

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Jasa rumah kos merupakan suatu bidang jasa kecil dan menengah yang kegiatan usahanya adalah penyewaan kamar kos. Banyak faktor yang menjadi pertimbangan memilih usaha kos sebagai alternatif berwirausaha. Kos atau kos-kosan merupakan suatu peluang usaha yang banyak diminati. Investasi rumah kos merupakan investasi atau jenis usaha yang sederhana dan menjanjikan, apabila usaha tersebut dikelola dengan baik (Wibowo, 2022).

Kebutuhan akan sebuah hunian terus meningkat untuk saat ini. Rumah kos ialah tempat tinggal sementara bagi orang atau, orang yang rumahnya jauh dari tempat tinggal bagi orang merantau atau orang yang rumahnya jauh dari tempat rutinitas sehari-hari, dengan pembayaran tertentu untuk setiap periode tertentu. Dalam memilih rumah kos yang sesuai dengan keinginan merupakan hal yang sulit dilakukan. Permasalahan yang selalu dihadapi ketika ingin mencari rumah kos ialah terlalu banyak pilihan rumah kos pada mesin pencarian yang membuat pencari rumah kos menjadi bingung.

Faktor-faktor yang berpengaruh penting ketika memilih rumah kos adalah harga sewa rumah kos perbulan atau tahun, fasilitas umum yang tersedia diarea sekitar rumah kos, lokasi rumah kos, keamanan dan kebersihan rumah kos dan sekitar rumah kos (Sari, 2019).

Untuk mempertahankan pelanggan maka pemilik kos harus melakukan strategi pemasaran jasa serta kualitas pelayanan sehingga terciptanya kepuasan dan

loyalitas dari penghuni kamar kos terhadap layanan pengelola. Jika pengelola kos-kosan kehilangan penghuninya, maka kehilangan tidak hanya keuntungan dari transaksi yang telah terjadi, tetapi juga kemungkinan penjualan kamar kos di masa yang akan datang pun akan terancam.

Setelah pelanggan diperoleh, pemilik rumah kos tidak lagi hanya memikirkan keuntungan besar, tetapi harus berusaha mempertahankan penghuninya sambil menjaga kepentingan dan kebutuhan pelanggan atau penghuni. Penghuni akan setia jika pengelola selalu berusaha mengetahui dan melakukan apa yang diperlukan (Wibowo, 2022).

Seiring perkembangan Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur (UPNVJT) dan beberapa kampus didekatnya (UINSA) di Rungkut mendorong para wirausaha untuk membangun usaha rumah kos disekitar lingkungan UPNVJT dan UNISA untuk mahasiswa pendatang dari luar kota Surabaya dan juga mahasiswa dari Surabaya yang akan fokus tinggal di dekat kampus. Perkembangan ini ditandai dengan banyaknya mahasiswa yang menyewa kamar kos di lokasi sekitar UPNVJT dan UINSA. Dengan semakin meningkatnya jumlah penyedia jasa rumah kos di Rungkut menimbulkan persaingan yang ketat untuk meraih para pelanggan. Bentuk dari ukuran bervariasi dengan berbagai fasilitas yang mereka sediakan. Persaingan yang terjadi memberikan dorongan kepada pengelola kosan untuk melakukan strategi-strategi dalam mempertahankan pelanggan.

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau tidak senang seseorang terhadap suatu produk setelah membandingkan kinerja produk tersebut dengan yang diharapkan. Kepuasan pelanggan adalah sebuah konsep abstrak dimana kepuasan yang sebenarnya bervariasi dari individu terhadap produk, tergantung pada sejumlah harapan individu. Kepuasan pelanggan meningkat ketika pelanggan merasa penjual telah adil dalam transaksi (Gultom, 2020).

Switching Intention adalah “munculnya keinginan dari konsumen untuk berpindah dari produk sebelumnya ke produk yang lain”. Keinginan konsumen untuk berpindah akan menurun ketika keuntungan yang didapat setelah beralih ternyata tidak seimbang dengan usaha, waktu, dan biaya, yang telah dikeluarkan untuk beralih. Kepuasan yang dialami pelanggan akan mengurangi keinginan konsumen untuk berpindah dari produk lamanya.

