

**PENGARUH *PROMOTION, LOCATION, FACILITIES, DAN PRICE*
TERHADAP KEPUASAN *CUSTOMER* RUMAH KOST SAM SURYA DI
KOTA KEDIRI**

SKRIPSI

Untuk Penulisan Skripsi Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen pada Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Nusantara PGRI Kediri



Disusun Oleh:

Puja Wahyu Ning Muliya

19.1.02.02.0185

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI**

UN PGRI KEDIRI

2023

Skripsi oleh:
PUJA WAHYU NING MULIYA
NPM: 19.1.02.02.0185

Judul:
PENGARUH *PROMOTION, LOCATION, FACILITIES, DAN PRICE*
TERHADAP KEPUASAN *CUSTOMER* RUMAH KOST SAM SURYA DI
KOTA KEDIRI

Telah Disetujui untuk Diajukan Kepada
Panitian Ujian/Sidang Skripsi Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Univeritas Nusantara PGRI Kediri

Tanggal: _____

Pembimbing 1

v

Pembimbing 2



DR. SAMARI, M.M.
NIDN. 0712026201



SUHARDI, M.PD.
NIDN. 0701105804

Skripsi Oleh:

PUJA WAHYU NING MULIYA

NPM 19.1.02.02.0185

Judul:

**PENGARUH *PROMOTION, LOCATION, FACILITIES, DAN PRICE*
TERHADAP KEPUASAN *CUSTOMER* RUMAH KOST SAM SURYA DI
KOTA KEDIRI**

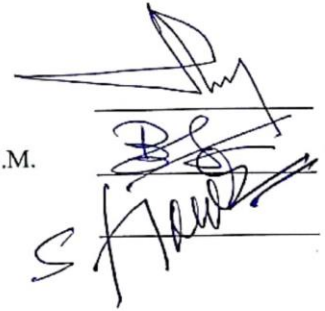
Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian / Sidang Skripsi Program Studi
Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNP Kediri

Pada Tanggal: 17 Juli 2023

Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

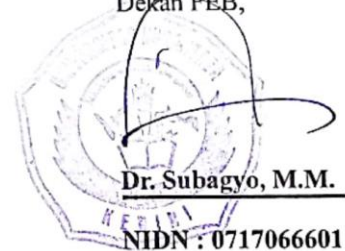
Panitia Penguji:

1. Ketua Penguji : Dr. Samari, M.M.
2. Penguji I : Bambang Agus Sumantri, S.IP., M.M.
3. Penguji II : Suhardi, M.Pd



Mengetahui

Dekan FEB,



Dr. Subagyo, M.M.
NIDN : 0717066601

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya,

Nama : Puja Wahyu Ning Muliya
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat/ Tgl Lahir : Nganjuk, 18 Februari 2001
NPM : 19.1.02.02.0185
Fak/Jur/ Prodi : Ekonomi/S1 Manajemen

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya tulis atau pendapat yang pernah diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara sengaja tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Kediri, 10 Juli 2023

Yang Menyatakan


PUJA WAHYU NING MULIYA

NPM: 19.1.02.02.0185

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

“Hatiku tenang karena mengetahui bahwa apa yang melewatkanmu tidak akan pernah menjadi takdirku, dan apa yang ditakdirkan untukmu tidak akan pernah melewatkanmu”.

Karya kecil ini kupersembahkan untuk:

Bapak, ibuku tercinta yang tak pernah putus mencurahkan kasih sayangnya. Karya kecil ini takkan mungkin bisa membalas jasa Bapak dan Ibu, tapi semoga bisa menjadi salah satu wujud baktiku.

Kedua kakakku tersayang yang telah mendukung selesainya skripsi ini. Dan juga terimakasih kepada teman- temanku seperjuangan yang telah banyak membantu dan selalu memberikan semangat juga dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.

Sampai kapanpun aku akan selalu merindukan kalian.

Dan semua pihak yang telah membantu atas terselesainya skripsi ini yang telah memberikan masukan- masukan serta dorongan baik moril maupun materiil.

ABSTRAK

Puja Wahyu Ning Muliya Pengaruh *Promotion, Location, Facilities, Price* terhadap Kepuasan *Customer* Rumah *Kost* Sam Surya di Kota Kediri, 2023.

Kata kunci: *Promotion, Location, Facilities, dan Price*

Penelitian ini dilatar belakangi bahwa kepuasan *customer* yang perlu ditingkatkan lagi terutama dengan *promotion* yang lebih baik lagi dan fasilitas, harga yang lebih terjangkau maka *customer* akan lebih banyak yang menyukai rumah kos sam surya. 1. Bagaimanakah pengaruh *promotion* rumah *kost* Sam Surya terhadap kepuasan *customer*? 2. Bagaimanakah pengaruh *location* rumah *kost* Sam Surya terhadap kepuasan *customer*? 3. Bagaimanakah pengaruh *facilities* rumah *kost* Sam Surya terhadap kepuasan *customer*? 4. Bagaimanakah pengaruh *price* rumah *kost* Sam Surya terhadap kepuasan *customer*? 5. Bagaimanakah pengaruh *promotion, location, facilities, dan price* terhadap kepuasan *customer*?

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh *promotion, location, facilities, dan price* secara simultan dan parsial terhadap kepuasan *customer* rumah *kost* sam surya di kota kediri. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan menggunakan Teknik nonprobability sampling menghasilkan 40 orang penghuni. Variabel bebas penelitian ini adalah *promotion* (X1), *location*(X2), *facilities*(X3), dan *price*(X4), kemudian kepuasan *customer*(Y) sebagai variabel terikat.

Hasil pengujian dan penelitian data dapat disimpulkan bahwa 1. *Promotion* secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan *customer* 2. *Location* secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan *customer* 3. *Facilities* secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan *customer* 4. *Price* secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan *customer* 5. *Promotion, location, facilities, dan price* secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan *customer*.

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka penulis menyarankan bagi pemilik rumah *kost* sam surya dapat meningkatkan *promotion, location, facilities, dan price*. Dengan melakukan evaluasi secara terus- menerus serta memperhatikan keinginan *customer* guna meningkatkan kepuasan *customer* rumah *kost* sam surya di kota kediri.

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah, penulis panjatkan kehadiran Allah swt. Oleh karena rahmat, hidayah dan berkah-Nya, penulis dapat menyusun sebuah skripsi dengan judul: “Pengaruh *Promotion, Location, Facilities*, dan *Price* Terhadap Kepuasan *Customer* Rumah *Kost* Sam Surya di Kota Kediri” dengan baik dan tepat waktu.

Di dalam skripsi ini akan dijelaskan tentang pengaruh *promosi, location, facilities*, dan *price* pada *kost* Sam Surya Kota Kediri. Penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik berkat bantuan dan bimbingan serta arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, melalui kesempatan ini, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Dr. Zaenal Afandi, M. Pd. selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri,
2. Dr. Subagyo, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri,
3. Restin Meilina, M.M. selaku Ketua Prodi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri,
4. Dr. Samari, M.M. selaku dosen pembimbing I
5. Suhardi M.Pd selaku dosen pembimbing II
6. Bapak Sam Surya selaku pemilik rumah *kost*
7. Keluarga tercinta, terutama orang tua penulis yang telah memberikan dorongan semangat dan bantuan baik yang berupa material maupun spiritual dari awal sampai selesainya skripsi ini,
8. Gede Rizki Setyawan yang telah memberikan dukungan serta semangat terhadap peneliti selama peneliti menempuh pendidikan di Universitas Nusantara PGRI Kediri.

9. Sahabat- sahabat penulis yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu memberikan dorongan semangat sehingga terselesaikan skripsi ini dengan baik.

Penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, mengingat keterbatasan yang penulis miliki. Untuk itu, segala saran dan kritik dari pembaca yang penulis harapkan demi lebih sempurnanya skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat khususnya bagi penulis dan para pembaca pada umumnya.

Kediri, 10 Juli 2023



PUJA WAHYU NING MULIYA

NPM. 19.1.02.02.0185

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR BAGAN.....	xii
DAFTAR GRAFIK.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah.....	5
C. Pembatasan Masalah.....	5
D. Rumusan Masalah	6
E. Tujuan Penelitian	6
F. Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN TEORI DAN HIPOTESIS	8
A. Kajian Teori.....	8
1. Kepuasan <i>Customer</i>	8
2. <i>Promotion</i> atau Promosi.....	12
3. <i>Location</i> atau Lokasi	17
4. <i>Facilities</i> atau Fasilitas.....	20
5. <i>Price</i> atau Harga.....	24
B. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu	27
C. Kerangka Berpikir	30
D. Kerangka Konseptual	33
E. Hipotesis	34
BAB III METODE PENELITIAN	35
A. Variabel Penelitian	35
1. Identifikasi Variabel Penelitian	35

2. Definisi Operasional Variabel	35
B. Pendekatan dan Teknik Penelitian	41
1. Pendekatan Penelitian.....	41
2. Teknik Penelitian.....	41
C. Tempat dan Waktu Penelitian.....	42
1. Tempat Penelitian	42
2. Waktu Penelitian	43
D. Subjek dan Objek Penelitian	43
E. Instrumen Penelitian	44
1. Pengembangan Instrumen.....	44
2. Validitas dan Reliabilitas Instrumen	47
F. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	48
1. Sumber data.....	48
2. Teknik Pengumpulan data	49
G. Teknik Analisis Deskriptif	50
1. Jenis Analisis Data	50
2. Uji Hipotesis.....	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	56
A. Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	56
1. Sejarah Rumah Kost	56
2. Visi dan Misi	58
3. Struktur Organisasi	58
B. Gambaran Umum Responden	59
1. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	59
2. Karakteristik responden berdasarkan usia.....	59
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	60
C. Deskripsi Data Variabel.....	60
1. Deskripsi data variabel terikat / dependen	60
2. Deskripsi data variabel bebas / independent	63
D. Analisis Data Penelitian	70
1. Uji Asumsi Klasik.....	70
2. Analisis Regresi Linier Berganda	76
3. Koefisien Determinasi	77
E. Pengujian Hipotesis	78
1. Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)	78
2. Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	80

F. Pembahasan	81
1. Pengaruh <i>Promotion</i> terhadap Kepuasan <i>Customer</i>	81
2. Pengaruh <i>Location</i> terhadap Kepuasan <i>Customer</i>	82
3. Pengaruh <i>Facilities</i> terhadap Kepuasan <i>Customer</i>	83
4. Pengaruh <i>Price</i> terhadap Kepuasan <i>Customer</i>	83
5. Pengaruh <i>Promotion, Location, Facilities, dan Price</i> terhadap Kepuasan <i>Customer</i>	84
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	86
A. Simpulan.....	86
B. Implikasi.....	86
1. Implikasi Teoritis	87
2. Praktis	88
C. Saran.....	89
DAFTAR PUSTAKA.....	90
LAMPIRAN.....	91

DAFTAR TABEL

Tabel

1.1 Perbandingan Harga Rumah <i>Kost</i>	4
2.1 Penelitian Terdahulu	24
3.1 Skala Penilaian Instrumen Penelitian	43
3.2 Kisi – Kisi Kuisioner Penelitian	43
4.1 Jenis Kelamin Responden.....	58
4.2 Kategori Usia Responden	58
4.3 Kategori Profesi Responden.....	59
4.4 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan <i>Customer</i>	60
4.5 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Promotion</i>	62
4.6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Location</i>	63
4.7 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Facilities</i>	66
4.8 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Price</i>	68
4.9 Uji Normalitas <i>One Sample Kolmogrov Smirnov Test</i>	72
4.10 Hasil Uji Multikolinieritas.....	73
4.11 Uji Autokorelasi	74
4.12 Hasil Regresi Linear Variabel.....	75
4.13 Koefisien Determinasi.....	76
4.14 Hasil Uji t (Parsial).....	77
4.15 Hasil Uji F (Simultan)	79

