variabel prediktor (Lokasi, Fasilitas, atau Promosi) memiliki pengaruh yang simultan terhadap kepuasan penghuni. Kepuasan penghuni merupakan reaksi terhadap faktor-faktor yang menunjukkan kecenderungan konsumen untuk membeli. Ketiga variabel yang diteliti tidak hanya memenuhi kriteria evaluasi eksternal, tetapi juga memicu reaksi emosional terhadap kepuasan penghuni. Dengan demikian, peran fundamental antara ketiga variabel independen menentukan kemudahan akses terhadap pekerjaan, pendidikan, kesehatan, dan sarana transportasi, secara langsung mempengaruhi efisiensi dan kenyamanan hidup sehari-hari. Ketiganya memiliki peran yang saling berkaitan dan secara kolektif membentuk tingkat kepuasan penghuni.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengumpulan data yang telah diuraikan secara sistematis pada bab sebelumnya, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji lebih dalam mengenai hubungan sebab-akibat antara variabel-variabel independen terhadap variabel dependen. Variabel dependen atau variabel terikat yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kepuasan penghuni, yaitu suatu kondisi perasaan puas yang dirasakan oleh penghuni atas apa yang mereka peroleh dari lingkungan tempat tinggalnya, baik dari segi fasilitas, pelayanan, maupun kondisi lingkungan sekitar. Dengan demikian, penelitian ini difokuskan untuk menganalisis sejauh mana tingkat kepuasan penghuni terhadap tempat tinggal yang mereka huni, khususnya di Perumahan Griya Jombangan, dengan mempertimbangkan tiga variabel utama yang diasumsikan memiliki pengaruh, yaitu lokasi, fasilitas, dan promosi. Melalui analisis data yang komprehensif dan pengujian statistik yang mendalam, penelitian ini berhasil mengidentifikasi sejumlah temuan penting yang dapat dijadikan acuan dalam perumusan strategi untuk meningkatkan kepuasan penghuni di masa yang akan datang, baik bagi pengembang perumahan, pengelola, maupun pihak-pihak terkait lainnya.

Pertama, berdasarkan hasil analisis data dan pengujian statistik secara parsial, ditemukan bahwa faktor lokasi memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap tingkat kepuasan penghuni Perumahan Griya Jombangan. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji T yang menunjukkan nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0.007, dimana nilai tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi 0.05, sehingga hipotesis nol (H_0) ditolak. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa secara statistik lokasi memberikan kontribusi signifikan terhadap kepuasan penghuni. Lokasi yang strategis, mudah diakses, dekat dengan pusat perbelanjaan, tempat kerja, sekolah, fasilitas kesehatan, serta kemudahan akses transportasi umum merupakan aspek-aspek penting yang menjadi pertimbangan utama bagi penghuni dalam menilai tempat tinggal mereka. Selain itu, kualitas lingkungan sekitar seperti tingkat keamanan, kebersihan, ketenangan, serta keindahan pemandangan juga memainkan peran penting dalam membentuk persepsi positif penghuni terhadap tempat tinggal mereka. Lingkungan yang nyaman, aman, dan bersih akan memberikan rasa aman dan kenyamanan yang berkelanjutan bagi penghuni, yang pada akhirnya meningkatkan tingkat kepuasan mereka terhadap hunian yang ditempati.

Kedua, dari hasil analisis data pada variabel fasilitas, diketahui bahwa faktor fasilitas juga memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kepuasan penghuni. Hal ini ditunjukkan oleh hasil uji T dengan nilai signifikansi sebesar 0.008, yang juga lebih kecil dari 0.05, sehingga hipotesis nol kembali ditolak. Artinya, fasilitas yang tersedia di perumahan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepuasan penghuni. Fasilitas yang dimaksud mencakup ketersediaan dan kualitas fasilitas dasar seperti pasokan air bersih, sistem kelistrikan yang stabil, jaringan sanitasi yang memadai, serta fasilitas penunjang lainnya seperti taman bermain, tempat ibadah, pusat kebugaran, dan area rekreasi keluarga. Ketersediaan dan kelengkapan fasilitas yang memadai akan memberikan kenyamanan dan kemudahan bagi penghuni dalam menjalani kehidupan sehari-hari, meningkatkan kualitas hidup mereka, dan pada akhirnya meningkatkan kepuasan secara keseluruhan terhadap tempat tinggal yang dihuni.

