

SKRIPSI

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MELALUI HARGA SEBAGAI *INTERVENING VARIABLE* DI ASRAMA MAHASISWA FAKULTAS TEKNIK (RAMTEK) UNIVERSITAS HASANUDDIN

Disusun dan diajukan oleh:

**TRI HASTUTI
D071191073**



**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
GOWA
2024**

SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MELALUI HARGA SEBAGAI
INTERVENING VARIABLE DI ASRAMA MAHASISWA
FAKULTAS TEKNIK (RAMTEK) UNIVERSITAS HASANUDDIN**

Disusun dan diajukan oleh:

**TRI HASTUTI
D071191073**



**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
GOWA
2024**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MELALUI HARGA
SEBAGAI *INTERVENING VARIABLE* DI ASRAMA
MAHASISWA FAKULTAS TEKNIK (RAMTEK) UNIVERSITAS
HASANUDDIN**

Disusun dan diajukan oleh

TRI HASTUTI
D071191073

Telah dipertahankan di hadapan Panitia Ujian yang dibentuk dalam rangka
Penyelesaian Studi Program Sarjana Program Studi Teknik Industri
Fakultas Teknik Universitas Hasanuddin
Pada tanggal 15 Januari 2024
dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui,

Pembimbing Utama



Prof. Dr. Ir. Syamsul Bahri, M.Si., IPU., ASEAN. Eng
NIP. 19611113 198702 1 003

Pembimbing Pendamping



Ir. Kifayah Amar, ST., M.Sc., Ph.D., IPU
NIP. 1970621 200604 001

Ketua Program Studi,



Ir. Kifayah Amar, ST., M.Sc., Ph.D., IPU
NIP.1970621 200604 2 001

PERNYATAAN KEASLIAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini ;

Nama : Tri Hastuti
NIM : D071191073
Program Studi : Teknik Industri
Jenjang : S1

Menyatakan dengan ini bahwa karya tulisan saya berjudul

Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Harga Sebagai *Intervening Variable* Di Asrama Mahasiswa Fakultas Teknik (Ramtek) Universitas Hasanuddin

Adalah karya tulisan saya sendiri dan bukan merupakan pengambilan alihan tulisan orang lain dan bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri.

Semua informasi yang ditulis dalam skripsi yang berasal dari penulis lain telah diberi penghargaan, yakni dengan mengutip sumber dan tahun penerbitannya. Oleh karena itu semua tulisan dalam skripsi ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis. Apabila ada pihak manapun yang merasa ada kesamaan judul dan atau hasil temuan dalam skripsi ini, maka penulis siap untuk diklarifikasi dan mempertanggungjawabkan segala resiko.

Segala data dan informasi yang diperoleh selama proses pembuatan skripsi, yang akan dipublikasi oleh Penulis di masa depan harus mendapat persetujuan dari Dosen Pembimbing.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan isi skripsi ini hasil karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Gowa, 15 Januari 2024

Yang Menyatakan,



Tri Hastuti

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan anugrahNya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dan tugas akhir ini yang berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Harga Sebagai *Intervening Variabel* Di Asrama Mahasiswa Fakultas Teknik (Ramtek) Universitas Hasanuddin”. Tugas akhir ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Departemen Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Hasanuddin. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir ini tidak akan berhasil dengan baik tanpa adanya bimbingan, sumbangan pemikiran dan motivasi dari berbagai pihak. Untuk itu penulis dengan segala kerendahan dan keikhlasan hati juga mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa atas setiap kemudahan dan rezeki yang diberikan-Nya
2. Orang tua dan keluarga yang selalu menjadi *support system*, memberikan dukungan moral maupun materiil dan doa yang tiada hentinya kepada penulis.
3. Ibu Ir. Kifayah Amar, ST., M.Sc., Ph.D., IPU selaku Ketua Departemen Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Hasanuddin.
4. Bapak Prof. Dr. Ir. Syamsul Bahri, M.Si., IPU., ASEAN., Eng selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Ir. Kifayah Amar, ST., M.Sc., Ph.D., IPU. selaku Dosen Pembimbing II tugas akhir ini terima kasih atas bimbingan, arahan, dan masukan berharga yang diberikan sepanjang penulisan skripsi ini.
5. Bapak Dr. Ir. Saptas Asmal, S.T., M.T., IPM selaku Dosen Penguji I dan Ibu Ir. Dwi Handayani, S.T., M.T. selaku Dosen Penguji II yang telah memberikan saran dan masukan dalam penulisan skripsi ini.
6. Seluruh dosen dan staf Departemen Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Hasanuddin.

7. Untuk diri sendiri terima kasih sudah bertahan sejauh ini, terima kasih sudah mau bangkit dan telah mampu kooperatif dari awal perkuliahan sampai saat ini, serta selalu berpikir positif ketika keadaan setempat tidak berpihak pada diri sendiri.
8. Teman-teman seperjuangan (Sifat, Dewi, Tika, Ani, dan Pati) yang selalu ada dan kebersamai penulis sampai saat ini. Terima kasih sudah menjadi rumah kedua untuk penulis tempat untuk bertukar cerita dan berkeluh kesah.
9. Teman-teman KKN (Mallo, Yusril, Fikar, Zubair, Umni, Tasya, Ike dan Indah) terima kasih sudah hadir, memberi suka cita dan selalu memberikan dukungan dan motivasi satu sama lain
10. Teman-teman pejuang S.T (Kasmi, Clara, Yuli, Unnu, dan Ikhwa) yang selalu menemani dan membantu penulis dari awal perkuliahan sampai saat ini
11. Teman-teman seperjuangan HEURIZTIC 19 yang telah membantu dalam dunia perkuliahan dan keseharian selama ini.
12. Serta semua pihak yang tidak bisa dituliskan satu per satu yang sudah membantu dan mendukung selama ini.

Penulis menyadari bahwa tulisan ini masih jauh dari kata sempurna karena keterbatasan yang dimiliki penulis. Untuk itu, kepada pembaca agar dapat memberikan kritik dan saran demi kebaikan tugas akhir ini agar dapat bermanfaat dengan baik bagi semuanya.

Gowa, 15 Januari 2024

Penulis

ABSTRAK

TRI HASTUTI. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Harga Sebagai *Variabel Intervening* Di Asrama Mahasiswa Fakultas Teknik (Ramtek) Universitas Hasanuddin (dibimbing oleh Syamsul Bahri dan Kifayah Amar)

Salah satu asrama yang ada di Kampus Universitas Hasanuddin adalah Asrama Mahasiswa Fakultas Teknik (Ramtek), yang mana tiap tahun mewajibkan mahasiswa baru untuk menempati asrama kurang lebih selama 1 tahun. Selain untuk menyukseskan salah satu program unggulan kampus, yaitu *University Student Leadership Academy* (USLA), hal ini juga bertujuan untuk memudahkan mahasiswa yang berasal dari luar kota dalam mencari tempat tinggal. Namun yang menjadi permasalahan saat ini adalah jumlah penghuni asrama dari tahun ke tahun mengalami penurunan yang cukup signifikan. Terdapat beberapa permasalahan atau keluhan-keluhan yang dirasakan penghuni Asrama Mahasiswa FT-UH seperti fasilitas yang ada didalam asrama sebagian besar sudah mengalami kerusakan, seperti plafon yang bocor, saluran wc yang seringkali mengalami penyumbatan hampir di setiap unit kamar dan lain-lain.

Analisa data dilakukan dengan menggunakan metode *Partial Least Square Structural Equation Modelling* (PLS-SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan lokasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap harga. Kualitas pelayanan, harga, dan lokasi memiliki pengaruh secara langsung yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan dan lokasi memiliki pengaruh secara tidak langsung yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan melalui harga sebagai variabel *intervening*.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Lokasi, Harga, Kepuasan Pelanggan, PLS-SEM

ABSTRACK

TRI HASTUTI. *Analysis of the Effect of Service Quality and Location on Costumer Satisfaction Through Price as an Intervening Variable in the Student Dormitory of the Faculty of Engineering (Ramtek) Hasanuddin University (supervised by Syamsul Bahri and Kifayah Amar)*

One of the dormitories on the Hasanuddin University is the Faculty of Engineering Student Dormitory (Ramtek), which every year requires the new students to occupy a dormitory for approximately 1 year. In addition, to the success of one of the campus' flagship programs namely the University Student Leadership Academy (USLA), also it is aims to make the students easier to find a place especially who come from other city. But the current problem is the number of dormitory occupant has decreased significantly in every year. There are several problems or complaints in the FT-UH Student Dormitory such as the the dormitory facilities have mostly been damaged, such as the leaking ceilings, the toilet clog almost in each room unit, etc.

The data analysis was carried out using the Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method. The results of this reserch showed that the quality of service and location had a positive and significant influence on the price. Service quality, price, and location have a direct positive and significant influence on the customer satisfaction. Service quality and location had a positive and significant indirect influence on customer satisfaction through price as an intervening variable.

Keywords : Service Quality, Location, Price, Customer Satisfaction, PLS-SEM

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	4
1.4. Batasan Masalah	5
1.5. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1. Kualitas Pelayanan	6
2.2. Lokasi	7
2.3. Harga	8
2.4. Kepuasan Pelanggan.....	9
2.5. <i>Structural Equation Modeling (SEM)</i>	9
2.5.1. <i>Defenisi SEM</i>	9
2.5.2. <i>Jenis jenis SEM</i>	11
2.7. Penelitian Terdahulu.....	11
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	15
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian.....	15
3.2. Sumber Data	15
3.3. Sampel Penelitian	15

3.4.	Metode Pengumpulan Data	16
3.5.	<i>Flowchart</i> Penelitian.....	17
3.6.	Kerangka Berpikir	19
3.7.	Penetapan Hipotesis, Variabel dan Indikator Penelitian.....	19
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN		24
4.1	Gambaran Umum Asrama Mahasiswa FT-UH (Ramtek)	24
4.2	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	25
4.2.1	<i>Uji Validitas</i>	25
4.2.2	<i>Uji Reliabilitas</i>	29
4.3	Pengolahan Data Responden	29
4.4	Perancangan Model PLS Kepuasan Pelanggan	29
4.4.1.	<i>Perancangan Model</i>	30
4.4.2.	<i>Evaluasi Outer Model (Model Pengukuran)</i>	31
4.4.3.	<i>Evaluasi Inner Model (Model Struktural)</i>	36
4.4.4	<i>Pengujian Hipotesis Model</i>	39
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		48
5.1	Kesimpulan.....	48
5.2	Saran.....	48
DAFTAR PUSTAKA		50
LAMPIRAN.....		53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 <i>Flowchart</i> Penelitian	18
Gambar 2 Model Hipotesis Penelitian	19
Gambar 3 Model Struktural Dan Pengukuran Penelitian.....	30
Gambar 4 Model Struktural dan Pengukuran.....	32
Gambar 5 Hasil <i>Bootstrapping</i> Model Struktural	40



DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu	11
Tabel 2 Perbandingan Penelitian Terdahulu	14
Tabel 3 Skor skala <i>likert</i>	17
Tabel 4 Hipotesis Penelitian.....	21
Tabel 5 Variabel Indikator yang digunakan dalam Penelitian	22
Tabel 6 Hasil Uji Validitas.....	28
Tabel 7 Hasil Uji Reliabilitas	29
Tabel 8 Hasil <i>Outer Loading Model</i>	33
Tabel 9 Hasil Uji <i>Convergent Validity Model</i>	34
Tabel 10 Hasil Uji <i>Discriminant Validity – Cross Loading Model</i>	35
Tabel 11 Hasil Uji <i>Composite Reliability Model</i>	36
Tabel 12 Hasil Uji <i>Cronbach’s Alpha Model</i>	36
Tabel 13 Hasil R^2 Model.....	37
Tabel 14 Hasil Q^2 Model.....	38
Tabel 15 Hasil <i>Bootstrapping Direct Effect</i>	41
Tabel 16 Hasil <i>Bootstrapping Indirect Effect</i>	42
Tabel 17 Hasil <i>Bootstrapping Total Effect</i>	42
Tabel 18 Evaluasi Hasil Uji T Statistik dan Probabilitas Model	43

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 <i>Google</i> formulir Kuesioner Penelitian Variabel Kualitas Pelayanan	53
Lampiran 2 <i>Google</i> Formulir Kuesioner Penelitian Variabel Lokasi	53
Lampiran 3 <i>Google</i> Formulir kuesioner Penelitian Variabel Harga	53
Lampiran 4 <i>Google</i> formulir kuesioner penelitian Variabel Kepuasan Pelanggan...	53
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan Menggunakan <i>Software</i> SPSS	54
Lampiran 6 Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi Menggunakan <i>Software</i> SPSS	55
Lampiran 7 Hasil Uji Validitas Variabel Harga Menggunakan <i>Software</i> SPSS	55
Lampiran 8 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (CS) Menggunakan <i>Software</i> SPSS	56
Lampiran 9 Hasil Uji SPSS Reliabilitas Kualitas Pelayanan.....	56
Lampiran 10 Hasil Uji Reliabilitas Lokasi.....	56
Lampiran 11 Hasil Uji Reliabilitas Harga.....	57
Lampiran 12 Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan.....	57
Lampiran 13 Data Kuesioner Kualitas Pelayanan	57
Lampiran 14 Data Kuesioner Lokasi	60
Lampiran 15 Data Kuesioner Harga	63
Lampiran 16 Data Kuesioner Kepuasan Pelanggan.....	66
Lampiran 17 Distribusi Nilai r_{tabel} signifikansi 5% dan 1%	69

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dalam era globalisasi seperti saat ini, perkembangan dunia usaha semakin pesat yang mengakibatkan persaingan bisnis semakin meningkat. Persaingan tersebut tidak hanya persaingan bisnis dalam bidang manufaktur tetapi juga dibidang usaha pelayanan penginapan. Salah satu pelayanan penginapan adalah Asrama Mahasiswa.

Unhas merupakan salah satu PTN terbaik di Indonesia bagian Timur. Hampir keseluruhan jurusan yang ada telah terakreditasi A dan menawarkan berbagai jenis beasiswa untuk mahasiswa terkhusus yang terkendala dalam ekonominya . Selain itu, Unhas juga memiliki segudang prestasi yang telah diraih salah satunya berhasil menempati posisi keenam kampus terbaik se-Indonesia berdasarkan *rilis Times Higher Education (THE)* melalui *THE World University Rankings (THE WUR)* 2023. Hal tersebut menyebabkan tingkat peminat Universitas Hasanuddin dari tahun ke tahun mengalami peningkatan signifikan dan tidak sedikit juga peminatnya berasal dari luar Provinsi Sulawesi Selatan. Maka dari itu, Unhas berusaha memenuhi kebutuhan tempat tinggal yang layak bagi mahasiswanya dengan membangun hunian vertikal (*vertical housing*) berupa asrama mahasiswa disekitar kampus.

Saat ini Universitas Hasanuddin menyediakan fasilitas asrama untuk mahasiswa baru dan tentunya dengan harga yang cukup murah jika dibandingkan dengan usaha kos-kosan masyarakat yang ada disekitar kampus. Salah satu asrama yang ada di Kampus Universitas Hasanuddin adalah Asrama Mahasiswa Fakultas Teknik (Ramtek) yang mana tiap tahun mewajibkan mahasiswa baru untuk menempati asrama kurang lebih selama 1 tahun. Selain menyukseskan salah satu program unggulan kampus, yaitu *University Student Leadership Academy (USLA)*, hal ini juga bertujuan untuk memudahkan mahasiswa yang berasal dari luar kota dalam mencari tempat tinggal. Jarak antara asrama dengan kampus terbilang dekat dengan waktu tempuh kurang dari 5 menit sehingga tidak membutuhkan waktu lama untuk sampai dikampus serta tidak mengeluarkan ongkos transportasi.

Di Asrama Mahasiswa Fakultas Teknik (Ramtek) Universitas Hasanuddin saat ini, untuk asrama putri memiliki 3 gedung, namun hanya 2 yang beroperasi. Untuk biaya sewa pertahunnya beda tiap gedung, dengan rincian biaya untuk ramtek 2 (Lantai 1 dan 2) Rp. 3.500.000, ramtek 2 (Lantai 3 dan 4) Rp. 3.250.000, ramtek 3 (Lantai 1 dan 2) Rp. 3.250.000, ramtek 3 (Lantai 3) Rp. 3.250.000, ramtek 3 (Lantai 4 dan 5) Rp. 2.750.000. Sedangkan untuk asrama putra terdiri atas 10 blok unit asrama yang mana tiap bloknya terdapat 22 kamar dengan biaya sewa pertahunnya Rp.3.500.000. Asrama Mahasiswa FT-UH (ramtek) dilengkapi fasilitas sarana dan prasarana seperti tiap kamar dilengkapi kasur, meja belajar, lemari, dan wc dalam (hanya asrama putri) serta adanya ruang belajar kelompok yang terletak dilantai di lantai dasar tentunya dapat menunjang aktivitas belajar mahasiswa. Selain itu, lokasi bangunan asrama mahasiswa laki-laki dan perempuan itu berbeda dan sistem keamanan yang cukup ketat sehingga penghuni asrama merasa aman dan nyaman selama mereka tinggal disana.

Namun yang menjadi permasalahan saat ini adalah jumlah penghuni asrama dari tahun ke tahun mengalami penurunan yang cukup signifikan. Terdapat beberapa permasalahan atau keluhan-keluhan yang dirasakan penghuni Asrama Mahasiswa FT-UH seperti fasilitas yang ada didalam asrama sebagian besar sudah mengalami kerusakan seperti plafon yang bocor, saluran wc yang seringkali mengalami penyumbatan hampir di setiap unit kamar dan lain-lain. Pihak asrama selalu berusaha memberikan pelayanan terbaik bagi penghuni asrama, tetapi pada kenyataannya masih terdapat berbagai keluhan mengenai ketidakpuasan penghuni terhadap kualitas pelayanan dan fasilitas yang diberikan oleh pihak pengelola asrama.

Kualitas pelayanan merupakan perbandingan antara layanan yang dirasakan sama atau melebihi kualitas layanan yang di harapkan. Dalam hal ini apabila terjadi penurunan atau peningkatan kualitas pelayanan maka itu akan berdampak pada kepuasan pelanggan. selain kualitas pelayanan, lokasi dan harga juga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hal ini dikarenakan apabila adanya kesesuaian antara manfaat yang dirasakan oleh konsumen terhadap suatu produk atau jasa dengan harga yang ditetapkan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan begitupun sebaliknya.

Kepuasan pelanggan sendiri didefinisikan sebagai konsep yang jauh lebih luas daripada sekedar penilaian kualitas layanan, dimana rasa puas itu dipengaruhi oleh faktor-faktor yang lain seperti kualitas layanan, kualitas produk, harga, situasi yang sedang dialami oleh konsumen, dan karakter individu dari konsumen itu sendiri. Apabila pelanggan merasakan pelayanan yang mereka dapatkan lebih dari harapan maka pelanggan akan merasa puas. Kepuasan berkaitan dengan perasaan pelanggan ketika menerima atau menggunakan barang atau jasa.

Kepuasan pelanggan muncul setelah membandingkan antara kinerja atau hasil produk yang dipikirkan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan. Jika kinerja berada dibawah harapan, maka konsumen merasa tidak puas. Sebaliknya, jika kinerja memenuhi harapan konsumen akan merasa puas. Meningkatnya kepuasan konsumen, akan meningkatkan pula kecenderungan konsumen untuk kembali menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan. Pada gilirannya, kondisi seperti ini akan berdampak pada performa bisnis perusahaan. Peningkatan jumlah konsumen menjadi asset yang sangat berharga bagi perusahaan dalam meningkatkan profitabilitas. Hal tersebut menyebabkan tugas untuk memahami sifat konsumen dan mengamati perubahan selera dan perilaku mereka menjadi tantangan manajerial yang tidak ringan

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul ” **Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Harga Sebagai *Intervening Variable* Di Asrama Mahasiswa Fakultas Teknik (Ramtek) Universitas Hasanuddin**”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah

1. Apakah kualitas pelayanan (*service quality*) berpengaruh positif terhadap harga (*price*)
2. Apakah lokasi berpengaruh positif terhadap harga (*price*)
3. Apakah kualitas pelayanan (*service quality*) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*)?
4. Apakah harga (*price*) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) ?
5. Apakah lokasi berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) ?
6. Apakah kualitas pelayanan (*service quality*) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) melalui harga (*price*) sebagai *intervening variable* ?
7. Apakah lokasi berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) melalui harga (*price*) sebagai *intervening variable* ?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka dapat ditetapkan tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan (*service quality*) terhadap harga (*price*)
2. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap harga (*price*)
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan (*service quality*) terhadap kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*)
4. Untuk mengetahui pengaruh harga (*price*) terhadap kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*)

5. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*)
6. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan (*service quality*) terhadap kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) melalui harga (*price*) sebagai *intervening variable*
7. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) melalui harga (*price*) sebagai *intervening variable*

1.4. Batasan Masalah

1. Penelitian dilakukan di Asrama Mahasiswa FT-UH (Ramtek)
2. Penelitian berfokus pada mahasiswa yang pernah atau sedang bertempat tinggal di Asrama Mahasiswa FT-UH (Ramtek) angkatan 2019-2023
3. Sampel yang diambil sebanyak 150 responden
4. Pada penelitian ini menggunakan metode *Partial Structural Equation Modelling* (SEM) untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan melalui harga sebagai *intervening variable*.

1.5. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Mahasiswa, diharapkan dapat :
Dengan adanya penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan atau sumber informasi yang dapat menambah wawasan pembaca terkait gambaran kepuasan mahasiswa terhadap Asrama Mahasiswa Fakultas Teknik (Ramtek).
2. Bagi Akademik, diharapkan dapat :
 - a. Sebagai masukan pada pihak kampus Universitas Hasanuddin dalam perbaikan dan peningkatan kualitas asrama dan prasarana.
 - b. Penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk kegiatan penelitian selanjutnya.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Kualitas Pelayanan

Kualitas berkaitan dengan ketahanan, keandalan, kemampuan, kemudahan pemeliharaan suatu barang atau jasa. Deming mengungkapkan definisi kualitas sebagai apapun yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen. Sedangkan menurut Nasution terdapat beberapa persamaan dalam definisi kualitas yaitu: (1) kualitas mencakup usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan, (2) kualitas mencakup produk, jasa manusia, proses, dan lingkungan, dan (3) kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah (apa yang saat ini dianggap kemungkinan di masa mendatang akan dianggap kurang berkualitas) (Devani & Wahyuni, 2016).

Kualitas pelayanan menurut Tjiptono (2011) merupakan upaya pemenuhan kebutuhan konsumen baik dari produk maupun jasa serta ketetapan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen. Baik atau buruknya kualitas pelayanan berkaitan erat dengan tingkat kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Kualitas pelayanan dikatakan baik apabila layanan yang diberikan sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen. Oleh karena itu perusahaan selalu dituntut untuk menyediakan layanan yang mampu memuaskan kebutuhan dan harapan konsumennya. Kualitas pelayanan yang baik akan mendorong tingkat kepuasan pelanggan yang selanjutnya akan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Terdapat 5 dimensi kualitas pelayanan yang diidentifikasi oleh para pelanggan menurut F. Tjiptono & G. Chandra (2016), yaitu :

- a. Keandalan (*reliability*) merupakan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan pelayanannya sesuai dengan waktu yang disepakati.
- b. Daya tanggap (*responsiveness*), berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka serta menginformasikan kapan pelayanan akan diberikan dan kemudian memberikan pelayanan secara cepat.

- c. Jaminan (*assurance*), yakni perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya.
- d. Empati (*emphaty*) berarti 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 daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan serta penampilan karyawannya.

2.2. Lokasi

Menurut Tjiptono & Chandra (2005), lokasi merupakan komponen penting dalam menentukan keberhasilan suatu layanan karena sangat terkait dengan kemungkinan pasar bagi penyedia layanan. Sedangkan menurut Handoko (2008) lokasi adalah tempat dimana suatu usaha atau aktivitas usaha dilakukan. Suatu bisnis yang terletak di keramaian atau mudah dijangkau oleh konsumen menjadi salah satu strategi yang dilakukan pelaku bisnis sebelum menjalankan bisnisnya.

Menurut Kotler dan Armstrong (2008) salah satu kunci sukses bisnis adalah lokasi. Pemilihan lokasi yang baik merupakan keputusan yang sangat penting. Karena pertama, keputusan pemilihan lokasi mempunyai dampak yang permanen dan jangka panjang. Kedua, lokasi dapat mempengaruhi pertumbuhan usaha di masa yang akan datang. Menurut Tjiptono (2017), terdapat beberapa indikator yang pertimbangan terkait lokasi, yaitu:

- a. Akses, lokasi yang dilalui mudah dijangkau sarana transportasi umum
- b. Visibilitas, lokasi dapat dilihat dengan jelas oleh jarak pandang normal.
- c. Lalu lintas, menyangkut dua pertimbangan utama yaitu, Banyaknya orang yang lalu lalang bisa memberikan peluang besar terhadap terjadinya *impulsive buying* & Kepadatan dan kemacetan lalu lintas bisa juga menjadi hambatan.
- d. Lingkungan, daerah sekitar yang mendukung penjualan. Sebagai contoh, restoranyang berdekatan dengan asrama, kampus, perkantoran, dan lain-lain.
- e. Area parkir yang luas, nyaman, dan aman untuk kendaraan konsumen.

2.3. Harga

Menurut Swasta dan Irawan (2022) harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya. Dari sudut pandang konsumen, harga sering kali digunakan sebagai indikator nilai bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa pada tingkat harga tertentu, bila manfaat yang dirasakan konsumen meningkat maka nilainya akan meningkat pula. Seringkali pula dalam penentuan nilai suatu barang atau jasa, konsumen membandingkan kemampuan suatu barang atau jasa dalam memenuhi kebutuhannya dengan kemampuan barang atau jasa substitusi. Sudharto (2007) mengemukakan bahwa konsumen mengharapkan harga yang sepadan dengan kualitas produk dari pembelian yang dilakukannya.

Menurut Philip dan Gery (2008) ada empat indikator harga yang perlu dipertimbangkan, yaitu :

- a. Keterjangkauan harga, konsumen bisa menjangkau harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan.
- b. Daya saing harga, penawaran harga yang diberikan oleh perusahaan/penjual berbeda dan bersaing dengan yang diberikan oleh perusahaan/penjual lain pada satu jenis produk yang sama.
- c. Kesesuaian harga dengan kualitas produk, harga sering dijadikan sebagai indikator kualitas bagi konsumen. Orang sering memilih harga yang lebih tinggi diantara dua barang karena mereka melihat adanya perbedaan kualitas. Apabila harga lebih tinggi orang cenderung beranggapan bahwa kualitasnya juga lebih baik.
- d. Kesesuaian harga dengan manfaat, konsumen memutuskan membeli suatu produk jika manfaat yang dirasakan lebih besar atau sama dengan yang telah dikeluarkan untuk mendapatkannya. Apabila konsumen merasakan manfaat produk lebih kecil dari uang yang dikeluarkan maka konsumen akan beranggapan bahwa produk tersebut mahal dan konsumen akan berfikir dua kali untuk melakukan pembelian ulang.

2.4. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan berasal dari kata puas yang berarti merasa senang, lega, kenyang, dan sebagainya karena sudah merasai secukup-cukupnya atau sudah terpenuhi hasrat hatinya. Selama dan setelah konsumsi serta pemakaian produk atau jasa, konsumen mengembangkan rasa puas atau tidak puas. Kepuasan konsumen didefinisikan sebagai keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen atas barang atau jasa setelah mereka memperoleh atau menggunakannya.

kepuasan, yaitu perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. kepuasan pelanggan juga merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil sama atau melampaui harapan pelanggan (Prasetyawati, R. S. 2016).

Dari beberapa pendapat tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa kepuasan merupakan sebuah hasil atau reaksi yang diberikan pelanggan berupa senang atau kecewa, setelah pelanggan merasakan produk atau purnabeli. Kepuasan pelanggan berarti suatu penilaian emosional dari pelanggan setelah penggunaan suatu produk, di mana harapan dan kebutuhan terpenuhi.

2.5. *Structural Equation Modeling* (SEM)

2.5.1. Defenisi SEM

Menurut Maruyama (1998) dikutip dalam (Haryono, 2012) menyebutkan bahwa SEM adalah sebuah model statistik yang memberikan perkiraan perhitungan dari kekuatan hubungan hipotesis diantara variabel dalam sebuah model teoritis, baik langsung atau melalui variabel antara (*intervening or moderating*). SEM adalah model yang memungkinkan pengujian sebuah rangkaian atau network model yang lebih rumit.

Structural Equation Modelling (SEM) merupakan suatu teknik analisis multivariat yang dikembangkan guna menutupi keterbatasan yang dimiliki oleh model analisis sebelumnya yang telah digunakan secara luas dalam penelitian

statistika. Penggunaan SEM memiliki banyak keuntungan seperti (1) dapat menguji hubungan kausalitas, validitas, dan reliabilitas sekaligus, (2) Dapat digunakan untuk melihat pengaruh langsung dan tidak langsung antar variabel, (3) Menguji beberapa variabel dependen sekaligus dengan beberapa variabel independen, (4) Dapat mengukur seberapa besar variabel indikator mempengaruhi variabel faktornya masing-masing dan (5) Dapat mengukur variabel faktor yang tidak dapat diukur secara langsung melalui variabel indikatornya (Sasongko et. al., 2016).

Terdapat dua konsep mendasar dalam SEM yaitu *measurement* (pengukuran) dan *structural models* (model struktural). Model pengukuran menstabilkan hubungan antara variabel laten dan item-item yang diamati yang merupakan bagian analisis konfirmatori dari sebuah model. Variabel laten adalah variabel yang tidak dapat dinilai secara langsung tetapi mempengaruhi variabel yang diamati dalam suatu model. Model struktural menguji hubungan antara dua atau lebih variabel. Hubungan dari variabel laten dan variabel yang diamati merupakan komponen struktural dari sebuah model (Holbert & Stephenson M, 2002). Berikut variabel-variabel pada SEM:

a. Variabel laten

Variabel laten atau yang biasanya disebut dengan istilah *unobserved variable* yaitu variabel yang tidak dapat diukur secara langsung kecuali diukur dengan satu atau lebih variabel manifest. Variabel laten dibedakan menjadi dua bagian yaitu :

- 1) Variabel laten eksogen (variabel independen), yaitu variabel yang mempengaruhi nilai dari variabel lain dalam model.
- 2) Variabel laten endogen (variabel dependen), yaitu variabel yang dipengaruhi secara langsung maupun tidak langsung oleh variabel eksogen.

b. Variabel manifest

Variabel manifest adalah variabel yang digunakan untuk menjelaskan atau mengukur sebuah variabel laten. Variabel manifest sering disebut dengan istilah *observed variable*, *measured variable*, atau *indicator*.

2.5.2. Jenis jenis SEM

SEM terbagi menjadi dua jenis yaitu *Covariance Based Structural Equation Modelling* (CB-SEM) dan *Partial Least Square* (PLS-SEM). Perbedaan mendasar antara kedua jenis SEM ini adalah CB-SEM didasarkan pada model faktor umum sedangkan PLS-SEM didasarkan pada model komposit. CB-SEM terutama digunakan untuk mengkonfirmasi teori yang sudah mapan dan PLS-SEM pendekatan yang berorientasi pada prediksi terutama digunakan untuk penelitian eksplorasi, tetapi juga bisa digunakan untuk penelitian konfirmatori. Secara keseluruhan, metode PLS-SEM baik digunakan untuk pengembangan teori (Hair Jr et al., 2017).

2.7. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu sebagai bahan referensi atas permasalahan dan metode yang digunakan dalam penelitian ini. Berikut merupakan beberapa penelitian terdahulu terkait dengan *Structural Equation Modelling* (SEM) yang dijelaskan pada tabel 1 sebagai berikut.

Tabel 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Model Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Andiya dan Hairani (2022)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Park Hotel Cawang Jakarta	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan PLS-SEM	Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan, persepsi harga, dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Park Hotel Cawang Jakarta.
2.	Arya dan Hairani (2022)	Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi Terhadap Kepuasan	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak	Berdasarkan hasil penelitian ini dapat diketahui, promosi, kualitas pelayanan, dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap

	Pelanggan di Hotel Des Indes Menteng	100 responden. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan PLS-SEM	kepuasan pelanggan Hotel Des Indes Menteng
3.	Dilla dan Surono (2022)	Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Di The Langham Hotel Jakarta	Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Jumlah sample dalam penelitian sebanyak 100 responden. Data yang di olah menggunakan PLS-SEM
			Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif tapi tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
4.	Yudianto, Martaleni dan Rini, S (2023)	Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Savana Hotel & Convention Malang	Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer yang diperoleh dari hasil pengisian kuesioner. Data hasil pengisian kuesioner dianalisis dengan
			Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa : a. Harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan b. Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan c. Harga berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan d. Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan

		menggunakan teknik analisis PLS-SEM	<p>e. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan</p> <p>f. Harga berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan</p> <p>g. Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.</p>
5. Sawitri dkk (2018)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Dan Kualitas Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Purnama Dimediasi Oleh Kepercayaan	Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Alat analisis data dalam penelitian menggunakan PLS-SEM	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa</p> <p>a. Kualitas layanan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan</p> <p>b. Kualitas harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan</p> <p>c. Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepercayaan.</p> <p>d. Kualitas harga tidak berpengaruh terhadap Kepercayaan</p> <p>e. Kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.</p> <p>f. Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan melalui</p>

kepercayaan.
g. Kualitas harga berpengaruh terhadap kepuasan melalui kepercayaan.

Perbandingan tiap penelitian terdahulu dengan penelitian kali ini adalah sebagai berikut.

Tabel 2 Perbandingan Penelitian Terdahulu

No.	Penulis	Metode	Variabel Penelitian		
			Kualitas Pelayanan	Lokasi	Harga
1	Andiya dan Hairani (2022)	SEM	✓		✓
2	Arya dan Hairani (2022)	SEM	✓	✓	✓
3	Dilla dan Surono (2022)	SEM	✓		✓
4	Yudianto, Martaleni dan Rini, S (2023)	SEM	✓		✓
5	Sawitri dkk (2018)	SEM	✓		✓

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang ditunjukkan pada tabel 1, diperoleh perbedaan dan persamaan antara penelitian yang dilakukan saat ini dan penelitian terdahulu. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang, yaitu terletak pada objek penelitian dan variabel yang ada pada penelitian kali ini. Adapun persamaan pada penelitian kali ini dengan penelitian terdahulu terletak pada metode yang digunakan, yaitu PLS-SEM dan tujuan yang ingin dicapai ialah mengukur kepuasan pelanggan.