DAFTAR BAGAN

Bagan

2.1 Kerangka konseptual.....31

4.1 Struktur Organisasi57

DAFTAR GRAFIK

Grafik

4.1 Grafik Histogram Uji Normalitas.....	70
4.2 Grafik PP Plot Uji Normalitas	71
4.3 Grafik <i>Scarterplots</i>	74

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

1. Kuisisioner Penelitian	91
2. Tabulasi Hasil Penelitian	97
3. Surat Ijin Penelitian	126
4. Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian	127
5. Surat Keterangan Kemajuan Pembimbingan Skripsi	128

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Setiap tahun salah satunya adalah Kota Kediri yang selalu ada calon ribuan mahasiswa baru yang datang ke Kota Kediri untuk melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi, Universitas Nusantara PGRI Kediri layak dijadikan sebagai referensi sebagai tempat untuk melanjutkan pendidikan sesuai dengan bakat dan minat yang dimiliki. Selain itu, kebutuhan terkait dengan pendidikan yang diperlukan oleh mahasiswa baru luar daerah Kota Kediri yaitu tempat tinggal. Oleh karena itu, terdapat banyak bangunan di sekitar kampus berupa rumah kontrakan, asrama, dan ada juga rumah kost. Banyak dari mahasiswa yang lebih memilih rumah *kost* sebagai tempat tinggal mereka.

Rumah *kost* adalah sebuah hunian yang digunakan oleh sebagian masyarakat sebagai tempat tinggal sementara atau sebuah hunian yang sengaja didirikan oleh pemilik untuk disewakan kepada beberapa orang dengan sistem pembayaran per bulan atau per tahun, yang dibayar oleh penghuni dengan perjanjian. Salah satunya adalah rumah *kost* Sam Surya, nama Sam surya sendiri diambil dari nama pemilik rumah *kost* tersebut yang bernama bapak Sam Surya. Rumah *kost* Sam Suya merupakan rumah *kost* yang menyewakan khusus untuk putri saja, yang berlokasi di JL.KH. Ahmad Dahlan no.65 Kota Kediri Mojoroto, atau lebih tepatnya berada di depan kampus I Universitas Nusantara PGRI Kediri. *Kost* ini tidak pernah sepi karena banyaknya mahasiswa yang tertarik untuk menyewa disini, dengan alasan letaknya yang dekat dengan lokasi kampus dan juga tempatnya yang nyaman dan juga bersih. Berdasarkan yang saya ketahui bahwa, penghuni *kost* ini merasakan kepuasan akan layanan pada rumah *kost* tersebut. Hal

ini terbukti yaitu salah satunya dikatakan adanya kepuasan karena penghuni rumah *kost* tidak berpindah atau mencari *kost* yang baru. Biasanya agar dapat diketahui oleh banyak orang terutama bagi mahasiswa baru, rumah *kost* ini melakukan *promotion*. *Promotion* adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk, dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. (Wulandari, 2016) sehingga banyak pemilik *kost* yang mempromosikan rumah *kost*nya dengan cara menyebar brosur, memasang iklan surat kabar baik di internet maupun di depan rumah *kost*nya dengan mencantumkan nomor whatsapp nya. Hal ini bertujuan untuk memudahkan *customernya* dalam mendapatkan informasi. Dengan *promotion* juga dapat menawarkan produk jasanya kepada *customer* agar dapat membandingkan kelebihan yang dimiliki *kost* Sam Surya dengan yang lainnya, dari mulai *price*, *facilities* yang disediakan, dan juga *locationnya*. *Price* adalah sejumlah uang yang dibayarkan atas jasa, atau jumlah nilai yang konsumen tukar dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa (Kotler dan Amstrong dalam Krisdayanto (2018:3). Sedangkan, *facilities* adalah “segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen. Jadi *facilities* adalah sumber daya fisik yang ada dalam sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen”. (Kotler dalam (Apriyadi, 2017).

Price, maupun kelengkapan *facilities* menjadi pengaruh saat ingin memilih rumah *kost*, karena kelengkapan *facilities* dan *price* akan mempengaruhi kepuasan

customernya. Selain *price* dan *facilities*, *location* juga menjadi 3ocal3 utama dalam menentukan rumah *kost*, *location* adalah adalah berbagai kegiatan perusahaan untuk membuat produk yang dihasilkan atau dijual terjangkau dan tersedia bagi pasar sasaran, dalam hal ini berhubungan dengan bagaimana cara penyampaian produk atau jasa kepada para konsumen dan dimana *location* yang strategis. (Kotler dan Armstrong (2018:51). *Location* yang strategis, dekat dengan lokasi kampus, supermarket, tempat foto copy, laundry, dan lainnya yang biasanya banyak di minati oleh kalangan mahasiswa agar lebih mudah menjangkaunya. Oleh karena itu, calon penyewa rumah kost harus selektif dalam memilih rumah *kost*.

Selain itu, rumah *kost* Sam Surya ini memiliki kelebihan tersendiri, yaitu menyediakan fasilitas lengkap seperti kasur, bantal, wifi, lemari dua pintu, kulkas, 3ocal33e, dapur, kamar mandi, tersedia juga lahan parkir motor, dan lainnya terutama kebutuhan kost, agar penyewa kos juga merasa betah dan nyaman. Selain *facilities* yang cukup lengkap dan letaknya yang sangat strategis di *kost* ini juga menawarkan harga sewa yang lumayan relative murah yaitu dengan menawarkan harga Rp. 340.000 per bulannya jika satu kamar sendiri atau diisi satu anak, dan jika satu kamar diisi dua anak atau lebih maka setiap anak membayar masing- masing Rp. 205.000 per bulan. Harga yang termasuk relative murah dengan kelengkapan fasilitas dan juga letak yang strategis mampu menjadi daya tarik tersendiri bagi penyewa kos dan agar *kost* Sam Surya mampu bersaing dengan *kost* yang lainnya tanpa mengalami kerugian.

Perkembangan rumah *kost* di daerah Kediri ini dari tahun ketahun memicu peningkatan jumlah rumah kost yang lebih eksklusif dengan tujuan untuk

memenuhi permintaan dari *customernya*, dimana menurut banyak sumber dari lokal maupun internat, saat ini banyak rumah kost yang mengiklankan tempatnya yang berfokus pada bangunan yang mewah dan fasilitas yang lengkap serupa dengan hotel. Lokal tersebut dapat menyebabkan terjadinya persaingan yang ketat pada bisnis jasa rumah *kost*. Dengan demikian, *kost* Sam Surya harus terus mampu untuk menjaga serta tetap memperhatikan kualitas rumah *kostnya* agar tidak kalah saing dengan kost yang lainnya dan untuk menciptakan kepuasan *customernya*.

Kepuasan *Customer* adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi /kesan nya terhadap (kinerja atau hasil) suatu produk dan harapan-harapan nya (Kotler (2017)). Dapat juga diartikan sebagai tolak ukur perusahaan untuk mengembangkan strategi usaha yang mereka rencanakan, agar perusahaan dapat bertahan di tengah banyaknya pesaing lokal maupun asing. Perusahaan harus dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan cara melakukan peningkatan dan pengembangan pada kualitas produk serta menyesuaikan harga yang sesuai dan terjangkau.

Tabel 1.1

Perbandingan Harga Rumah Kost di Mojoroto

Nama Kost	Harga perbulan
Sam Surya	Rp. 340.000
Hanora	Rp. 365.000
Muslimah	Rp. 410.000
Silvi	Rp. 475.000

Sumber : data observasi

Dari tabel di atas bisa dilihat bahwa harga rumah *kost* Sam Surya relatif lebih murah atau standar jika dibandingkan dengan harga rumah *kost* lainnya. Harga rumah *kost* sam surya seharga 340 ribu lebih murah dibandingkan dengan rumah

kost hanora, Muslimah, dan Silvi yang bisa dibilang relative lebih mahal diatas Sam Surya. Hal ini menunjukkan bahwa rumah *kost* sam surya memiliki harga yang sangat relative standar dibandingkan dengan harga dari pesaing.

Dari hal ini peneliti memilih untuk meneliti rumah *kost* sam surya dibandingkan meneliti *kost* lainnya karena berfokus pada *facilitiesnya* yang bisa dibilang cukup lengkap dengan harga demikian, dan juga lokasinya yang mudah dijumpai *customer*.

Berdasarkan uraian dan pemikiran di atas, penulis bermaksud mengadakan penelitian dengan judul: **“Pengaruh *Promotion, Location, Facilities, dan Price* Terhadap Kepuasan *Customer* Rumah *Kost* Sam Surya di Kota Kediri”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka perlu diidentifikasi berbagai masalah sebagai berikut:

1. Kepuasan *customer* di rumah *kost* Sam Surya Kota Kediri dipengaruhi oleh *promotion, location, facilities dan price*.
2. Belum diketahui apakah *customer* rumah *kost* Sam Surya benar-benar merasa puas dengan *facilities* dan *price* yang telah disediakan.
3. Ketatnya persaingan bisnis rumah *kost* tersebut mengharuskan pemilik *kost* harus lebih pandai dalam mempromosikannya kepada *customer*.

C. Pembatasan Masalah

Pembatasan suatu masalah digunakan untuk menghindari adanya pelebaran atau penyimpangan pokok masalah agar penelitian lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan sehingga tujuan penelitian akan tercapai. Berdasarkan identifikasi masalah yang ada penelitian ini difokuskan pada pengaruh *promotion,*

location, facilities, serta *price* terhadap kepuasan *customer* rumah *kost* Sam Surya di Kota Kediri.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan di atas, maka dapat dikemukakan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Adakah pengaruh *promotion* rumah *kost* Sam Surya terhadap kepuasan *customer*?
2. Adakah pengaruh *location* rumah *kost* Sam Surya terhadap kepuasan *customer*?
3. Adakah pengaruh *facilities* rumah *kost* Sam Surya terhadap kepuasan *customer*?
4. Adakah pengaruh *price* rumah *kost* Sam Surya terhadap kepuasan *customer*?
5. Adakah pengaruh *promotion, location, facilities, dan price* terhadap kepuasan *customer*?

E. Tujuan Penelitian

Setiap penelitian yang dilakukan selalu mempunyai tujuan, adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis:

1. Pengaruh yang signifikan antara *promotion* terhadap kepuasan *customer* pada rumah *kost* Sam Surya Kota Kediri.
2. Pengaruh yang signifikan antara *location* terhadap kepuasan *customer* pada rumah *kost* Sam Surya Kota Kediri.
3. Pengaruh yang signifikan antara *facilities* terhadap kepuasan *customer* pada rumah *kost* Sam Surya Kota Kediri.

4. Pengaruh yang signifikan antara *price* terhadap kepuasan *customer* pada rumah *kost* Sam Surya Kota Kediri.
5. Pengaruh yang signifikan antara *promotion*, *location*, *facilities*, dan *price* terhadap kepuasan *customer* rumah *kost* Sam Surya Kota Kediri.

F. Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat diantaranya sebagai berikut:

1. Manfaat Praktis

Untuk bahan masukan atau bahan pertimbangan bagi praktisi atau manajemen perusahaan khususnya di bidang pemasaran dalam menjalankan bisnisnya.

2. Manfaat Teoretis

- a. Dengan adanya kepuasan pelanggan dan ekspresi yang ditunjukkan maka perusahaan dapat mengambil strategi apa yang harus dilakukan agar pelanggan merasa puas dan dapat memajukan perusahaannya.
- b. Penelitian ini juga dapat memberikan gambaran mengenai faktor yang mendasari terjadinya kepuasan konsumen terutama dalam memilih kualitas produk, harga, serta layanan, dan fasilitas yang diberikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustian, I., Saputra, H. E., & Imanda, A. (2019). Pengaruh Sistem Informasi Manajemen Terhadap Peningkatan Kualitas Pelayanan Di Pt. Jasaraharja Putra Cabang Bengkulu. *Profesional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 6(1), 42–60. <https://doi.org/10.37676/profesional.v6i1.837>
- Ariyanti, W. P., Hermawan, H., & Izzuddin, A. (2022). Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 9(1), 85–94. <https://doi.org/10.37606/publik.v9i1.257>
- Huda, Y. K., Samari, & Sardanto, R. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Barbershop Wish Hairstudio Di Kediri. *Simposium Manajemen Dan Bisnis I Prodi Manajemen FEB UNP Kediri Tahun 2022, 1*, 638–646. <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/autism-spectrum-disorders>
- Imam Ardiansyah, E. F. & F. A. (2021). Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Pramugraha Di Harris Hotel & Conventions Kelapa Gading. 23(1), 16–27.
- Olivia, J., & Nurfebriaraning, S. (2019). Pengaruh Video Advertising Tokopedia Versi “ Jadikan Ramadan Kesempatan Terbaik ” Terhadap Respon Afektif. *Jurnal Lontar*, 7(1), 16–24.
- Prasetyo, M. D., Susanto, S., & Maharani, B. D. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9(1), 17–26. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v9i1.427>
- Putranto, A. T. (2018). Analisis Pengaruh Promosi Penjualan, Ekuitas Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Futsal Adidas. *Jurnal Distrupsi Bisnis*, 1(2), 21–37. <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/DRB/article/view/2106>
- Sari, W. D. P. (2022). Pengaruh Harga, Citra Merek, Nilai Pelanggan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Toko Dazzle Outfit Cabang Palembang). UNIVERSITAS MULTI DATA PALEMBANG.
- Sayed, Mahdi. 2018. " Manajemen Pemasaran " . Bandung : Alfabeta'
- Siboro, K. A., Sasmita, E. M., & Sari, B. (2021). Pengaruh Promosi, Lokasi dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Bakmi Golek Dewi Sartika. *VOL 4 NO 3 November 2021*, 4(74), 153–162. http://repository.upi-yai.ac.id/5586/1/Cover%26Editorial%26Daftar%20Isi_Artikel%20Bakmi%20Golek_IKRAITH%20EKONOMIKA%20Vol%204%20Nov%202021_Bida.pdf
- Yudiana, I. M., & Indiani, N. L. P. (2022). Peran Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Dalam Mendorong Keputusan Pembelian Kembali di Bale Ayu Denpasar. *WACANA EKONOMI (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi)*, 21(1), 55–63. <https://doi.org/10.22225/we.21.1.2022.55-63>
- <https://tambahpinter.com/kepuasan-konsumen-revisi/>
- [file:///C:/Users/ADMIN/Downloads/npjioh,+Jurnal+Indri+7-12%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/ADMIN/Downloads/npjioh,+Jurnal+Indri+7-12%20(1).pdf)
- <https://www.kajianpustaka.com/2020/12/lokasi-usaha.html>
- <http://repository.fe.unj.ac.id/9652/5/Chapter3.pdf>