Peneliti tertarik untuk melakukan *pra survey* mengenai kepuasan pelanggan dan *switching intention* kepada 20 responden yang pernah menyewa kamar kos di daerah di Rungkut, Surabaya. Berdasarkan hasil penelitian terhadap beberapa jenis jasa, Berry dan Parasuraman dalam berhasil mengidentifikasi lima kelompok karakteristik yang digunakan oleh para pelanggan atau pengguna dalam mengevaluasi kualitas jasa, yaitu: *Reliability* (Reliabilitas) meliputi prestasi yang konsisten dan dapat dipertanggungjawabkan (*dependability*). *Responsiveness* (Daya tanggap) berkaitan dengan kerelaan atau kesiapsediaan para karyawan untuk menyediakan jasa. *Competence* (Kompetensi) berarti pemilikan keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan untuk melaksanakan jasa. *Acces* (Kemampuan untuk didekati) meliputi kemampuan para konsumen untuk mendekati para karyawan

serta kemudahan berkontak. *Courtesy* (Kesopan-santunan) meliputi kesopan-santunan atau keadabaan (*politeness*), kehormatan (*respect*). *Communication* (Komunikasi) berarti memberikan informasi kepada konsumen dalam bahasa yang dapat dimengerti oleh mereka dan juga mendengarkan mereka. *Credibility* (Kemampuan dipercaya) meliputi sifat dapat atau layak dipercaya (*trustworthiness*) serta dipercaya secara intelektual dan kejujuran. *Security* (keamanan) adalah kebebasan dari bahaya, risiko atau keraguan. *Understanding* (Pengertian mengenal para pelanggan) meliputi berusaha mengerti kebutuhan-kebutuhan para konsumen. *Tangibles* (Hal yang dapat dilihat) meliputi tanda-tanda atau petunjuk fisik (Spillane, 2006).

Berdasarkan hasil pra survei yang telah dilakukan, maka didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 1.1 Data Pra Survei

| Dimensi/Faktor | Pertanyaan | Ya | Tidak | %Ya | %Tidak |
|---|---|-----------|--------------|------------|---------------|
| <i>Reliability</i> (Kehandalan) | ketepatan waktu hingga keramahan yang diberikan pada saat <i>check-in</i> | 11 | 9 | 55% | 45% |
| <i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap) | Laporan kendala kebersihan segera dilakukan secepat mungkin | 8 | 12 | 40% | 60% |
| <i>Competence</i> (Kemampuan) | Pemilik kos serta karyawan memiliki keterampilan yang baik | 7 | 13 | 35% | 65% |
| <i>Acces</i> (Akses) | Saluran komunikasi rumah kos mudah dihubungi | 6 | 14 | 30% | 70% |
| <i>Courtesy</i> (Jaminan) | Staf memiliki pengetahuan, sopan santun, dan kerumah-tamahan | 7 | 13 | 35% | 65% |

