
**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS LINGKUNGAN TERHADAP
KEPUASAN PENYEWA PADA PT. PLAZA NUSANTARA REALTY**
(Studi Kasus Mall Plaza Indonesia)

Boby Kristian Lase [1], Rakhmat [2], Murdan Sianturi [3]

Submitted : May 27, 2024
Revised : June 15, 2024
Accepted : July 20, 2024

Corresponding author e-mail : warpath1408@gmail.com

[1] Ilmu Manajemen, STIE Mulia Pratama, e-mail address : warpath1408@gmail.com

[2] Ilmu Manajemen, STIE Mulia Pratama, e-mail address : rakhmat@stiemp.ac.id

[3] Ilmu Manajemen, STIE Mulia Pratama, e-mail address : murdan@stiemp.ac.id

Abstract:

The author's goal is to conduct research to determine the effect of service quality on tenant satisfaction at Plaza Indonesia mall, to determine the effect of environmental facilities on tenant satisfaction at shopping centers or Plaza Indonesia malls.

The sampling technique used is non-probability sampling. Non-probability sampling is defined as a sampling technique in which the researcher selects a sample based on the researcher's subjective judgment rather than random selection. The number of samples used in this study were 50 respondents as tenant employees or tenants at Mall Plaza Indonesia. The results of this study were collected through questionnaires which were processed and analyzed using multiple linear regression. Then to test the quality of the data used is the validity test and reliability test. To test the hypothesis in this study. Researchers used the t test and F test and carried out a determination test.

After conducting the analysis the authors draw the following conclusions: 1) Based on multiple linear regression calculations it is known that environmental facilities have an influence on tenant satisfaction 2) From the t-test results there is a significant and significant influence between the variables of environmental facilities and tenant satisfaction 3) From the test results F and the results of the Coefficient of Determination test show that there is a positive influence between service quality and environmental facilities which together on tenant satisfaction.

Keywords: *Service Quality, Environmental Facilities and Tenant Satisfaction.*

1.1 LatarBelakang

Pada zaman modern saat ini era bisnis dan industri memiliki dampak yang besar bagi kehidupan manusia. Seiring berjalannya waktu bisnis dan industri di seluruh dunia mengalami perkembangan yang signifikan. Sekarang ini banyak sekali bisnis dan industri yang berlomba - lomba untuk terus mengikuti kebutuhan masyarakat dan konsumen. Hal itu diakibatkan karena para konsumen dapat dengan bebas memilih jasa ataupun barang yang sesuai dengan kebutuhan mereka dan kualitas yang mereka inginkan dengan mudah. Oleh sebab itu para pelaku bisnis yang berupaya mendesain bisnis dan usaha mereka agar menjadi lebih menarik dan menjadikan mereka pilihan bagi para konsumen. Salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah dengan memberikan fasilitas yang dibutuhkan konsumen dalam satu waktu untuk menghemat waktu serta tenaga. Salah satu bisnis yang memberikan fasilitas tersebut antara lain adalah pusat perbelanjaan.

Kualitas pelayanan adalah suatu tindakan yang diberikan suatu organisasi kepada pihak lain yang tidak berwujud dan tidak memiliki kepemilikan. Ketika kualitas pelayanan dan fasilitas lingkungan tersebut dapat dipenuhi dengan baik, maka para tenant akan merasakan sebuah kepuasan. Kepuasan menjadi kunci utama para tenant dapat memiliki komitmen serta membuat para tenant untuk terus menjalin kerjasama dengan pihak mall. Karena para tenant tersebut dapat dikatakan juga sebagai konsumen bagi para pusat perbelanjaan mall. Ketika kualitas pelayanan dan fasilitas lingkungan yang diberikan oleh pihak manajemen mall memenuhi kebutuhan serta ekspektasi tenant, maka hal tersebut dapat menimbulkan rasa puas. Semakin baiknya kualitas pelayanan serta fasilitas lingkungan sebuah mall maka pusat perbelanjaan mall tersebut dapat bersaing dengan mall lain untuk menarik para tenant untuk masuk dan bekerja sama. Ketika para tenant merasa puas dengan pelayanan dan fasilitas yang diberikan oleh pihak mall, maka hal tersebut dapat menjadi suatu keberhasilan sebuah mall. Tetapi jika para tenant merasa tidak puas dengan pelayanan serta fasilitas yang disediakan oleh pihak mall, maka tentunya pihak mall akan mendapatkan berbagai risiko. Risiko yang sering dialami oleh pihak mall adalah keluarnya beberapa tenant. Hal ini dapat merugikan sebuah mall, apalagi jika brand tersebut adalah brand yang banyak diincar oleh berbagai pihak. Dengan keluarnya suatu tenant tersebut, tidak menutup kemungkinan brand tersebut akan berpindah ke mall lain. Risiko lain yang dapat diterima oleh mall adalah hilangnya minat para calon tenant yang akan bergabung. Jika suatu mall memiliki banyak tenant incaran yang keluar, otomatis mall tersebut akan sepi pengunjung. Diakibatkan dari hal itu, akan menimbulkan para calon tenant akan ragu atau bahkan tidak bersedia untuk bergabung ke dalam mall tersebut. Penulis melihat bahwa pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas lingkungan terhadap kepuasan penyewa pada mall Plaza Indonesia akan sangat berpengaruh dalam rangka mencapai tujuan meningkatkan berbagai tenant untuk meningkatkan pengunjung mall. Dari uraian yang telah dikemukakan diatas, maka penulis tertarik untuk membahas dengan mengambil judul : **“ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS LINGKUNGAN TERHADAP KEPUASAN PENYEWA PADA PT. PLAZA NUSANTARA REALTY (Studi Kasus Mall Plaza Indonesia)”**

1.2 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Penyewa, untuk menganalisis Fasilitas Lingkungan terhadap Kepuasan Penyewa, untuk menganalisis dampak pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Lingkungan berpengaruh secara bersama-sama terhadap Kepuasan Penyewa.

1.3.1. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah suatu hal yang sangat erat berkaitan dengan kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan supaya mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan konsumen. Pola konsumsi dan gaya hidup konsumen menuntut perusahaan mampu memberikan pelayanan yang berkualitas.

Tjiptono (2007) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan yang bermutu dapat direalisasikan untuk memenuhi keinginan konsumen sesuai dengan harapan mereka. Dan mutu dari kualitas pelayanan yang diberikan menjadi ukuran tingkat pelayanan yang sesuai dengan bayangan atau harapan mereka. Menurut Kotler (2012) kualitas pelayanan merupakan setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Menurut Kotler (2012), menentukan ada 5 penentu mutu jasa atau kualitas pelayanan. Kelimanya disajikan secara berurut berdasarkan tingkat kepentingannya, diantaranya :

1. *Tangibles* (bukti fisik) adalah fasilitas fisik yang ditawarkan kepada konsumen yang meliputi perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.
2. *Emphaty* (empati) meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para pelanggan.
3. *Reliability* (keandalan) adalah konsistensi dari penampilan dan kehandalan pelayanan yaitu kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
4. *Responsiveness* (daya tanggap) yaitu kesigapan dan kecepatan penyedia jasa dalam menyelesaikan masalah dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
5. *Acurance* (jaminan) yaitu kemampuan dan keterampilan petugas, keramahan petugas, kepercayaan dan keamanan.

Berlandaskan definisi di atas dapat diartikan bahwa aktivitas untuk meningkatkan kepuasan konsumennya yang dilakukan oleh perusahaan adalah bentuk dari pelayanan. Maka, dapat dikatakan pelayanan juga meliputi, aktivitas, ketepatan dalam pengerjaan, penggunaan dalam perlengkapan, dan juga bertanggung jawaban. Perusahaan perlu fokus dalam memberikan perhatian mengenai permasalahan pemberian jasa ini.

1.3.2. Fasilitas Lingkungan

a. Fasilitas Lingkungan

Fasilitas adalah dimana kebutuhan dan harapan pelanggan, baik yang bersifat fisik maupun psikologis untuk memberikan kenyamanan. Fasilitas merupakan sarana maupun prasarana yang penting dalam usaha meningkatkan kepuasan seperti memberi kemudahan,

memenuhi kebutuhan dan kenyamanan bagi pengguna jasa. Apabila fasilitas yang disediakan sesuai dengan kebutuhan, maka pengunjung akan merasa puas. Fasilitas disediakan oleh perusahaan untuk menarik pengunjung dan mempermudah kegiatan operasional, jadi harus diperhatikan kondisi fasilitas, kelengkapan, desain, kebersihan dan lain sebagainya. Semakin banyak fasilitas yang dimiliki suatu perusahaan maka akan semakin banyak pula peminatnya. Hal ini berlaku dalam dunia bisnis seperti yang dibahas dalam penelitian ini, yakni pusat perbelanjaan atau lebih dikenal dengan nama mall. Menurut Tjiptono (2004) “fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen.” Sedangkan menurut Nirwana (2004) “fasilitas merupakan bagian dari variabel pemasaran jasa yang memiliki peranan cukup penting, karena jasa yang disampaikan kepada pelanggan tidak jarang sangat memerlukan fasilitas pendukung dalam penyampaian.” Fasilitas merupakan sesuatu yang penting dalam usaha jasa, oleh karena itu fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, desain interior dan eksterior serta kebersihan harus dipertimbangkan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan konsumen secara langsung.

Tjiptono (2014) menyatakan macam-macam indikator dari fasilitas lingkungan, yakni :

1. Kebutuhan tempat, tanah, atau ruang yang tersedia.
Tenant dibutuhkan oleh perusahaan dalam membangun sarana pelayanan yang diberikan. Memiliki kemampuan dalam hal keuangan, peraturan pemerintah mengenai pembebasan tanah dan hak milik tanah adalah faktor untuk menentukan letak tenant.
2. Pertimbangan atau perencanaan special.
Terdiri dari tekstur, warna serta proporsi yang diperlukan sebagai pertimbangan serta berkombinasi untuk berkembang sebagai pancingan respon emosional seseorang berdasarkan penglihatan. Misal, dalam mendesain gedung, aliran untuk pergantian udara yang sesuai perlu diperhatikan, ruang peralatan yang *representative*, suasana nyaman di ruang tunggu. Desain dari sarana yang terkesan indah akan memberikan kelebihan, antara lain adalah perusahaan lebih gampang untuk diketahui dan juga desain interior dapat menjadi salah satu keunikan maupun petunjuk untuk mengenali sifat jasa yang terdapat didalamnya.
3. Perlengkapan atau Perabotan
Perlengkapan/perabotan berfungsi sebagai sarana yang memberikan kenyamanan, sebagai pajangan atau sebagai infrastruktur pendukung bagi penggunaan barang para pelanggan. Yang dimaksud dengan perlengkapan dalam penelitian ini seperti: ketersediaan listrik, meja atau kursi, internet hot spot area, lukisan atau bacaan, peralatan tulis dan lain-lain.
4. Tata Cahaya dan Warna

Tata cahaya yang dimaksud adalah warna jenis pewarnaan ruangan dan pengaturan pencahayaan sesuai sifat aktivitas yang dilakukan dalam ruangan serta suasana yang diinginkan. Warna dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan efisiensi, menimbulkan kesan rileks, serta mengurangi tingkat kecelakaan. Warna yang dipergunakan untuk interior fasilitas jasa perlu dikaitkan dengan efek emosional dari warna yang dipilih.

5. Unsur Pendukung

Keberadaan fasilitas utama tidak akan lengkap tanpa adanya fasilitas pendukung lainnya, seperti: tempat ibadah, toilet, tempat parkir, tempat lokasi makan dan minum, mendengarkan musik atau menonton televisi, internet area yang luas yang selalu diperhatikan tingkat keamanannya.=

1.3.3. Kepuasan Penyewa

a. Pengertian Kepuasan Penyewa

Kepuasan penyewa adalah ukuran yang menentukan dimana fasilitas dalam satu bangunan gedung didalamnya terdapat ruang-ruang yang disewakan dengan dilengkapi fasilitas serta pelayanan Suciawan,FJ (2014). Keberadaan tenant atau penyewa juga merupakan komponen utama dan tak kalah penting dalam suatu pusat perbelanjaan. Hubungan kerja sama dengan pihak tenant perlu dikelola dengan baik karena memiliki manfaat yang besar bagi keberhasilan manajemen pusat perbelanjaan untuk jangka pendek mau pun jangka panjang. Salah satu upaya untuk membuat pelanggan merasa puas yaitu dengan memberikan pelayanan yang terbaik (pelayanan yang bermutu tinggi atau pelayanan prima) dan memberikan sesuatu yang melebihi apa yang diharapkan oleh penyewa serta menumbuhkan kesan atau persepsi yang positif dari pihak penyewa . Fasilitas yang disediakan manajemen mall kepada para penyewa tenant antara lain yaitu ruang usaha, support promosi, *toilet*, tempat parkir, tempat ibadah, dan tempat *drop off* barang. Ketika pelayanan dan fasilitas tersebut dapat dipenuhi dengan baik, maka para penyewa tenant akan merasakan sebuah kepuasan.

Kepuasan menjadi kunci utama para penyewa tenant dapat memiliki komitmen serta membuat para tenant untuk terus saling kerja sama dengan pihak mall. Karena para tenant tersebut dapat dikatakan juga sebagai konsumen bagi para pusat perbelanjaan mall. Ketika pelayanan dan fasilitas yang diberikan oleh pihak manajemen mall memenuhi kebutuhan dan ekspektasi tenant, maka hal tersebut dapat menimbulkan rasa puas. Semakin baiknya pelayanan dan fasilitas sebuah mall maka pusat perbelanjaan mall tersebut dapat bersaing dengan mall lain untuk menarik para tenant untuk masuk dan bekerja sama. Ketika para penyewa tenant merasa puas dengan pelayanan dan fasilitas yang diberikan oleh pihak mall, maka hal tersebut dapat menjadi suatu keberhasilan sebuah mall. Tetapi jika para penyewa tenant merasa tidak puas dengan pelayanan dan fasilitas yang disediakan oleh pihak mall, maka tentunya pihak mall akan mendapatkan resiko. Resiko yang sering dialami oleh pihak mall adalah keluarnya beberapa tenant. Hal ini dapat merugikan sebuah mall, apalagi jika *brand* tersebut adalah *brand* yang banyak diincar oleh berbagai pihak. Dengan keluarnya suatu tenant tersebut, tidak menutupi kemungkinan *brand* tersebut akan berpindah ke mall lain. Resiko lain yang dapat diterima oleh mall adalah hilangnya minat para calon penyewa tenant yang akan bergabung. Jika suatu mall memiliki banyak tenant incaran keluar, otomatis mall tersebut akan sepi pengunjung. Di

akibatkan dari hal itu, akan menimbulkan para calon tenant akan ragu bahkan tidak tersedia untuk bergabung ke dalam mall tersebut.

b. Indikator Kepuasan Penyewa

Menurut Benyada and Atcharawan (2013), kepuasan penyewa pusat perbelanjaan mengungkapkan terdapat delapan indikator utama yang mempengaruhi kepuasan penyewa. Kedelapan indikator tersebut antara lain :