Ketiga, berbeda dengan dua variabel sebelumnya, hasil analisis menunjukkan bahwa faktor promosi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan penghuni Perumahan Griya Jombangan. Berdasarkan hasil uji T, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0.452, yang jauh lebih besar dari batas signifikansi 0.05. Dengan demikian, hipotesis nol gagal ditolak, yang berarti bahwa secara statistik, promosi tidak memberikan pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap kepuasan penghuni. Hal ini dimungkinkan terjadi karena promosi umumnya lebih berperan dalam tahap awal pengambilan keputusan pembelian unit perumahan, ketika calon pembeli mencari informasi dan melakukan pertimbangan sebelum membeli. Setelah keputusan pembelian dilakukan dan penghuni mulai menempati unit hunian, faktor-faktor internal seperti kenyamanan lokasi dan kelengkapan fasilitas menjadi lebih dominan dalam menentukan tingkat kepuasan, sedangkan pengaruh promosi menjadi tidak relevan lagi bagi penghuni dalam jangka panjang.

Keempat, berdasarkan hasil pengujian secara simultan terhadap ketiga variabel independen melalui uji F pada tabel ANOVA, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0.000, yang lebih kecil dari 0.05. Hal ini menunjukkan bahwa secara simultan ketiga variabel independen, yaitu lokasi, fasilitas, dan promosi, secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, yaitu kepuasan penghuni Perumahan Griya Jombangan. Dengan demikian, secara keseluruhan model regresi yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan layak dan valid secara statistik. Hasil ini mengindikasikan bahwa meskipun secara parsial variabel promosi tidak signifikan, namun jika digabungkan dengan variabel lokasi dan fasilitas, model secara keseluruhan tetap menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan penghuni. Temuan ini memberikan pemahaman yang lebih komprehensif bahwa untuk meningkatkan tingkat kepuasan penghuni, pengelola perumahan sebaiknya memprioritaskan pengelolaan kualitas lokasi dan fasilitas, serta tetap mempertimbangkan strategi promosi yang efektif untuk menarik calon penghuni baru di masa mendatang.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan dalam penelitian ini, maka peneliti memberikan beberapa saran yang dapat dijadikan masukan untuk pengembangan penelitian di masa mendatang. Pertama, saran ditujukan bagi peneliti selanjutnya. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menegaskan bahwa kepuasan penghuni bukanlah sekadar hasil sampingan atau tambahan, melainkan merupakan elemen fundamental yang menentukan keberlangsungan bisnis perumahan dalam jangka panjang. Temuan dari analisis yang dilakukan menunjukkan bahwa variabel lokasi, fasilitas, dan promosi memberikan pengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan penghuni di Perumahan Griya Jombangan. Fakta ini menjadi bukti kuat bahwa pengembang perumahan perlu secara serius memperhatikan dan memprioritaskan ketiga aspek tersebut dalam setiap tahapan perencanaan, pembangunan, hingga pengelolaan perumahan. Di masa depan, pemahaman yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan penghuni akan menjadi aset berharga dalam menciptakan lingkungan hunian yang tidak hanya memenuhi kebutuhan fisik penghuni, tetapi juga memberikan kepuasan emosional, rasa aman, kenyamanan, serta kebanggaan dalam bermukim.

Dengan demikian, penghuni akan lebih loyal dan cenderung bertahan lebih lama, sekaligus meningkatkan citra positif pengembang di mata konsumen. Oleh karena itu, bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk dapat memperluas ruang lingkup penelitian dengan menambahkan atau mengeksplorasi variabel-variabel lain yang relevan, seperti faktor sosial, layanan pengelolaan, teknologi smart home, harga, serta aspek lingkungan hidup berkelanjutan. Dengan menambahkan dimensi penelitian yang lebih luas, hasil penelitian di masa depan akan mampu memberikan gambaran yang lebih komprehensif tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan penghuni perumahan secara keseluruhan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] JABABEKA. Rumah Tinggal: Definisi, Fungsi, dan Tips Memilih Hunian yang Ideal 2023.
- [2] Sholikah, Ainul; Fauji, Diah Ayu Septi; Purnomo H. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pusat Oleh-Oleh GTT Kediri. Simp Manaj dan Bisnis 2024;3:203–12.
- [3] Lestari RP, Subagyo S, Purnomo H. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Barokah Laundry. Simp Manaj dan Bisnis II 2023;2:935–45.
- [4] Kadi DCA, Purwanto H, Ramadani LD. Pengaruh E-Promotion, E-WOM dan lokasi terhadap kepuasan konsumen melalui keputusan pembelian sebagai variabel intervening. Manag Bus Rev 2021;5:224–38. <https://doi.org/10.21067/mbr.v5i2.5833>.
- [5] Promosi FDAN, Sugianto R, Ginting SO. Sugianto-jurnal 2020;1–12.
- [6] Kusumawati Y, Samari, Purnomo H. Upaya meningkatkan volume penjualan melalui kualitas produk, harga dan promosi pada ud jawa mandiri. Semin Nas Manajemen, Ekon dan Akuntasi 2021;6 (1):97–108.
- [7] Ratnanto S, Purnomo H. Substansial Kepuasan Konsumen Rumah Makan “Soto Dok Lamongan” Nganjuk. Univ Nusant PGRI Kediri 2017;01:1–7.