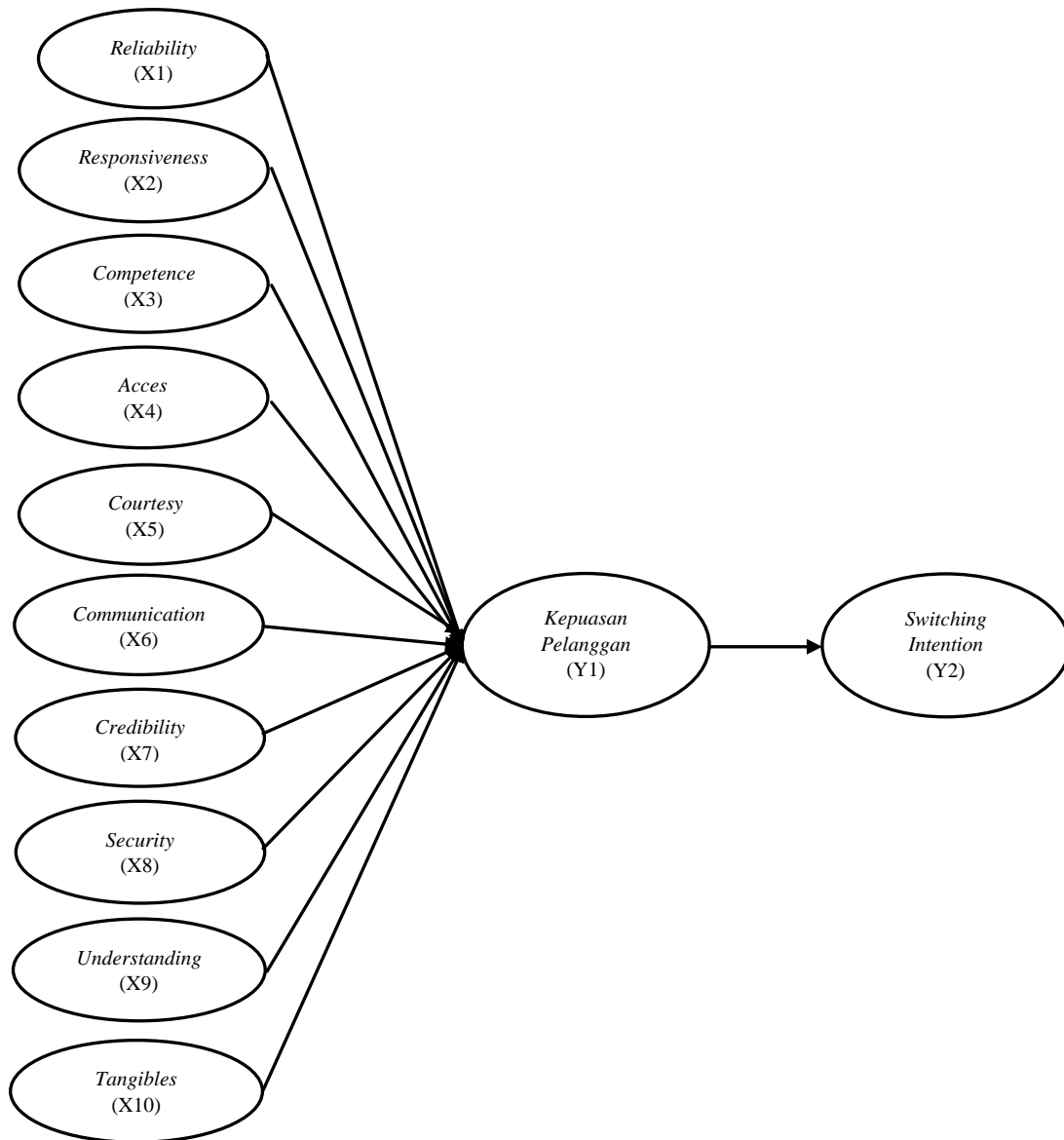
| | | | | | |
|--|--|----|----|-----|-----|
| <i>Communication</i> (Komunikasi) | Penyampaian informasi dari pemilik kos serta karyawan mudah dipahami | 12 | 8 | 60% | 40% |
| <i>Credibility</i> (Kredibilitas) | Pemilik kos serta karyawan jujur dan dapat dipercaya | 10 | 10 | 50% | 50% |
| <i>Security</i> (Keamanan) | Sistem keamanan rumah kos baik | 11 | 9 | 45% | 55% |
| <i>Understanding</i> (Kemampuan Memahami Pelanggan) | Tabung gas pada dapur umum diganti secara rutin dan AC (<i>air conditioner</i>) mendapat perawatan berkala | 9 | 11 | 45% | 55% |
| <i>Tangibles</i> (Bukti Langsung) | Didalam kamar kos anda, apakah furnitur yang disediakan sudah sesuai harapan dan harga | 6 | 14 | 30% | 70% |

