

PENGARUH LOKASI, KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP SWITCHING INTENTION PADA “WISMA SADEWA” PANGENREJO PURWOREJO

Oleh:

Yerikho Azmy Rheamirza

Nim.15.12.00033

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji Determinan Lokasi, Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap *Switching Intention* Pada “Wisma Sadewa” Pangenrejo Purworejo. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini diperoleh dengan cara observasi, wawancara, kuesioner, dokumentasi dan studi pustaka. Teknik sampling yang digunakan adalah *sampel jenuh* 16 orang. Metode penelitian dalam penelitian ini yaitu analisis korelasiberganda, regresi berganda, uji t dan uji determinasi. Hasil pengujian regresi berganda diperoleh persamaan $Y = 3.355 + 0.950X_1 + 0.549X_2 + 0.117X_3$. Adjusted R Square adalah sebesar 0.908, angka tersebut disebut nilai koefisien determinasi. Besar nilai determinasi adalah sebesar 0.908 atau 90.8%. Berdasarkan dengan *level of significance*, $\alpha = 0,05$ dengan tingkat keyakinan sebesar 95% dengan $t_{tabel} = n-k-1$, diperoleh t_{tabel} sebesar 1.796, sedangkan hasil perhitungan menghasilkan t_{hitung} variabel Lokasi (X1) sebesar 3.222 Jadi nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} ($3.222 > 1,796$) atau nilai sig sebesar 0.007 ($P < 0,05$), sehingga variabel Lokasi (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Switching Intention* (Y). Variabel kualitas pelayanan (X2) sebesar 1.886 Jadi nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} ($1.886 > 1,796$) atau nilai sig sebesar 0.030 ($P < 0,05$), sehingga variabel kualitas pelayanan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Switching Intention* (Y). Variabel kepuasan pelanggan (X3) sebesar 0.619 Jadi nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} ($0.619 < 1,796$) atau nilai sig sebesar 0.548 ($P > 0,05$), sehingga variabel kepuasan pelanggan (X3) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Switching Intention* (Y). Berdasarkan hasil output SPSS diatas, dengan *level of significance*, $\alpha = 0,05$ dengan tingkat keyakinan sebesar 95% dengan $F_{tabel} = n-k-1$, diperoleh F_{tabel} sebesar 2.328, sedangkan hasil perhitungan berdasarkan tabel 4.32 yang dilakukan menghasilkan F_{hitung} variabel Lokasi, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan adalah sebesar 50.399. Jadi nilai F_{hitung} lebih besar dari nilai F_{tabel} ($50.399 > 2.328$) atau nilai sig sebesar 0,00 ($P < 0,05$), sehingga variabel Lokasi, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan *Switching Intention* (Y). Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan penulis memberikan saran untuk Wisma Sadewa senantiasa meningkatkan kualitas sarana dan prasarana serta menyediakan pelayanan pendukung baik teknis, tenaga kebersihan dan tenaga keamanan untuk mendukung kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: Lokasi, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan dan Switching Intention

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah Penelitian

Pergolakan dunia yang terjadi sejak awal tahun 2020 secara signifikan berpengaruh terhadap seluruh bidang usaha sampai dengan akhir tahun 2021. Seiring dengan maraknya pandemi *Covid-19* yang pertama kali ditemukan di Wuhan China menjelang akhir tahun 2019, telah memberikan dampak yang luar biasa. Dampak tersebut terbukti telah memporak porandakan hampir semua aspek kehidupan baik pada sektor pendidikan, politik, keuangan, keamanan, dan

bidang sosial. Hal ini disebabkan oleh munculnya virus yang dengan mudah menular dari satu manusia ke manusia yang lainnya dalam jangka waktu yang relatif singkat. Menindaklanjuti persoalan tersebut, untuk mengurangi laju penyebaran virus *Covid-19*, hampir seluruh instansi terpaksa melaksanakan aktivitas kegiatan pekerjaannya dari rumah (WFH) *Work From Home* dan hampir semua sektor usaha ditutup untuk sementara waktu, meskipun pada akhirnya pemerintah menetapkan tentang aturan *New Normal* juga sangat berdampak terhadap kehidupan para pelaku usaha khususnya di Kabupaten Purworejo. Menghadapi fenomena tersebut banyak perusahaan yang pada akhirnya mengalami kebangkrutan dan gulung tikar dengan berbagai persoalan yang dihadapi, mulai dari ketidamampuannya menjual barang dagangan, tidak mampu membayar tenaga kerja, tidak optimalnya sarana promosi karena sama sekali tidak ada kegiatan *outdoor* dan lain sebagainya. Oleh karena itu semua sektor usaha dituntut untuk mampu menyesuaikan dengan keadaan, aturan dari pemerintah serta memiliki upaya yang signifikan untuk tetap bertahan di dunia usaha. Ketimpangan usaha tidak hanya terjadi pada salah satu sektor saja, melainkan semuanya, mulai dari sektor kuliner, usaha pariwisata, perhotelan, biro perjalanan, semuanya ikut terdampak. Dalam hal ini usaha kost juga ikut terdampak dari adanya wabah *Covid-19*. Hampir 100% sekolah dan perguruan Tinggi sekolah secara daring dan hampir 100% pula perusahaan WFH maka dampak besar terjadi pada usaha yang bergerak dalam penyewaan rumah hunian atau Kost-Kost an.

Tempat kost merupakan suatu hunian untuk ditinggali sementara dengan sejumlah pembayaran tertentu untuk setiap periode tertentu. Usaha Kost tidak hanya berkembang pesat di daerah Ibu Kota sentra industri dan pusat Pendidikan. Tapi kota-kota kecil dengan segala kepentingan banyak sekali usaha sewa hunian baik untuk anak sekolah, pekerja kantoran dan yang lainnya seperti halnya yang ada di Kabupaten Purworejo. Penelitian sejenis pernah dilakukan oleh Indah 2009, Pratiwi 2018, Imma 2019, Rahayu 2018, dan Nur 2017. Pertimbangan pertama bagi para pencari tempat hunian yang akan digunakan sebagai sarana tempat tinggal baik untuk sementara waktu maupun untuk beberapa waktu lokasi menjadi pertimbangan yang sangat penting. Pertimbangan pertama adalah berapa jarak yang harus ditempuh dari sang penghuni dari rumah kost sampai dengan tempat kuliah atau tempat kerja, kemudian pertimbangan kedua seberapa jauh tempat kost sampai dengan pusat kota mulai dari tempat hiburan, tempat wisata setempat kemudian yang tidak kalah pentingnya adalah jarak terhadap pusat perbelanjaan. Selain lokasi faktor yang tidak kalah pentingnya dalam menentukan kost adalah kualitas pelayanan. Kualitas layanan akan mempengaruhi kepuasan

pelanggan, dimana semakin baik kualitas layanan yang diberikan, maka semakin baik pula tingkat kepuasan dari pelanggan. Sebaliknya apabila tingkat kualitas layanan dan kepuasan semakin rendah, maka tingkat *switching intention* semakin meningkat. Perpindahan tempat atau perilaku pindah merupakan konsep yang bertolak belakang dengan loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, pemilik rumah kost sebaiknya mengurangi tingkat perpindahan rumah kost.

Menurut Tjiptono (2011:330), Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Dewi dkk, 2014). Menurut Kotler (2012:83) Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. Menurut Kotler (2012:79), Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya Kepuasan atau ketidakpuasan. Menurut Wilton (2012: 204), pelanggan adalah respons pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian/diskormasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya atau norma kinerja lainnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya *Switching Intention* adalah munculnya keinginan dari konsumen untuk beralih dari produk yang lain. Keinginan konsumen untuk beralih ternyata tidak seimbang dengan usaha, waktu dan biaya yang telah dikeluarkan untuk beralih. Kepuasan yang dialami pelanggan akan mengurangi keinginan konsumen untuk beralih dari produk awalnya.

Rumah kost “Wisma Sadewa” merupakan Kost yang berada di Kelurahan Pangenrejo RT 03 RW 02. Banyak mahasiswa dan pekerja yang memilih kost di tempat tersebut karena lokasinya yang strategis, tempatnyanyaman dan kondusif serta dekat dengan baik kampus dan pusat pertokoan. Letak Rumah kost Wisma Sadewa memiliki banyak akses yang dekat dengan pusat Pendidikan mulai dari ITB Bisa, SMK Bakti Putra Bangsa, Universitas Muhammadiyah Purworejo serta tidak terlalu jauh dengan akses yang lainnya seperti alun-alun Purworejo, Pusat Kuliner maupun pusat perbelanjaan. Selain itu akses transportasi yang mudah tidak terlalu jauh dengan Stasiun dan terminal bus bagi penghuni kost yang menggunakan akses transportasi umum. Berdasarkan uraian latar belakang penelitian di atas, serta mempertimbangkan hasil analisa pesaing penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan. Selain itu penelitian ini dilakukan untuk menguji konsistensi hasil penelitian yang telah

dilakukan oleh Indah 2009, Pratiwi 2018, Imma 2019, Rahayu 2018, dan Nur 2017. Dari uraian di atas peneliti tertarik untuk mengambil judul "DETERMINAN, LOKASI, KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP *SWITCHING INTENTION* PADA "WISMA SADEWA" PANGENREJO PURWOREJO". Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel Lokasi terhadap *Switching Intention* Pada "Wisma Sadewa" Pangenrejo Purworejo?
2. Apakah terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel Kualitas Pelayanan terhadap *Switching Intention* Pada "Wisma Sadewa" Pangenrejo Purworejo?
3. Apakah terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel Kepuasan Pelanggan terhadap *Switching Intention* Pada "Wisma Sadewa" Pangenrejo Purworejo?
4. Apakah terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel Lokasi, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap *Switching Intention* Pada "Wisma Sadewa" Pangenrejo Purworejo?

Hipotesis Penelitian

H1= Secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antaravariabel Lokasi terhadap *Switching Intention* Pada "Wisma Sadewa" Pangenrejo Purworejo.

H2= Secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antaravariabel Kualitas Pelayanan terhadap *Switching Intention* Pada "Wisma Sadewa" Pangenrejo Purworejo.

H3= Secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel Kepuasan Pelanggan terhadap *Switching Intention* Pada "Wisma Sadewa" Pangenrejo Purworejo.

H4= Secara simultan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel Lokasi, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap *Switching Intention* Pada "Wisma Sadewa" Pangenrejo Purworejo.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Manajemen Pemasaran

Pengertian Pemasaran

Pemasaran adalah: “Suatu proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan dengan tujuan untuk menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalannya”. (Kotler dan Armstrong, 2008:6)

Pengertian Manajemen Pemasaran

Menurut Shinta, (2015:37) “Manajemen pemasaran adalah suatu usaha yang merencanakan, mengimplementasikan (yang terdiri dari kegiatan mengorganisasikan, mengarahkan, mengkoordinir) serta mengawasi atau mengendalikan kegiatan pemasaran dalam suatu organisasi agar tercapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien”.

Konsep Pemasaran

Menurut Kotler (2001: 65), ada lima konsep alternatif yang mendasari suatu usaha bisnis atau organisasi untuk melakukan kegiatan. Lima konsep tersebut adalah konsep produksi, konsep produk, konsep penjualan, konsep pemasaran dan konsep pemasaran masyarakat. Setiap konsep di atas mempunyai orientasi yang berbeda satu dengan yang lainnya.

2. Lokasi

Definisi Lokasi

Menurut Utami (2012:89), “Lokasi merupakan struktur fisik dari sebuah usaha yang merupakan komponen utama yang terlihat dalam membentuk kesan sebuah usaha yang dilakukan perusahaan dalam melakukan penempatan usahanya dan kegiatan dalam menyediakan saluran pelayanan yang dibutuhkan oleh konsumen”.

Indikator Lokasi

Menurut Tjiptono (2004:41) indikator- indikator Lokasi adalah sebagai berikut:

- a. Akses, yaitu lokasi yang dilalui mudah dijangkau sarana transportasi umum.
- b. Visibilitas, yaitu lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal.
- c. Lalu Lintas, menyangkut dua pertimbangan yaitu banyak orang berlalu lalang.

3. Kualitas Pelayanan

Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2012:60) “Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Sehingga definisi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya

memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen”.

Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Parasuraman et al. (2008:64), juga menyatakan bahwa atribut yang dapat digunakan untuk mengevaluasi kualitas pelayanan dapat dilihat dari lima dimensi pokok, yaitu :

- a. Bukti Fisik (*Tangible*)
- b. Keandalan (*reliability*)
- c. Daya tanggap (*responsiveness*)
- d. Jaminan dan kepastian (*assurance*)
- e. Empati (*empathy*)

5. Kepuasan Pelanggan

Pengertian Kepuasan Pelanggan

Kepuasan adalah jumlah atribut dari produk atau jasa. Veloutsou (2005:46) dalam penelitiannya menjelaskan mengenai produk, ada perbedaan antara kepuasan pelanggan barang dan jasa. Perbedaan antara barang berwujud dan tidak berwujud menjadi berbagai faktor kepuasan pelanggan, dan itulah sebabnya mereka harus diperlakukan terpisah dan berbeda.

Indikator Kepuasan Pelanggan

Hawkins dan Lonney dikutip dalam Tjiptono (2004:101) atribut pembentuk kepuasan terdiri dari:

- a. Kesesuaian harapan
- b. Minat berkunjung kembali
- c. Kesiapan merekomendasikan

6. *Switching Intention*

Pengertian *Switching Intention*

Menurut Bansal, et. al (2013:101) Intensi berpindah (*switching intention*) adalah sebagai tingkat kemungkinan atau kepastian bahwa pelanggan akan berpindah dari penyedia jasa saat ini kepada penyedia jasa baru. Banyak studi perpindahan pelanggan menjelaskan bahwa faktor-faktor penentu perpindahan, seperti kualitas, kepuasan, biaya berpindah, dan ketertarikan atas alternatif, telah dimodelkan dengan intensi berpindah.

Indikator *Switching Intention*

Menurut Haryanto (2013:59) ada tiga pengukuran intensi, yaitu sebagai berikut (Gusasi, 2009):

- a. Intensi sebagai harapan, yaitu harapan-harapan yang timbul dalam diri seseorang untuk melakukan sesuatu.
- b. Intensi sebagai keinginan, yaitu keinginan dalam diri melakukan sesuatu.
- c. Intensi sebagai rencana, yaitu rencana seseorang untuk melakukan sesuatu.

METODE PENELITIAN

Jenis data yang ada meliputi data kuantitatif berupa rekapitulasi hasil kuesioner yang dibagikan kepada penghuni kost Wisma Sadewa. Sumber data yang digunakan adalah data primer yang berupa informasi yang digunakan untuk bahan penelitian yang diperoleh dari responden secara langsung. Populasi dalam penelitian ini adalah penghuni kost Wisma Sadewa dengan jumlah 16 orang. Pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan *sampel jenuh* yaitu semua populasi menjadi sampel penelitian. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara, kuesioner, dokumentasi dan studi pustaka. Teknik analisis data dalam penelitian ini meliputi regresi berganda, uji determinasi, uji T dan uji F.

ANALISIS DATA

Gambaran Umum Variabel Penelitian

1. Lokasi

Lokasi Kost Wisma Sadewa Strategis

Lokasi Kost Wisma Sadewa Strategis karena terletak di tengah kota Kabupaten Purworejo yaitu di sebelah Timur Jalan Raya Brigjen Katamso Purworejo tepatnya yaitu masuk gang sekitar 200 meter dari jalan raya utama.

Kost Wisma Sadewa mudah di cari

Lokasi Kost Wisma Sadewa mudah dicari karena selain ada petunjuk arah yang menunjukkan arah lokasi wisma sadewa juga mudah dicari di google map dengan titik yang lokasi yang tepat.

Kost Wisma Sadewa dekat dengan pusat keramaian kota

Lokasi Wisma Sadewa dekat dengan pusat keramaian kota Purworejo. Jarak dengan alun-alun Purworejo kurang lebih 1 KM, dekat dengan pusat perbelanjaan, pusat Pendidikan dan berada tepat disamping jalan nasional Purworejo Jogjakarta.

Kost Wisma Sadewa dekat dengan pusat perbelanjaan

Lokasi Wisma Sadewa dekat dengan pusat perbelanjaan baik jarak menuju pasar tradisional maupun pasar modern seperti swalayan, ritel, indomart dan alfamart untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Kost Wisma Sadewa dekat dengan lokasi pusat Pendidikan

Lokasi Wisma sadewa dekat dengan pusat Pendidikan mulai dari SD, SMP, dan SMA

baik negeri maupun swasta pilihan yang ada di Kabupaten Purworejo, selain itu juga dekat dengan beberapa Perguruan Tinggi yang ada di Kabupaten Purworejo.

Kost Wisma Sadewa dekat dengan Fasilitas Kesehatan

Wisma Sadewa dengan dengan beberapa fasilitas Kesehatan mulai dari RS Amanah Umat Purworejo, RS. DR. Tjitrowardoyo maupun RS. Tipe C yang bisa diakses 24 jam pelayanan kesehatan.

Kost Wisma Sadewa dilewati angkutan umum

Lokasi Kost Wisma Sadewa keluar 200 M sudah sampai pada jalan raya yang dilewati oleh angkutan umum yaitu angkutan umum jalur C Purwodadi baledono. Selain dilewati angkutan umum lokasi kost juga dekat dengan pangkalan tukang ojek online yang mudah digunakan untuk bepergian apabila akan menggunakan kendaraan umum.

Kost Wisma Sadewa kondusif tidak terlalu dekat dengan jalan raya.

Lokasi Kost Wisma Sadewa meskipun strategis berada di samping jalan nasional akan tetapi masih ada jarak masuk gang sekitar 200 M dan masih kondusif serta nyaman digunakan untuk tempat beristirahat karena berada di lingkungan perkampungan yang bersih, nyaman dan rapi tetapi tidak terlalu jauh untuk mengakses segala kebutuhan sehari-hari.

2. Kualitas Pelayanan

Penghuni Kost merasa puas dengan fasilitas yang ada (kamar tidur, kamar mandi, dapur, dan tempat parkir).

Penghuni kost di Wisma Sadewa merasa puas dengan fasilitas yang ada, selain dengan adanya kamar tidur, kamar mandi, dapur dan tempat parkir yang luas akan tetapi kebersihan di lokasi Kost juga selalu terjaga dengan baik. Kemudian selain bersih lokasi Kost juga aman.

Penghuni Kost puas dengan kondisi fisik kamar yang saya huni

Penghuni Kost Wisma Sadewa merasa puas dengan kondisi fisik kamar yang ada. Kamar yang disediakan luas lengkap dengan fasilitas yang tersedia seperti kamar mandi yang bersih dan nyaman, AC dan kipas angin, ada jendela yang lebar untuk sirkulasi udara, lampu yang terang dan suasana yang sejuk dengan warna cat yang cerah dan bersih.

Penghuni Kost puas dengan kepedulian pemilik rumah kost

Penghuni Kost Wisma Sadewa merasa puas dengan kepedulian pemilik yang ramah, dan secara rutin melakukan evaluasi keluhan yang ada semisal ada kerusakan semisal kompor gas, kulkas, air, genting bocor dan lain sebagainya.

Penghuni Kost puas dengan pemilik rumah kost yang cepat menanggapi kebutuhan penghuni kost

Penghuni Kost Wisma Sadewa merasa puas dengan pelayanan pemilik Kost yang sangat responsive dalam menanggapi setiap keluhan, mulai dari kerusakan barang, keamanan dan saran-saran yang diberikan selalu ditindaklanjuti dengan cepat.

Penghuni Kost puas terhadap kemampuan pemilik rumah kost dalam memberikan pelayanan dengan benar.

Penghuni Kost Wisma Sadewa merasa puas dengan pelayanan yang diberikan dimana respon pemilik Kost selalu sesuai dengan dengan harapan para penghuni Kost. Mulai dari perbaikan yang dilakukan sampai dengan pembelian barang para penghuni Kost selalu diajak berkomunikasi sebagai bahan pertimbangan.

Penghuni Kost puas dengan terhadap pemilik rumah kost yang memberikan kepercayaan kepada penghuni kost.

Penghuni Kost Wisma Sadewa merasa puas dengan sikap pemilik kost yang senantiasa ramah, terbuka dan sudah menganggap para penghuni kost sebagai keluarga sendiri dengan penuh kepercayaan dalam menjaga semua barang dan fasilitas yang ada.

Penghuni Kost puas dengan terhadap pemilik kost yang (dengan cepat dapat mengatasi masalah teknis).

Penghuni Kost Wisma Sadewa merasa puas dengan pemilik Kost yang selalu tanggap terhadap keluhan para penghuni Kost untuk kendala-kendala teknis yang dihadapi sehari-hari.

3. Kepuasan Pelanggan

Kebutuhan dasar penghuni kost terpenuhi.

Kebutuhan dasar penghuni Kost terpenuhi mulai dari tempat istirahat yang bersih, nyaman dan aman.

Penghuni Kost puas akan pelayanan rumah kost

Penghuni Kost merasa puas karena pelayanan yang diberikan dengan ramah, penuh perhatian dan peduli terhadap penghuni kost.

Penghuni Kost puas terhadap harga jasa penyewa kamar kost

Penghuni Kost merasa puas karena harga yang ditawarkan sesuai dengan fasilitas yang diberikan dan pelayanan yang diberikan kepada para penghuni Kost Wisma Sadewa.

Penghuni Kost puas terhadap keramahan pemilik kost

Penghuni Kost Wisma Sadewa merasa puas dengan kepedulian pemilik yang ramah, dan secara rutin melakukan evaluasi keluhan yang ada semisal ada kerusakan semisal kompor gas, kulkas, air, genting bocor dan lain sebagainya.

Penghuni Kost puas terhadap fasilitas yang tersedia

Penghuni rumah Kost puas dengan fasilitas yang tersedia seperti kamar mandi yang bersih dan nyaman, AC dan kipas angin, ada jendela yang lebar untuk sirkulasi udara, lampu yang terang dan suasana yang sejuk dengan warna cat yang cerah dan bersih.

Penghuni Kost puas terhadap permintaan fasilitas yang sudah tidak layak.

Penghuni rumah Kost puas dengan pemilik yang responsive terhadap keluhan para penghuni Kost yang selalu responsive terhadap permintaan para penghuni Kost terhadap barang-barang yang sudah tidak layak pakai untuk segera diperbaiki dan diganti dengan segera.

Penghuni Kost puas terhadap pemilik kost yang segera menindak lanjut keluhan yang disampaikan penghuni.

Penghuni rumah Kost puas dengan pemilik yang responsive dan dengan segera menindaklanjuti terhadap keluhan para penghuni Kost yang selalu responsive terhadap permintaan para penghuni Kost terhadap barang-barang yang sudah tidak layak pakai untuk segera diperbaiki dan diganti dengan segera.

4. Switching Intention

Tidak adanya kenaikan tariff yang intensif

Wisma Sadewa tidak menaikkan tarif Kost secara intensif per tahun. Hal ini dikarenakan agar para pelanggan merasa nyaman, betah dan tidak berpindah Kost.

Kebersihan dan keamanan lebih di perhatikan

Wisma Sadewa selalu memperhatikan kenyamanan para penghuni Kost mulai dari kebersihan dan keamanan yang sangat diperhatikan sehingga diharapkan para penghuni Kost merasa nyaman dan tidak ingin berpindah tempat.

Penghuni Kost melanjutkan kontrakan dan tidak berpindah

Para penghuni kost merasa sangat nyaman dengan fasilitas yang ada di Wisma Sadewa, pelayanan yang diberikan, lokasi yang ada serta harga yang ditawarkan sesuai sehingga hal tersebut mendukung para penghuni Kost untuk tetap mempertahankan kost di tempat yang sama dan tidak berkeinginan untuk pindah tempat ke tempat yang lain.

1. Regresi Linier Berganda

TABEL 1
REGRESI BERGANDA

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3.355	1.374		2.442	.031
1 LOKASI	.950	.295		3.222	.007
KUALITAS PELAYANAN	.549	.369	1.728	1.486	.030
KEPUASAN PELANGGAN	.117	.189	.995	.619	.548
			.220		

a. Dependent Variable: SWITCHINGINTENTION

Berdasarkan hasil output spss versi 23 yang ditunjukkan oleh tabel yang ditunjukkan pada table 4.37, persamaan garis regresi linierberganda dapat dinyatakan $Y= 3.355+0.950X_1+0.549X_2+0.117X$. Harga koefisien konstanta diperoleh hasil sebesar 3.355. Hal ini berarti bahwa apabila nilai dari variabel Lokasi, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan adalah 0 (nol), maka tingkat ataubesarnya variabel Switching Intention adalah sebesar 3.355. Variabel Lokasi memiliki koefisien sebesar 0.950. Nilai 0.950 berarti bahwa apabila nilai variabel Lokasi naik sebesar 1 satuan dan variabel lain (kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan) dianggap tetap maka tingkat Switching Intention adalah sebesar 0.950. Variabel Kualitas Pelayanan memiliki koefisien sebesar 0.549. Nilai 0.549 berarti bahwa apabila nilai variabel Kualitas Pelayanan naik sebesar 1 satuan dan variabel lain (lokasi dan kepuasan pelanggan) dianggap tetap maka tingkat Switching Intention sebesar 0.549. Variabel Kepuasan Pelanggan memiliki koefisien sebesar 0.117. Nilai 0.117 berarti bahwa apabila nilai variabel Kepuasan Pelanggan naik sebesar 1 satuan dan variabel lain (lokasi dan kualitas pelayanan) dianggap tetap maka tingkat Switching Intention sebesar 0.117.

2. Koefisien Determinasi

TABEL 2
KOEFISIEN DETERMINASI

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.963 ^a	.926	.908	.70206

a. Predictors: (Constant), KEPUASANPELANGGAN, LOKASI,KUALITASPELAYANAN

Berdasarkan tabel 2 diketahui bahwa angka nilai pada Adjusted R Square adalah sebesar 0.908, angka tersebut disebut nilai koefisien determinasi. Besar nilai determinasi adalah sebesar 0.908 atau 90.8%. Angka tersebut berarti bahwa sebesar 90.8% switching intention dapat dijelaskan dengan menggunakan variabel lokasi, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Sedangkan sisanya sebesar 9.2% (100%-90.8%) kemungkinan dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti seperti hargadan promosi.

3. Uji T

TABEL 3
UJI T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardize d Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3.355	1.374		2.442	.031
1 LOKASI	.950	.295	1.728	3.222	.007
KUALITASPELAYANAN	.549	.369	.995	1.886	.030
KEPUASANPELANGGAN	.117	.189	.220	.619	.548

a. Dependent Variable: SWITCHINGINTENTION

Berdasarkan dengan *level of significance*, $\alpha = 0,05$ dengan tingkat keyakinan sebesar 95% dengan $t_{tabel} = n-k-1$, diperoleh t_{tabel} sebesar 1.796, sedangkan hasil perhitungan berdasarkan tabel 4.31 yang dilakukan menghasilkan t_{hitung} variabel Lokasi (X1) sebesar 3.222 Jadi nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} ($3.222 > 1,796$) atau nilai sig sebesar 0.007 ($P < 0,05$), sehingga variabel Lokasi (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Switching Intention* (Y). Hal ini berarti hipotesis nol yang menyatakan bahwa tidak ada pengaruh yang positif dan signifikan antara Lokasi terhadap *Switching Intention* ditolak dan hipotesis kerja (H1) yang menyatakan bahwa ada pengaruh yang positif dan signifikan antara Lokasi terhadap kepuasan *Switching Intention* diterima. Hasil perhitungan berdasarkan tabel 4.39 yang dilakukan menghasilkan t_{hitung} variabel kualitas pelayanan (X2) sebesar 1.886 Jadi nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} ($1.886 > 1,796$) atau nilai sig sebesar 0.030 ($P < 0,05$), sehingga variabel kualitas pelayanan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Switching Intention* (Y). Hal ini berarti hipotesis nol yang menyatakan bahwa tidak ada pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap *Switching Intention* ditolak dan hipotesis kerja (H1) yang menyatakan bahwa ada pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap *Switching Intention* diterima.

Hasil perhitungan berdasarkan tabel 4.39 yang dilakukan menghasilkan t_{hitung} variabel kepuasan pelanggan (X3) sebesar 0.619 Jadi nilai t_{hitung} lebih kecil dari nilai t_{tabel} ($0.619 < 1,796$) atau nilai sig sebesar 0.548 ($P > 0,05$), sehingga variabel kepuasan pelanggan (X3) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Switching Intention* (Y). Hal ini berarti hipotesis nol yang menyatakan bahwa tidak ada pengaruh yang positif dan signifikan antara kepuasan pelanggan terhadap

Switching Intention diterima dan hipotesis kerja (H1) yang menyatakan bahwa ada pengaruh yang positif dan signifikan antara kepuasan pelanggan terhadap *Switching Intention* ditolak.

4. Uji F

TABEL 4.40
UJI f

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	74.523	3	24.841	50.399	.000 ^b
Residual	5.915	12	.493		
Total	80.438	15			

a. Dependent Variable: SWITCHINGINTENTION

b. Predictors: (Constant), EPUASANPELANGGAN, LOKASI, KUALITASPELAYANAN

Berdasarkan hasil output SPSS diatas, dengan *level of significance*, $\alpha = 0,05$ dengan tingkat keyakinan sebesar 95% dengan $F_{tabel} = n-k-1$, diperoleh F_{tabel} sebesar 2.328, sedangkan hasil perhitungan berdasarkan tabel 4.40 yang dilakukan menghasilkan F_{hitung} variabel Lokasi, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan adalah sebesar 50.399. Jadi nilai F_{hitung} lebih besar dari nilai F_{tabel} ($50.399 > 2.328$) atau nilai sig sebesar 0,00 ($P < 0,05$), sehingga variabel Lokasi, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan *Switching Intention* (Y). Hal ini berarti hipotesis nol yang menyatakan bahwa tidak ada pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel Lokasi, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap *Switching Intention* secara simultan ditolak dan hipotesis kerja (H4) yang menyatakan bahwa ada pengaruh yang positif dan signifikan antara

5. Pembahasan

a. Pengaruh Lokasi Terhadap *Switching Intention*

Berdasarkan tabel 3 yang dilakukan diperoleh hasil variabel Lokasi (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Switching Intention* (Y). Dalam hal ini lokasi yang strategis memberikan dampak positif terhadap keputusan pelanggan untuk tetap bertahan dan tidak berpindah tempat. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Ria (2014) tentang pengaruh lokasi dan harga terhadap keputusan pembelian.

6. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap *Switching Intention*

Hasil perhitungan berdasarkan tabel 4.31 yang dilakukan menghasilkan t_{hitung} variabel kualitas pelayanan (X2) sebesar 1.886. Jadi nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} ($1.886 > 1,796$) atau nilai sig sebesar 0.030 ($P < 0,05$), sehingga variabel kualitas pelayanan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Switching Intention* (Y). Hal ini sesuai dengan pendapat Susepti bahwa Kualitas Layanan adalah keseluruhan berbagai ciri dan karakteristik dari berbagai produk atau jasa dalam hal kemampuan untuk memenuhi berbagai kebutuhan yang telah ditentukan atau yang bersifat laten (Menurut Parasuratman, *et.al* 2013:86). Hal ini juga sesuai dengan penelitian yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pelanggan memiliki dampak positif terhadap *Switching Intention*, (Survei pada pengguna jasa rumah kos), (Ninik Yulyani Gusasi, 2014).

7. Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap *Switching Intention*

Hasil perhitungan berdasarkan tabel 4.31 yang dilakukan menghasilkan t_{hitung} variabel kepuasan pelanggan (X3) sebesar 0.619. Jadi nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} ($0.619 < 1,796$) atau nilai sig sebesar 0.548 ($P > 0,05$), sehingga variabel kepuasan pelanggan (X3) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Switching Intention* (Y). Hal ini sesuai dengan pendapat Yunus, 2014 menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan perbandingan antara persepsi konsumen terhadap produk atau jasa dalam kaitannya dengan harapan mereka masing-masing (Schiffman dan Kanuk, 2010:72). Akan tetapi penelitian ini tidak mendukung penelitian yang telah dilakukan oleh Widiyanto yang menyatakan bahwa Kualitas Layanan, kepercayaan pelanggan dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Widiyanto, 2013).

Simpulan

1. Berdasarkan hasil korelasi diketahui bahwa besar hubungan antara variabel lokasi terhadap *Switching Intention* diperoleh nilai 0,955. Berdasarkan tabel 3.1 angka tersebut berada pada interval 0,800-1,000 yang artinya memiliki korelasi sangat kuat. Variabel kualitas pelayanan terhadap *Switching Intention* diperoleh nilai 0,929. Berdasarkan tabel 3.1 angka tersebut beradapada interval 0,800-1,000 yang artinya memiliki korelasi sangat kuat. Variabel kepuasan pelanggan terhadap *Switching Intention* diperoleh nilai 0,910. Berdasarkan tabel 3.1 angka tersebut berada pada interval 0,800- 1,000 yang artinya memiliki korelasi sangat kuat.
2. Berdasarkan hasil output spss versi 23 yang ditunjukkan oleh tabel yang ditunjukkan pada table 4.28, persamaan garis regresi linier berganda dapat dinyatakan $Y = 3.355 + 0.950X_1 + 0.549X_2 + 0.117X_3$. Harga koefisien konstanta diperoleh hasil sebesar 3.355. Hal ini berarti bahwa apabila nilai dari variabel Lokasi, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan adalah 0(nol), maka tingkat atau besarnya variabel *Switching Intention* adalah sebesar 3.355. Variabel Lokasi memiliki koefisien sebesar 0.950. Nilai 0.950 berarti bahwa apabila nilai variabel Lokasi naik sebesar 1 satuan dan variabel lain (kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan) dianggap tetap maka tingkat *Switching Intention* adalah sebesar 0.950. Variabel Kualitas Pelayanan memiliki koefisien sebesar 0.549. Nilai 0.549 berarti bahwa apabila nilai variabel Kualitas Pelayanan naik sebesar 1 satuan dan variabel lain (lokasi dan kepuasan pelanggan) dianggap tetap maka tingkat *Switching Intention* sebesar 0.549. Variabel Kepuasan Pelanggan memiliki koefisien sebesar 0.117. Nilai 0.117 berarti bahwa apabila nilai variabel Kepuasan Pelanggan naik sebesar 1 satuan dan variabel lain (lokasi dan kualitas pelayanan) dianggap tetap maka tingkat *Switching Intention* sebesar 0.117.
3. Berdasarkan tabel 4.29 diketahui bahwa angka nilai pada Adjusted R Square adalah sebesar 0.908, angka tersebut disebut nilai koefisien determinasi. Besar nilai determinasi adalah sebesar 0.908 atau 90.8%. Angka tersebut berarti bahwa sebesar 90.8% *switching intention* dapat dijelaskan dengan menggunakan variabel lokasi, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Sedangkan sisanya sebesar 9.2% (100%-90.8%) kemungkinan dipengaruhi oleh variabel lain yang

tidak diteliti seperti hargadan promosi.

4. Berdasarkan dengan *level of significance*, $\alpha = 0,05$ dengan tingkat keyakinan sebesar 95% dengan $t_{tabel} = n-k-1$, diperoleh t_{tabel} sebesar 1.796, sedangkan hasil perhitungan berdasarkan tabel 4.31 yang dilakukan menghasilkan t_{hitung} variabel Lokasi (X1) sebesar 3.222 Jadi nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} ($3.222 > 1,796$) atau nilai sig sebesar 0.007 ($P < 0,05$), sehingga variabel Lokasi (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Switching Intention* (Y). Variabel kualitas pelayanan (X2) sebesar 1.886 Jadi nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} ($1.886 > 1,796$) atau nilai sig sebesar 0.030 ($P < 0,05$), sehingga variabel kualitas pelayanan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Switching Intention* (Y). Variabel kepuasan pelanggan (X3) sebesar 0.619 Jadi nilai t_{hitung} lebih kecil dari nilai t_{tabel} ($0.619 < 1,796$) atau nilai sig sebesar 0.548 ($P > 0,05$), sehingga variabel kepuasan pelanggan (X3) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Switching Intention* (Y).
5. Berdasarkan hasil output SPSS diatas, dengan *level of significance*, $\alpha = 0,05$ dengan tingkat keyakinan sebesar 95% dengan $F_{tabel} = n-k-1$, diperoleh F_{tabel} sebesar 2.328, sedangkan hasil perhitungan berdasarkan tabel 4.32 yang dilakukan menghasilkan F_{hitung} variabel Lokasi, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan adalah sebesar 50.399. Jadi nilai F_{hitung} lebih besar dari nilai F_{tabel} ($50.399 > 2.328$) atau nilai sig sebesar 0,00 ($P < 0,05$), sehingga variabel Lokasi, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan *Switching Intention* (Y).

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diperoleh hasil yang representatif terhadap persepsi masyarakat tentang pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap *Switching Intention* pada Wisma Sadewa Pangenrejo Purworejo. Adapun Saran Penulis adalah Sebagai berikut:

1. Karena tingkat persaingan kost semakin tinggi maka perlu mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan seperti menambah tenaga keamanan di Rumah kost, menyediakan tenaga teknisi yang selalu siap ketika dibutuhkan, dan tenaga kebersihan yang selalu membersihkan lingkungan kost sehingga pelanggan menjadi nyaman. sehingga keinginan dan keluhan para pelanggan atau penghuni Kost.

2. Perlu perbaikan dan peningkatan mutu fasilitas kost sehingga para penghuni menjadi betah dan tidak berpindah tempat. Mulai dari tempat parkir yang luas, Wifi yang lancar dan kamar yang nyaman.
3. Perlu mengkaji tarif harga untuk tidak mengalami peningkatan secara intensif sehingga para penghuni tetap bertahan dan berfikir ulang apabila akan hendak berpindah tempat.

DAFTAR RUJUKAN

- Abisatya, D. (2009). Competitive Advertising Serta Dampaknya Pada Perilaku BrandSwitching Konsumen. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, vol.X(1), pp. 1-16.
- Andriani, Rafita Eka dan Nindria Untarini. 2015. "Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen Dan Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap Perpindahan Merek Mobile Broadband Smartfren". *Jurnal Ilmu Manajemen*. Vol.1, No. 1.
- Antón, C., Camarero, C. and Carrero, M. (2007), "The mediating effect of satisfaction on consumers' switching intention", *Psychology & Marketing*, Vol. 26 No. 6, pp. 511-538.
- Argaradian, Ahan & Wahyono. 2017. Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Pelanggan dan Relationship Marketing dalam Membangun Kepuasan Pelanggan Melalui Citra Perusahaan Sebagai Variabel Intervening. *Management Analysis Journal* 6 (2). Arianto,
- Anandhitya Bagus. 2013. Pengaruh Atribut Produk, Harga, Kebutuhan Mencari Variasi dan Ketidakpuasan Konsumen terhadap Keputusan Perpindahan Merek dari Samsung Galaxy Series di Kota Malang. *Jurnal Aplikasi Manajemen*. Vol.11, No.2,
- Bansal, Taylor dan James. 2005. "Migrating" to New Service Providers: Toward a Unifying Framework of Consumers Switching Behavior. *Journal of Academy of Science*: Vol. 33 No.1 pages 96-115.
- Chuang, Yi-Fei and Yang-Fei Tai, (2016), "Research on Customer Switching Behavior in the Service Industry", *Management Research Review*, Vol. 39 Iss 8 Clemes, Michael D.,
- Christopher Gan, dan Dongmei Zhang, (2010) "Customer switching behaviour in the Chinese retail banking industry", *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 28 Issue: 7, pp.519-546
- Dharmmesta, Basu Swastha dan Shellyana Junaidi. 2002. "Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen, Karakteristik Produk, dan Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap Keputusan Perpindahan Merek." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia* Vol 17, No. 1, 91-104.
- Familiar, K & Maftukhah, I. 2015. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan. *Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang, Indonesia*. *Management Analysis Journal*. 4 (4).
- Farida, N. 2014. Analisis Model Kepuasan terhadap Pembelian Ulang. *Jurnal Dinamika Manajemen*. 5 (2): 200–208. Fatona, S. 2010. Kualitas Jasa yang Mempengaruhi Loyalitas dan Relevansi terhadap Kepuasan. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Adi Unggul Bhirawa*. *Jurnal Dinamika Manajemen*. 1 (1): 41–46
- Ferdinand, Agusty. 2006. *Metodologi Penelitian Manajemen*. CV. Indoprint:: Semarang.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 19*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.