- 1) Performance,
- 2) Responsive Behaviour,
- 3) Cooperation,
- 4) Empowerment,
- 5) Trust

1.3 Penelitian Terdahulu

Nur Fitriana (2015) Kualitas pelayanan PT Bumi Mulia Perkasa Development masuk dalam kategori penting bagi tenant karena diharapkan sebesar 78,94%. Kualitas pelayanan tertinggi yang diharapkan oleh tenant adalah kualitas jaminan yaitu sebesar 82,17%.Kepuasan tenant PT Bumi Mulia Perkasa Development secara keseluruhan masuk dalam kategori baik yaitu sebesar 78,65% dan hampir memenuhi harapan tenant terhadap kualitas pelayanan sebesar 78,94%. Kepuasan tenant tertinggi pada kualitas jaminan yaitu sebesar 89,34%. Secara simultan, kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan tenant PT Bumi Mulia Perkasa Development sebesar 69,82%, namun secara parsial bukti fisik dan empati tidak berpengaruh terhadap kepuasan karena pelanggan lebih membutuhkan kualitas keandalan, daya tanggap, perusahaan dan jaminan kualitas yang diberikan PT Bumi Mulia Perkasa Development.

Ike Devi Widyaningrum (2020) Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas memiliki pengaruh Positif terhadap kepuasan tenant. Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas pelayanan dan fasilitas yang diberikan oleh mall Mangga Besar Jakarta Barat sudah baik serta mampu menciptakan kepuasan tenant. Hasil perhitungan direct effect pada tabel 4.10 menunjukkan bahwa nilai original sample variabel kualitas pelayanan sebesar 0,428 dan ini menandakan adanya pengaruh positif. Kemudian nilai T-statistic variabel fasilitas pelayanan sebesar 6,350 nilai ini lebih besar dari t tabel yaitu 1,98.

1.4 Metode Penelitian

Penulis dalam penelitian ini menggunakan metode analisis data kuantitatif. metode penerapan Kuantitatif adalah jenis analisis statistik dengan fokus pada data kuantitatif yang dapat digunakan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Ini juga dapat disebut sebagai metode analisis statistik yang mendukung positivisme. Ini dapat digunakan untuk melakukan penelitian pada populasi atau sampel tertentu. Sugiyono (2017) adapun penentuan jumlah sampel dengan ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500 Berdasarkan teori tersebut sampel yang menjadi acuan oleh penelitian ini sebanyak 50 responden karyawan dan penyewa tenant Mall Plaza Indonesia.

1.5 Hasil dan Pembahasan

1.5.1 Uji Validitas

a. Validitas Instrumen Kualitas Pelayanan

Setelah dilakukan penyebaran kuesioner dari 50 responden, maka kita akan menentukan besarnya r-tabel terlebih dahulu. Rumus r-tabel $dk - (N-2)$ dengan taraf signifikan 0,05. Jadi kita dapat menentukan besarnya nilai r-tabel untuk $50 - 2 = 48$ adalah 0,2787. Berikut tabel hasil uji validitas :

Tabel 1. Uji Kualitas Pelayanan

N0.	Rhitung	Rtabel	Keterangan
1	0,647	0,2787	valid
2	0,705	0,2787	valid
3	0,640	0,2787	valid
4	0,701	0,2787	valid
5	0,636	0,2787	valid
6	0,596	0,2787	valid
7	0,633	0,2787	valid
8	0,629	0,2787	valid
9	0,584	0,2787	valid
10	0,623	0,2787	valid

Sumber: Data Primer yang diolah SPSS 26

Dari hasil uji validitas, pada tabel 1 dapat dijelaskan bahwa nilai r-hitung > r-tabel, maka instrumen dinyatakan Valid.

b. Validitas Instrumen Fasilitas Lingkungan

Tabel 2. Uji Validitas Fasilitas Lingkungan

N0.	Rhitung	Rtabel	Keterangan
1	0,639	0,2787	valid
2	0,698	0,2787	valid
3	0,662	0,2787	valid
4	0,722	0,2787	valid
5	0,677	0,2787	valid
6	0,544	0,2787	valid
7	0,744	0,2787	valid
8	0,645	0,2787	valid
9	0,764	0,2787	valid
10	0,597	0,2787	valid

Sumber: Data Primer yang diolah SPSS 26

Dari hasil uji validitas, pada tabel 2 dapat dijelaskan bahwa nilai r-hitung > r-tabel, maka instrumen dinyatakan Valid.

b. Validitas Instrumen Kepuasan Penyewa

Tabel 3. Uji Validitas Kepuasan Penyewa

N0.	Rhitung	Rtabel	Keterangan
1	0,730	0,2787	valid
2	0,710	0,2787	valid
3	0,657	0,2787	valid
4	0,598	0,2787	valid
5	0,810	0,2787	valid
6	0,624	0,2787	valid
7	0,657	0,2787	valid
8	0,763	0,2787	valid
9	0,647	0,2787	valid
10	0,670	0,2787	valid

Sumber: Data Primer yang diolah SPSS 26

Dari hasil uji validitas, pada tabel 3 dapat dijelaskan bahwa nilai r-hitung > r-tabel, maka instrumen dinyatakan Valid.

1.6.2. Uji Reliabilitas

Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha (α), apabila Cronbach Alpha > 0,50 maka pernyataan instrumen dinyatakan reliabel. Berikut tabel reliabilitas yang diolah data dengan program SPSS:

Tabel 4. Hasil Uji Realibilitas

NO	Variabel	Pernyataan	Standar Reliabilitas	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	Kualitas Pelayanan	10	0,50	0.775	Reliabel
2	Fasilitas Lingkungan	10	0,50	0.764	Reliabel
3	Kepuasan penyewa	10	0,50	0.765	Reliabel

Sumber: Data Primer yang diolah SPSS 26

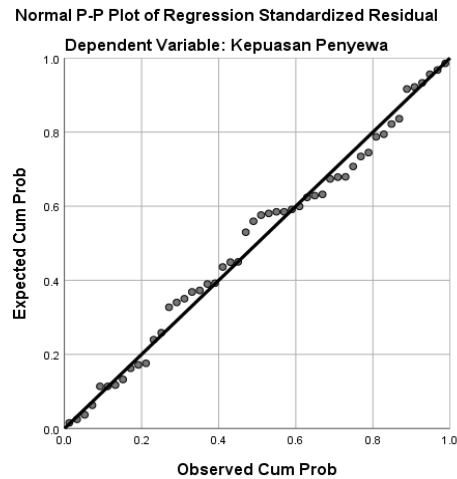
1.6.3. Uji asumsi Klasik

Asumsi- asumsi klasik dalam penelitian ini meliputi uji normalitas, uji multikolineritas dan uji heterokdesitas

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk mengetahui apakah sampel dari populasi yang berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas digunakan untuk mengukur data berskala ordinal, interval, atau rasio. Dalam uji normalitas ini melihat penyebaran data pada sumber diagonal pada grafik *P-P Plot of Regression Standardized residual*. Untuk melihat hasil yang lengkap sampel dari populasi berdistribusi normal atau tidak dapat dilihat pada hasil uji normalitas sebagai berikut :

Grafik normal P-P plot of Regretion Standartdized Residual



Sumber: Data Primer yang diolah SPSS 26

b. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik adalah tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan lawannya yaitu *Variance Inflation Factor* (VIF). Untuk pengambilan keputusan dalam menentukan ada atau tidaknya multikolinearitas yaitu dengan kriteria sebagai berikut (1) Jika nilai VIF > 10 atau jika nilai *tolerance* < 0, 1 maka ada multikolinearitas dalam model regresi. (2) Jika nilai VIF < 10 atau jika nilai *tolerance* > 0, 1 maka tidak ada multikolinearitas dalam model regresi (Ghozali, 2011).

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinieritas
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.109	3.117		.356	.724		
	Kualitas pelayanan	.454	.128	.419	3.554	.001	.446	2.243
	Fasilitas lingkungan	.523	.127	.483	4.101	.000	.446	2.243

a. Dependent Variable: Kepuasan Penyewa

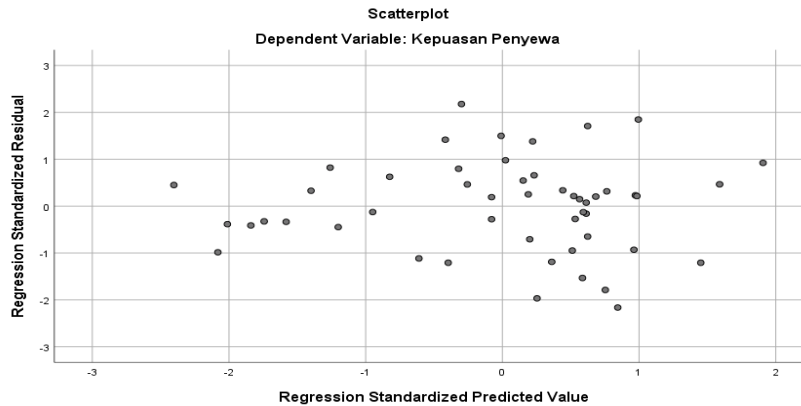
Sumber: Data Primer yang diolah SPSS 26

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan menguji dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali 2016). Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heterokedastisitas. Mendeteksi adanya heterokedastisitas dapat

dilakukan dengan uji grafik yaitu membandingkan sebaran antara nilai prediksi variabel terikat dengan residualnya, output pendeteksinya berupa sebaran data pada *Scatterplot*. Apabila titik-titiknya menyebar diantara angka nol dan tidak membentuk pola tertentu maka model regresi bebas dari masalah heteokedastisitas.

Berikut hasil uji Heterokedastisitas dengan scatterplot:



Sumber: Data Primer yang diolah SPSS 26

Titik- titiknya menyebar diantara angka nol dan tidak membentuk pola tertentu maka model regresi bebas dari masalah heteokedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi berkaitan dengan pengaruh observer atau data dalam satu variabel yang saling berhubungan satu sama lain (Gani dan Amalia, 2015: 124). Besarnya nilai sebuah data dapat saja dipengaruhi atau berhubungan dengan data lainnya. Regresi secara klasik mensyaratkan bahwa variabel tidak boleh tergejala autokorelasi. Jika terjadi autokorelasi, maka model regresi menjadi buruk karena akan menghasilkan parameter yang tidak logis dan diluar akal sehat. Autokorelasi umumnya terjadi pada data time series, karena data time series terikat dari waktu-waktu, beda halnya dengan data *cross section* yang tidak terikat oleh waktu. Mendeteksi autokorelasi dengan menggunakan nilai Durbin Watson. Kriteria dalam pengujian Durbin Watson yaitu (Sujarweni, 2016: 232) :

- 1) Jika $0 < d < dL$, berarti ada autokorelasi positif
- 2) Jika $4 - dL < d < 4$, berarti ada auto korelasi negative
- 3) Jika $2 < d < 4 - dU$ atau $dU < d < 2$, berarti tidak ada autokorelasi positif atau negative
- 4) Jika $dL \leq d \leq dU$ atau $4 - dU \leq d \leq 4 - dL$, pengujian tidak meyakinkan. Untuk itu dapat digunakan uji lain atau menambah data
- 5) Jika nilai $du < d < 4-du$ maka tidak terjadi autokorelasi

Hasil olah data SPSS, uji autokorelasi diperoleh hasilsebagai berikut:

Tabel 6. Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Durbin-Watson
1	,842 ^a	,709	,697	2,092

Sumber: Data Primer yang diolah SPSS 26

Dari hasil olah data diperoleh nilai Durbin Watson sebesar 2,092, yang berarti tidak terjadi adanya autokorelasi, karena nilainya kurang dari 4.

1.6.4. Uji Hipotesis

Analisis Regresi Linier Berganda

Adapun persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana :

Y : Kepuasan Penyewa

a : Konstanta

b₁ : Koefisien regresi kualitas pelayanan

b₂ : Koefisiensi regresi fasilitas lingkungan

X₁ : Kualitas Pelayanan

X₂ : Fasilitas Lingkungan

e : Standart error

Tabel 7. Hasil Olah Data SPSS Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a							
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance VIF
1	(Constant)	1.109	3.117		.356	.724	
	Kualitas pelayanan	.454	.128	.419	3.554	.001	.446 2.243
	Fasilitas lingkungan	.523	.127	.483	4.101	.000	.446 2.243

a. Dependent Variable: Kepuasan Penyewa

Sumber: Data Primer yang diolah SPSS 26

Dari hasil tersebut maka dapat diperoleh persamaan regresinya :

$Y = 1.109 + 0.454X_1 + 0.523X_2$ Persamaan tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut:

- 1). Nilai konstanta sebesar 1.109, menunjukkan bahwa apabila kualitas pelayanan dan fasilitas lingkungan tidak diefektifkan (X_1 dan $X_2 = 0$), maka kepuasan penyewa (Y) sebesar 1.109.

- 2). Nilai koefisien regresi variabel X1 yaitu kualitas pelayanan diefektifkan sebesar satu satuan (X1) dan fasilitas lingkungan (X2 = 0), maka (Y) akan meningkat kepuasan penyewa sebesar 0,454 satuan.
- 3). Nilai koefisien regresi variabel X2 yaitu fasilitas lingkungan kerja diefektifkan sebesar satu satuan (X2 = 2) dan kualitas pelayanan tetap (X1 = 0), maka kepuasan penyewa (Y) akan meningkat sebesar 0,523 satuan.

b. Uji t

Uji t adalah uji hipotesis untuk mencari apakah terdapat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Adapun hasil dari analisis ini adalah sebagai berikut:

- 1) Pada uji t untuk variabel kualitas pelayanan (X1) nilai t hitung sebesar 3,554, sedangkan nilai t tabel sebesar 2.011, Maka diperoleh hasil $T_{hitung} \text{ sebesar } 3.554 > 2.011 (T_{tabel})$ dengan signifikan $<$ dari 0,05 yaitu 0,001 dengan hal ini H_0 di tolak dan H_a di terima, berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel kualitas pelayanan (X1) terhadap kepuasan penyewa (Y).
- 2) Pada uji t untuk variabel fasilitas lingkungan (X2) nilai t hitung sebesar 4.101, sedangkan nilai t tabel sebesar 2.011, Maka diperoleh hasil $T_{hitung} \text{ sebesar } 4.101 > 2.009 (T_{tabel})$ dengan signifikan $<$ dari 0,05 yaitu 0,000 dengan hal ini H_0 di tolak dan H_a di terima, berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel fasilitas lingkungan (X2) terhadap kepuasan penyewa (Y).

d. Uji F

Uji hipotesis f-test adalah pengujian secara serentak dilakukan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independent (X1 dan X2) secara Bersama -sama terhadap variabel dependen (Y). dalam uji ini dilakukan dengan membandingkan anantara nilai F hitung dengan F tabel dengan menggunakan tingkat signifikan sebesar 5%. Jika f hitung $>$ t tabel maka secara serentak seluruh variebel independent mempengaruhi variabel dependen.

Berikut tabel output uji F pada penelitian ini:

Tabel 8. Hasil Olah Data Uji F (Uji Simultan)

Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2067.605	2	1033.803	57.373	.000 ^b
	Residual	846.895	47	18.019		
	Total	2914.500	49			

a. Dependent Variable: Kepuasan Penyewa

b. Predictors: (Constant), Fasilitas lingkungan, Kualitas pelayanan

Sumber: Data Primer yang diolah SPSS 26

e. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Jika ingin mengetahui bagaimana korelasi antara lebih dari satu prediktor dengan satu variabel terikat, artinya bahwa analisis ini untuk mengetahui secara bersama sama korelasi variabel bebas (X_1 , X_2 , X_3) terhadap variabel terikat dengan prosentase. Dari hasil olah data SPSS dapat diperoleh hasil koefisien Determinasi sebagai berikut:

Tabel 14. Hasil Olah Data Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.842 ^a	.709	.697	4.245	2.092

a. Predictors: (Constant), Fasilitas lingkungan kerja, Kualitas pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Penyewa

Sumber: Data Primer yang diolah SPSS 26

Dengan menggunakan program SPSS, nilai korelasi atau hubungan R yaitu sebesar 0,842 dari output tersebut diperoleh Koefisien Determinasi (R^2) square sebesar 0,709 yang bermakna bahwa pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat adalah sebesar 70,9%. Dan sisanya sebesar 29,1% dipengaruhi oleh faktor lain, yang tidak diteliti seperti lingkungan kerja, promosi, harga dan lain sebagainya.

1.7 Pembahasan

Berikut merupakan interpretasi dari hasil pengujian Hipotesis antara variabel *independen* terhadap variabel *dependen* pada PT Plaza Nusantara Realty dari penelitian yang dilakukan maka memperoleh hasil sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan

Dari perhitungan koefisien regresi berganda menyatakan bahwa besarnya pengaruh kualitas pelayanan (X_1) terhadap kepuasan penyewa (Y) adalah sebesar $b_1 = 0.454$ dengan signifikansi pada 0,001. Nilai ini menunjukkan bahwa koefisien bernilai positif. Berdasarkan hasil uji signifikansi parsial uji t untuk membuktikan suatu hipotesis, diperoleh hasil t hitung > t tabel besarnya nilai $3.554 > 2.011$ dengan taraf signifikansi > 0,001. Hal ini juga menunjukkan bahwa secara parsial variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan penyewa.

2. Fasilitas Lingkungan

Dari perhitungan koefisien regresi berganda mendapatkan bahwa besarnya pengaruh fasilitas lingkungan (X_2) terhadap kepuasan penyewa (Y) adalah sebesar $b_2 = 0.523$ dengan signifikansi pada 0,000. Nilai ini menunjukkan bahwa koefisien bernilai positif. Berdasarkan hasil uji signifikansi parsial uji t untuk membuktikan suatu hipotesis, maka diperoleh t hitung < t tabel besarnya nilai $4.101 < 1.984$ dengan taraf signifikansi > 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel fasilitas lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan penyewa.

3. Kepuasan Penyewa

Dari perhitungan analisis koefisien regresi berganda yang digunakan untuk mengetahui kualitas pelayanan dan Fasilitas lingkungan terhadap kepuasan penyewa dengan hasil $Y = 1.109 + 0.454 + 0.523$. Dari hasil perhitungan diatas menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan Fasilitas lingkungan terhadap kepuasan penyewa mempunyai pengaruh yang positif, karena masing-masing koefisiennya bernilai positif. Sedangkan Perhitungan koefisien determinasi (R^2) dari persamaan antara Kualitas pelayanan (X_1) dan Fasilitas lingkungan (X_2) terhadap Kepuasan penyewa (Y), didapatkan nilai sebesar 0,709%. Hasil ini menunjukkan bahwa besarnya kontribusi kualitas pelayanan dan Fasilitas lingkungan terhadap kepuasan penyewa sebesar 70,9 % sedangkan sisanya 29,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

1.8 Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan dari jawaban pertanyaan maka ada beberapa kesimpulan yang dihasilkan oleh peneliti yaitu:

- Dari hasil perhitungan diatas menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X_1) dan Fasilitas Lingkungan kerja (X_2) terhadap kepuasan penyewa (Y) mempunyai pengaruh yang positif, karena masing-masing koefisiennya bernilai positif, dimana $b_1 = 0,454$ dan $b_2 = 0,523$ artinya dengan kualitas pelayanan dan Fasilitas lingkungan kerja (X_1 dan $X_2 = 0$) maka kepuasan penyewa (Y) sebesar 1.109.
- Pada uji t untuk variabel kualitas pelayanan (X_1) nilai t hitung sebesar 3,554, sedangkan nilai t tabel sebesar 2.011, maka dapat disimpulkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $3.554 > 2.011$ dengan hal ini H_0 di tolak dan H_a di terima, berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel kualitas pelayanan (X_1) terhadap kepuasan penyewa (Y). Dan Pada uji t untuk variabel fasilitas lingkungan kerja (X_2) nilai t hitung sebesar 4.101, sedangkan nilai t tabel sebesar 2.011, maka dapat disimpulkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $4.101 > 2.011$ dengan hal ini H_0 di tolak dan H_a di terima, berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel fasilitas lingkungan kerja (X_2) terhadap kepuasan penyewa (Y).
- Pada uji untuk nilai F hitung dengan pengolahan data adalah sebesar 57.373. dengan membandingkan nilai F hitung dengan nilai F tabel, di ketahui nilai F hitung lebih besar dari pada nilai F tabel ($57.373 > 3.18$), maka dapat di simpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel Kualitas Pelayanan (X_1) dan Fasilitas Lingkungan (X_2) terhadap Kepuasan Penyewa (Y)

Saran

- a. Dari hasil analisis atau pembahasan koefisien regresi linear bahwa kualitas pelayanan terhadap kepuasan penyewa masih kecil, maka penulis menyarankan kepada perusahaan untuk lebih meningkatkan kualitas pelayanan dan mampu memahami apa yang dibutuhkan konsumen atau penyewa agar bisa mendorong kepuasan penyewa pada PT Plaza Nusantara Realty.
- b. Fasilitas lingkungan mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan penyewa pada PT Plaza Nusantara Realty. Dilihat dari permasalahan yang ada peneliti menyarankan perusahaan agar lebih memperhatikan tentang fasilitas lingkungan bagi konsumen atau penyewa lebih baik lagi seperti, pentingnya meningkatkan suasana lingkungan yang baik dalam membantu meningkatkan Kepuasan penyewa terutama dalam hal ketersediaan fasilitas di tempat penyewa, serta meningkatkan suasana lingkungan yang baik dan dalam hal suhu udara, keamanan dan penerangan hal ini perlu adanya pengawasan supaya konsumen atau penyewa merasa aman dan nyaman tanpa merasa terganggu dan khawatir dalam menggunakan peralatan.
- c. Untuk meningkatkan kepuasan penyewa, maka harus ditingkatkan kualitas pelayanan yang baik dan fasilitas lingkungan memadai. Sehingga konsumen atau penyewa merasa puas dengan apa yang diberikan perusahaan. Dengan demikian semuanya dapat berjalan dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku :

- Amir, M. T. (2005). *“Manajemen Ritel: Panduan Lengkap Pengelolaan Toko Modern”*. Jakarta: PPM.
- Benyada dan Atcharawan. (2013). *“ Indikator Kepuasan Penyewa Tenant”* Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Branti, Istariyani. (2002). *“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Telkom Cabang Sragen”*. FE: UMS.
- Phillip Kotler. (2012). *“Manajemen Pemasaran”*. Terjemahan : Bob Sabran. Edisi 13 Jilid 1. Erlangga, Jakarta.
- Purwitaningsih. (2015). *“ Akseibilitas, Perencanaan dan Desaing Ruang Penyewa”*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Rambat Lupiyoadi. (2013). *“Manajemen Pemasaran Jasa”*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ratmiko & Atik Septi Winarsih. (2017). *“Manajemen Pelayanan”*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ruslan, Rosady. (2004). *“Metode Penelitian Public Relation dan Komunikasi”*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada
- Suciawan, J. Felicia. (2014). *“Relationship Management Tenant Relations”*. Surabaya: Universitas Petra
- Santosa, Singgih. (2001). *“Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik”*. Jakarta: Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia.
- Setyawarman. 2009. *“Studi Kepuasan Pelanggan Untuk Mencapai Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Mall Semarang)”*. Tesis S2. Universitas Diponegoro.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV Alfabeta.
- Tjiptono. (2012). *‘Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan ’*. Edisi ke dua, penerbit Andi, Yogyakarta.
- Zaenal. 2018. *“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Terhadap Kepuasan Pengunjung”*. Malang.

Sumber Jurnal :

- Ike Devi Widyaningrum. (2020). "*Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Tenant Mall Mangga Besar Jakarta Barat*"
- Nur Fitriana. (2015). "*Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Mall Terhadap Kepuasan Penyewa Tenant PT. Bumi Mulia Perkasa Jakarta*"
- Tasya Satsangha Sivanandi. (2022). "*Analisis Kepuasan Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Penyewa Yang Diberikan SunCity Mall Madiun*"
- Sugiri, G. (2022). "*Analisis Strategi Pemasaran dalam Upaya Peningkatan Daya Saing UMKM Kabupaten Bekasi*". Journal of Economic and Management (JECMA), 4(1), 1-10.
- Waluya, S. (2022). "*Analisis Pengaruh Strategi Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan*". Studi Empirik Pada Alfamart Taman Narogong. Mulia Pratama Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 2(1), 79-87.
- Dewi, D. A., & Yanuari, Y. (2023). "*Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Mayusa Grahan Trikencana Bekasi*". Mulia Pratama Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 2(1), 1-10.
- Waluya, S. (2021). *Analisis Pengaruh Strategi Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Nulab Pharmaceutical Indonesia*. Mulia Pratama Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 1(1), 26-44.