Sumber: Hasil Olah Data Kuesioner Sementara (2023)

Berdasarkan tabel 1.2, dapat dilihat pada *reliability* terdapat 45% responden yang menyebutkan kurangnya ketepatan waktu hingga keramahan yang siberikan pada saat *check-in*. Pada *Responsiveness* terlihat bahwa terdapat 60% orang beranggapan bahwa laporan kendala kebersihan tidak segera dilakukan secepat mungkin. Pada *competence* terdapat 65% orang yang beranggapan bahwa pemilik kos serta karyawan tidak memiliki keterampilan yang baik. Pada *access* 70% mayoritas responden beranggapan saluran komunikasi rumah kos kurang mudah dihubungi. Pada *courtesy* terdapat 65% orang beranggapan bahwa staf kurang memiliki pengetahuan sopan santun, dan kerumah-tamahan. Pada *communication* terdapat 40% responden yang menyebutkan penyampaian informasi dari pemilik kos serta karyawan sulit dipahami. Pada *credibility* dapat dilihat bahwa terdapat 50% responden beranggapan bahwa pemilik kos serta karyawan kurang jujur dan tidak dapat dipercaya. Pada *security* terdapat 55% beranggapan bahwa system keamanan rumah kos kurang baik. Pada *understanding* terdapat 55% responden beranggapan tabung gas pada dapur umum tidak diganti secara rutin dan AC (*air*

conditioner) tidak mendapat perawatan secara berkala. Pada *tangibles* dapat dilihat bahwa 70% responden beranggapan bahwa didalam rumah kos furnitur yang ditawarkan tidak sesuai dengan harapan dan harga.

Berdasarkan hal tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan *switching intention* pada rumah kos di Kecamatan Rungkut Kota Surabaya menggunakan metode PLS-SEM. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Partial Least Square-Structural Equation Model* (PLS-SEM), yang merupakan teknik analisis yang memungkinkan pengujian sebuah rangkaian hubungan secara simultan. Hubungan ini dibangun antara satu atau beberapa variabel independen dengan satu atau beberapa variabel dependen. Masing-masing variabel dapat berbentuk faktor atau konstruk yang dibangun dari beberapa indikator. PLS-SEM merupakan pendekatan terintegrasi antara dua analisis yaitu analisis faktor dan jalur (*path analysis*). Sehingga dapat diharapkan dapat membantu pihak manajemen untuk meningkatkan kualitas jasa sehingga dapat terjadi peningkatan penjualan dan memberikan kualitas pelayanan yang baik.



Gambar 1.1 Kerangka Konseptual Penelitian

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti merumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah variabel *reliabilty* berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan pada usaha rumah kos di Kecamatan Rungkut Kota Surabaya?
2. Apakah variabel *responsiveness* berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan pada usaha rumah kos di Kecamatan Rungkut Kota Surabaya?
3. Apakah variabel *competence* berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan pada usaha rumah kos di Kecamatan Rungkut Kota Surabaya?
4. Apakah variabel *aces* berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan pada usaha rumah kos di Kecamatan Rungkut Kota Surabaya?
5. Apakah variabel *courtesy* berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan pada usaha rumah kos di Kecamatan Rungkut Kota Surabaya?
6. Apakah variabel *communication* berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan pada usaha rumah kos di Kecamatan Rungkut Kota Surabaya?
7. Apakah variabel *credibility* berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan pada usaha rumah kos di Kecamatan Rungkut Kota Surabaya?

8. Apakah variabel *security* berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan pada usaha rumah kos di Kecamatan Rungkut Kota Surabaya?
9. Apakah variabel *understanding* berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan pada usaha rumah kos di Kecamatan Rungkut Kota Surabaya?
10. Apakah variabel *tangibles* berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan pada usaha rumah kos di Kecamatan Rungkut Kota Surabaya?
11. Apakah variabel kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap variabel *switching intention* rumah kos di Kecamatan Rungkut Kota Surabaya?

1.3 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini ditujukan kepada mahasiswa yang pernah menyewa kamar kos lebih dari satu kali di Surabaya.
2. Ruang sampel dalam proses pengambilan data adalah sebesar 50 responden yang terdiri dari 25 responden Laki-Laki dan 25 responden Perempuan.
3. Proses pengambilan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara luring.

1.4 Asumsi-Asumsi

Adapun asumsi yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Responden dapat memahami pernyataan yang diberikan dan bersikap jujur dalam memberikan pernyataan yang diberikan melalui kuesioner.
2. Data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner dianggap mewakili perilaku konsumen rumah kos di Kecamatan Rungkut Kota Surabaya.

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui variabel *reliability* berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan pada rumah kos di Kecamatan Rungkut Kota Surabaya.
2. Untuk mengetahui variabel *responsiveness* berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan pada rumah kos di Kecamatan Rungkut Kota Surabaya.
3. Untuk mengetahui variabel *competence* berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan pada rumah kos di Kecamatan Rungkut Kota Surabaya.
4. Untuk mengetahui variabel *aces* berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan pada rumah kos di Kecamatan Rungkut Kota Surabaya.
5. Untuk mengetahui variabel *courtesy* berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan pada rumah kos di Kecamatan Rungkut Kota Surabaya.
6. Untuk mengetahui variabel *communication* berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan pada rumah kos di Kecamatan Rungkut Kota Surabaya.

7. Untuk mengetahui variabel *credibility* berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan pada rumah kos di Kecamatan Rungkut Kota Surabaya.
8. Untuk mengetahui variabel *security* berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan pada rumah kos di Kecamatan Rungkut Kota Surabaya.
9. Untuk mengetahui variabel *understanding* berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan pada rumah kos di Kecamatan Rungkut Kota Surabaya.
10. Untuk mengetahui variabel *tangibles* berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan pada rumah kos di Kecamatan Rungkut Kota Surabaya.
11. Untuk mengetahui variabel kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap variabel *switching intention* rumah kos di Kecamatan Rungkut Kota Surabaya.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang bisa diperoleh dari tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat bagi peneliti

Dengan adanya rancangan penelitian tugas akhir ini, diharapkan dapat memberikan manfaat bagi peneliti untuk menambah pengetahuan tentang pengaruh kualitas layanan jasa terhadap kepuasan pelanggan dan *switching intention* rumah kos di Kecamatan Rungkut Kota Surabaya.

2. Manfaat bagi universitas

Dengan adanya rancangan penelitian tugas akhir ini, diharapkan dapat digunakan Universitas sebagai sumber pustaka yang akan bermanfaat untuk menambah wawasan bagi Mahasiswa yang mendalami studi yang sama.

3. Manfaat bagi perusahaan

Dengan adanya rancangan penelitian tugas akhir ini, diharapkan dapat digunakan perusahaan untuk menentukan kebijakan pemasaran serta kualitas pelayanan rumah kos yang tepat bagi perusahaan.

1.7 Sistematika Penulisan

Pada dasarnya sistematika penelitian berisikan mengenai uraian yang akan dibahas pada masing-masing bab, sehingga dalam setiap bab akan mempunyai pembahasan topik tersendiri, adapun sistematika penulisan dari tugas akhir ini adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang penelitian perumusan masalah yang diteliti, tujuan dan manfaat penelitian, batasan dan asumsi yang dipakai dalam penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan tentang dasar-dasar teori yang digunakan untuk mengolah dan menganalisa data-data yang diperoleh dari pelaksanaan penelitian, yaitu teori mengenai kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, definisi rumah kos, *switching intention*, PLS, dan SEM.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi langkah-langkah yang dilakukan oleh peneliti dimulai dari perumusan masalah sampai dengan tahap memperoleh kesimpulan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi pengolahan dari data yang telah dikumpulkan dan melakukan analisa dari permasalahan serta pembahasan penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisikan kesimpulan dan saran yang meliputi tentang strategi peningkatan kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN