

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGHUNI APARTEMEN CENTRO CITY RESIDENCE JAKARTA BARAT

Indah Suzzana Siregar¹, Darma Wijaya²

^{1,2}Universitas Bina Sarana Informatika

indahsuzzannas120804@gmail.com¹, darma.dwa@bsi.ac.id²

Abstract: *Competition within the property and vertical housing industry is intensifying, requiring apartment management to set appropriate prices and provide high-quality service to enhance resident satisfaction. This study aims to analyze the impact of price and service quality on resident satisfaction at Centro City Residence Apartment in West Jakarta. A quantitative approach utilizing a survey method was employed. Data were collected via questionnaires distributed to 40 residents of Centro City Residence Apartment. Data analysis techniques included validity testing, reliability testing, classical assumption testing, and multiple linear regression analysis using SPSS version 21 software. The results indicate that price has a positive and significant partial effect on resident satisfaction, with a calculated t-value of 10.266 and a significance value of 0.000. Service quality also demonstrates a positive and significant effect, with a calculated t-value of 10.928 and a significance value of 0.000. Simultaneously, price and service quality significantly influence resident satisfaction, yielding a calculated F-value of 72.712 and a significance value of 0.000. The coefficient of determination (R^2) of 0.797 indicates that 79.7% of the variation in resident satisfaction can be explained by the price and service quality variables, while the remaining 20.3% is influenced by factors outside the scope of this study. Based on these findings, it is recommended that apartment management maintain competitive pricing policies and continuously improve service quality to further enhance resident satisfaction.*

Keywords: *Price, Service Quality, Resident Satisfaction, Apartment.*

Abstrak: Persaingan dalam industri properti dan hunian vertikal semakin ketat sehingga pengelola apartemen dituntut untuk mampu menetapkan harga yang sesuai serta memberikan kualitas layanan yang baik guna meningkatkan kepuasan penghuni. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan penghuni Apartemen Centro City Residence Jakarta Barat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 40 responden yang merupakan penghuni Apartemen Centro City Residence Jakarta Barat. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, serta analisis regresi linear berganda dengan bantuan aplikasi SPSS versi 21. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan penghuni dengan nilai t hitung sebesar 10,266 dan nilai signifikansi 0,000. Kualitas layanan juga berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai t hitung sebesar 10,928 dan nilai signifikansi 0,000. Secara simultan, harga dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan penghuni dengan nilai F hitung sebesar 72,712 dan nilai signifikansi 0,000. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,797 menunjukkan bahwa 79,7% variasi kepuasan penghuni dapat

dijelaskan oleh variabel harga dan kualitas layanan, sedangkan sisanya sebesar 20,3% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Berdasarkan hasil tersebut, disarankan agar pengelola apartemen mempertahankan kebijakan harga yang kompetitif dan terus meningkatkan kualitas pelayanan guna meningkatkan kepuasan penghuni.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Layanan, Kepuasan Penghuni, Apartemen.

I. PENDAHULUAN

Perkembangan sektor properti di Indonesia, khususnya hunian vertikal seperti apartemen, mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Hal ini dipengaruhi oleh meningkatnya jumlah penduduk di kawasan perkotaan, keterbatasan lahan, serta perubahan gaya hidup masyarakat modern yang cenderung mengutamakan efisiensi, kenyamanan, dan aksesibilitas. Apartemen kini tidak hanya berfungsi sebagai tempat tinggal, tetapi juga sebagai simbol gaya hidup dan investasi jangka panjang.

Salah satu apartemen yang berkembang di wilayah Jakarta Barat adalah Centro City Residence. Apartemen ini menyediakan berbagai tipe unit, mulai dari Studio, 1 Bedroom (1 BR), hingga 2 Bedroom (2 BR), dengan pilihan kondisi furnished dan unfurnished yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan penghuni. Keberagaman tipe unit dan fasilitas yang ditawarkan menjadikan apartemen ini sebagai salah satu alternatif hunian yang diminati oleh masyarakat.

Dalam menghadapi persaingan industri properti yang semakin ketat, pengelola apartemen dituntut untuk mampu memberikan nilai lebih kepada penghuni. Dua faktor utama yang sangat berpengaruh dalam menarik dan mempertahankan penghuni adalah harga dan kualitas layanan. Harga menjadi pertimbangan utama karena berkaitan langsung dengan kemampuan ekonomi penghuni, sedangkan layanan yang diberikan berkaitan dengan kenyamanan dan kepuasan selama tinggal.

Menurut Armstrong (2020), harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau nilai yang ditukar konsumen untuk mendapatkan manfaat yang sering menjadi indikator utama produk atau jasa tersebut. Dalam konteks apartemen, aspek ini menjadi indikator penting dalam menentukan keputusan penghuni untuk memilih suatu hunian.

Berdasarkan data harga sewa Apartemen Centro City Residence, terlihat bahwa terjadi peningkatan harga sewa setiap tahunnya, baik untuk tipe Studio, 1 BR, maupun 2 BR, dalam kondisi furnished maupun unfurnished. Misalnya, harga sewa bulanan untuk tipe 2 BR furnished meningkat dari Rp4.200.000 pada tahun 2023 menjadi Rp4.500.000 pada tahun

2025. Begitu pula harga tahunan yang mengalami peningkatan, meskipun disertai dengan pemberian diskon bagi penghuni yang melakukan pembayaran di muka.

Kenaikan harga tersebut mencerminkan adanya peningkatan nilai atau biaya operasional yang ditanggung pengelola. Namun, kondisi ini juga dapat memengaruhi persepsi penghuni terhadap tingkat kepuasan. Jika kenaikan harga tidak diimbangi dengan peningkatan pelayanan yang diberikan, maka hal ini berpotensi menurunkan kepuasan penghuni. Sebaliknya, apabila kualitas layanan meningkat seiring dengan kenaikan harga, maka penghuni cenderung tetap merasa puas.

Menurut Ban & Kim dalam Chandra et al. (2020), kualitas layanan dapat diukur melalui lima dimensi utama, yaitu tangibles (bukti fisik), reliability (keandalan), responsiveness (daya tanggap), assurance (jaminan), dan empathy (empati). Dalam konteks apartemen, dimensi tersebut dapat berupa kebersihan lingkungan, keamanan, kecepatan pelayanan, keramahan staf, serta fasilitas yang tersedia.

Fenomena yang terjadi di Apartemen Centro City Residence menunjukkan adanya dinamika antara kenaikan harga dan ekspektasi penghuni terhadap kualitas layanan yang diberikan. Dengan adanya variasi harga berdasarkan tipe unit dan kondisi (furnished dan unfurnished), serta adanya program diskon untuk pembayaran tahunan, maka penting untuk menganalisis bagaimana persepsi penghuni terhadap kebijakan tersebut.

Jika pengelola mampu menetapkan harga yang kompetitif dan memberikan kualitas layanan yang optimal, maka tingkat kepuasan penghuni akan meningkat, yang pada akhirnya dapat meningkatkan loyalitas dan tingkat hunian apartemen. Sebaliknya, jika terjadi ketidaksesuaian antara harga dan kualitas layanan, maka dapat menimbulkan ketidakpuasan yang berdampak pada penurunan jumlah penghuni.

Berdasarkan uraian tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Penghuni Apartemen Centro City Residence Jakarta Barat" secara lebih spesifik, komprehensif, dan kontekstual.

II. TINJAUAN PUSTAKA

1. Harga

Harga merupakan salah satu elemen penting dalam bauran pemasaran yang memiliki peran strategis dalam memengaruhi keputusan konsumen. Harga tidak hanya menjadi alat tukar

dalam memperoleh suatu produk atau jasa, tetapi juga mencerminkan nilai yang dirasakan oleh konsumen terhadap manfaat yang diterima.

Menurut Hasbi et al. (2021), harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa. Ini mencakup nilai yang dipertukarkan untuk manfaat memiliki atau menggunakan suatu penawaran dan merupakan elemen bauran pemasaran (marketing mix) yang menghasilkan pendapatan.

Sementara itu, menurut Rahayu & Utomo (2023), harga merupakan elemen termudah dalam program pemasaran untuk disesuaikan, fitur produk, saluran, dan bahkan komunikasi membutuhkan banyak waktu. Harga adalah sejumlah uang yang ditambah beberapa produk jika memungkinkan yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya.

Menurut Kotler & Armstrong (2021), tujuan penetapan harga meliputi memaksimalkan laba, mendapatkan pangsa pasar, mempertahankan kelangsungan usaha, menghadapi persaingan, dan membentuk citra perusahaan.

Menurut Tjiptono (2020), indikator harga dapat diukur melalui beberapa aspek, yaitu keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas, daya saing harga, dan kesesuaian harga dengan manfaat.

2. Kualitas Layanan

Kualitas layanan merupakan salah satu faktor penting yang memengaruhi keberhasilan perusahaan dalam menciptakan kepuasan dan loyalitas konsumen. Kualitas layanan memberikan dampak positif yang dapat mendorong terbentuknya kepercayaan konsumen secara berkelanjutan terhadap layanan yang diberikan oleh perusahaan.

Menurut Sugiarto & Octaviana (2021), kualitas layanan adalah perbandingan antara harapan pelanggan dan realisasi penyampaian layanan; secara umum merujuk pada perbandingan harapan pelanggan atas layanan dengan kinerja aktual perusahaan, dan bisnis dengan kualitas layanan tinggi lebih mampu memenuhi kebutuhan pelanggan dan tetap kompetitif.

Menurut Parasuraman, Zeithaml & Berry dalam Asgele (2024), kualitas layanan adalah selisih (gap) antara layanan yang diharapkan pelanggan dengan layanan yang mereka persepsikan atau terima. Jika kinerja memenuhi atau melebihi harapan, kualitas dipandang baik; jika di bawah harapan, kualitas dianggap buruk.

Dimensi kualitas layanan menurut Parasuraman, Zeithaml & Berry dalam Asgele (2024) meliputi lima dimensi utama yang dikenal dengan model SERVQUAL, yaitu bukti fisik (tangibles), keandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), dan empati (empathy).

3. Kepuasan Penghuni

Kepuasan penghuni merupakan tingkat perasaan senang atau kecewa yang dirasakan oleh penghuni apartemen setelah membandingkan antara harapan dengan kinerja layanan yang diterima. Dalam konteks hunian apartemen, kepuasan penghuni menjadi indikator penting dalam menilai keberhasilan pengelola dalam memberikan layanan yang berkualitas.

Menurut Pamungkas dalam Kurnia et al. (2021), kepuasan penghuni berkaitan erat dengan harapan penghuni terhadap kualitas bangunan yang ditempati. Kepuasan tercapai bila harapan terhadap kualitas bangunan sama dengan kondisi nyata yang didapat dan dirasakan penghuni.

Menurut Mowen dalam Kurnia et al. (2021), kepuasan penghuni muncul saat kualitas hunian yang diterima (bangunan, fasilitas, lingkungan) dianggap sepadan atau melebihi kebutuhan, keinginan, dan harapan mereka.

Faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan penghuni menurut Mowen dalam Kurnia et al. (2021) meliputi kualitas bangunan, fasilitas hunian, lingkungan hunian, kesesuaian dengan harapan, dan pemenuhan kebutuhan dan keinginan.

III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Apartemen Centro City Residence yang berlokasi di Jakarta Barat. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada pertimbangan bahwa apartemen tersebut sedang berkembang dan memiliki variasi tipe unit yang beragam.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif asosiatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antara dua atau lebih variabel. Pendekatan kuantitatif digunakan karena penelitian ini berusaha menjelaskan fenomena secara sistematis melalui pengumpulan data numerik dan analisis statistik.

Penelitian ini menggunakan metode survei, dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden untuk memperoleh data mengenai pengaruh harga (X_1) dan kualitas layanan (X_2) terhadap kepuasan penghuni (Y) di Apartemen Centro City Residence Jakarta Barat.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh penghuni Apartemen Centro City Residence Jakarta Barat yang berjumlah 138 orang. Sampel dalam penelitian ini ditetapkan sebanyak 40 responden dengan menggunakan teknik simple random sampling.

Instrumen penelitian menggunakan kuesioner dengan skala Likert 1-5 yang terdiri dari 30 item pernyataan (10 untuk variabel harga, 10 untuk kualitas layanan, dan 10 untuk kepuasan penghuni). Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan linearitas), analisis regresi linear berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi dengan bantuan aplikasi SPSS versi 21.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

1. Hasil Uji Validitas

Tabel 1 Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X₁)

Kode	R hitung	R tabel	Sig (2 tailed)	Keterangan
H1	0,628	0,312	0,000	Valid
H2	0,735	0,312	0,000	Valid
H3	0,864	0,312	0,000	Valid
H4	0,847	0,312	0,000	Valid
H5	0,816	0,312	0,000	Valid
H6	0,823	0,312	0,000	Valid
H7	0,785	0,312	0,000	Valid
H8	0,747	0,312	0,000	Valid
H9	0,765	0,312	0,000	Valid
H10	0,708	0,312	0,000	Valid

Sumber: Hasil olah data SPSS (2026)

Tabel 2 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan (X₂)

Kode	R hitung	R tabel	Sig (2 tailed)	Keterangan
KL1	0,753	0,312	0,000	Valid
KL2	0,727	0,312	0,000	Valid
KL3	0,811	0,312	0,000	Valid
KL4	0,817	0,312	0,000	Valid
KL5	0,843	0,312	0,000	Valid
KL6	0,819	0,312	0,000	Valid
KL7	0,778	0,312	0,000	Valid
KL8	0,781	0,312	0,000	Valid
KL9	0,769	0,312	0,000	Valid
KL10	0,794	0,312	0,000	Valid

Sumber: Hasil olah data SPSS (2026)

Tabel 3 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Penghuni (Y)

Kode	R hitung	R tabel	Sig (2 tailed)	Keterangan
KP1	0,901	0,312	0,000	Valid
KP2	0,801	0,312	0,000	Valid
KP3	0,835	0,312	0,000	Valid
KP4	0,768	0,312	0,000	Valid
KP5	0,829	0,312	0,000	Valid
KP6	0,797	0,312	0,000	Valid
KP7	0,886	0,312	0,000	Valid
KP8	0,774	0,312	0,000	Valid
KP9	0,766	0,312	0,000	Valid
KP10	0,793	0,312	0,000	Valid

Sumber: Hasil olah data SPSS (2026)

Seluruh indikator pernyataan untuk setiap variabel memiliki nilai r hitung $>$ r tabel (0,312) dengan signifikansi $<$ 0,05, sehingga seluruh item pernyataan dapat dinyatakan valid.

2. Hasil Uji Reliabilitas

Tabel 4 Hasil Uji Reliabilitas Seluruh Variabel

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Harga (X_1)	0,924	Reliabel
Kualitas Layanan (X_2)	0,933	Reliabel
Kepuasan Penghuni (Y)	0,943	Reliabel

Sumber: Hasil olah data SPSS (2026)

Nilai Cronbach's Alpha untuk masing-masing variabel: Harga (X_1) = 0,924, Kualitas Layanan(X_2) = 0,933, dan Kepuasan Penghuni (Y) = 0,943. Seluruh nilai > 0,6, sehingga semua variabel dapat dinyatakan reliabel.

3. Hasil Uji Asumsi Klasik

**Tabel 5 Hasil Uji Normalitas Dengan Metode Kolmogorov-Smirnov
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.87012489
	Absolute	.145
Most Extreme Differences	Positive	.145
	Negative	-.115
Kolmogorov-Smirnov Z		.917
Asymp. Sig. (2-tailed)		.369

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Hasil olah data SPSS (2026)

Tabel 2 Hasil Uji Multikolinearitas

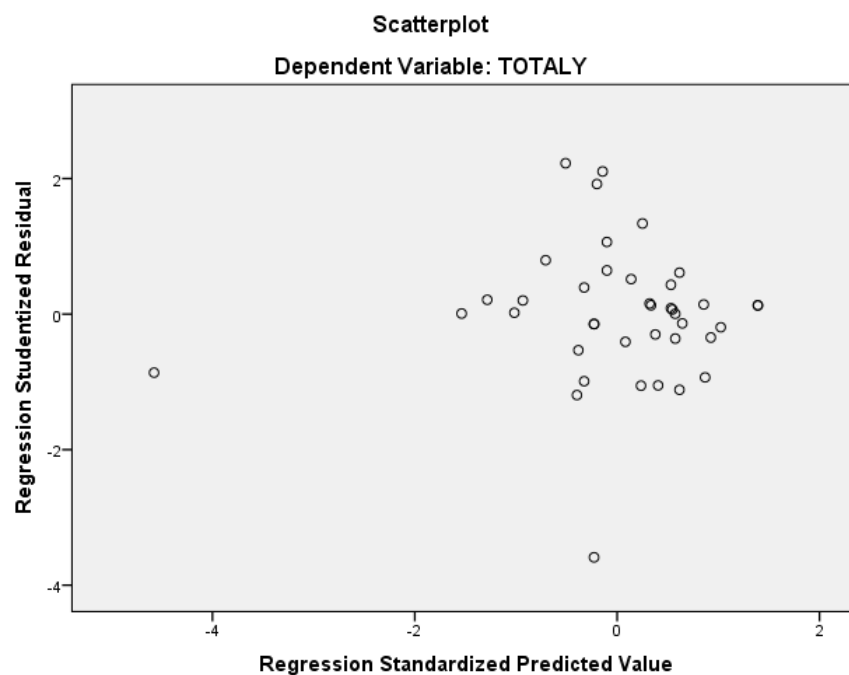
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	5.589	3.059		1.827	.076		
1 TOTALX ₁	.401	.151	.406	2.653	.012	.234	4.274
TOTALX ₂	.480	.143	.516	3.369	.002	.234	4.274

a. Dependent Variable: TOTALY

Sumber: Hasil olah data SPSS (2026)

Tabel 7 Hasil Uji Heterokedastisitas Dengan Grafik Scatterplot



Sumber: Hasil olah data SPSS (2026)

Tabel 8 Hasil Uji Linearitas
ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
TOTALY * TOTALX ₁	(Combined)	1293.858	16	80.866	6.411	.000
	Between Linearity	1164.179	1	1164.179	92.294	.000
	Groups Deviation from Linearity	129.679	15	8.645	.685	.773
	Within Groups	290.117	23	12.614		
	Total	1583.975	39			

Sumber: Hasil olah data SPSS (2026)

Uji Normalitas: Hasil uji Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,369 ($> 0,05$), sehingga data residual dinyatakan berdistribusi normal. Uji Multikolinearitas: Nilai Tolerance sebesar 0,234 ($> 0,10$) dan VIF sebesar 4,274 (< 10), sehingga model regresi tidak mengalami multikolinearitas. Uji Heteroskedastisitas: Berdasarkan grafik Scatterplot, titik-titik residual menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu, sehingga tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji Linearitas: Nilai Sig. Deviation from Linearity sebesar 0,773 ($> 0,05$), sehingga hubungan antara variabel independen dan variabel dependen bersifat linear.

4. Hasil Uji Hipotesis

Tabel 9 Hasil Uji Statistik t (Parsial)

Variabel	t Hitung	t tabel	Sig	Keputusan
Harga (X ₁)	10,266	2,0262	0,000	Positif & Signifikan
Kepuasan Penghuni (X ₂)	10,928	2,0262	0,000	Positif & Signifikan

Sumber: Hasil olah data SPSS (2026)

Tabel 10 Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1262.708	2	631.354	72.712	.000 ^b
Residual	321.267	37	8.683		
Total	1583.975	39			

a. Dependent Variable: TOTALY

b. Predictors: (Constant), TOTALX₂, TOTALX₁

Sumber: Hasil olah data SPSS (2026)

Secara parsial dan simultan harga, dan kualitas layanan berpengaruh positif & signifikan terhadap kepuasan penghuni.

5. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Tabel 11 Hasil Uji Koefisien Determinasi Parsial

Variabel	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error
Harga (X ₁)	0,857	0,735	0,728	3,32374
Kualitas Layanan (X ₂)	0,871	0,759	0,752	3,17211

Sumber: Hasil olah data SPSS (2026)

Tabel 12 Hasil Uji Koefisien Determinasi Simultan

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error
0,893	0,797	0,786	2,94667

Sumber: Hasil olah data SPSS (2026)

Koefisien Determinasi Parsial (r^2): Variabel Harga (X₁) memiliki nilai R Square sebesar 0,735 (73,5%), sedangkan Kualitas Layanan (X₂) sebesar 0,759 (75,9%). Koefisien Determinasi Simultan (R^2): Nilai R Square sebesar 0,797 (79,7%), yang berarti harga dan kualitas layanan secara bersama-sama mampu menjelaskan 79,7% variasi kepuasan penghuni, sedangkan 20,3% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

6. Hasil Analisis Koefisien Regresi

Tabel 13 Hasil Uji Koefisien Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5.589	3.059		1.827	.076
1 TOTALX1	.401	.151	.406	2.653	.012
TOTALX2	.480	.143	.516	3.369	.002

a. Dependent Variable: TOTALY

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 21 (2026)

$$Y = 5,589 + 0,401X_1 + 0,480X_2 + e$$

Kualitas Layanan (X2) merupakan variabel yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap kepuasan penghuni dengan nilai Beta sebesar 0,516 dan Sig. $0,002 < 0,05$. Sementara itu, Harga (X1) juga berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai Beta sebesar 0,406 dan Sig. $0,012 < 0,05$.

Pembahasan

1. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Penghuni

Hasil uji parsial menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan penghuni (t hitung $10,266 > t$ tabel $2,0262$, Sig. $0,000$). Semakin sesuai harga yang ditawarkan dengan manfaat yang diterima penghuni, maka semakin tinggi tingkat kepuasan penghuni Apartemen Centro City Residence. Hasil ini sejalan dengan penelitian Melvawinda Pristiwani Tambun dan Ali Mubarak (2025) serta Dede Solihin dan Kurniawan (2024) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

2. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Penghuni

Hasil uji parsial menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan penghuni (t hitung $10,928 > t$ tabel $2,0262$, Sig. $0,000$). Nilai koefisien

regresi kualitas layanan (0,480) lebih besar dibandingkan harga (0,401), sehingga kualitas layanan menjadi variabel yang lebih dominan dalam meningkatkan kepuasan penghuni. Hasil ini sejalan dengan penelitian Idrus Alawy Yahya dan Yosafat Puji Hastoko (2023), Melvawinda Pristiwani Tambun dan Ali Mubarok (2025), serta Dede Solihin dan Kurniawan (2024) yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

3. Pengaruh Simultan Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Penghuni

Secara simultan, harga dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan penghuni Apartemen Centro City Residence (F hitung 72,712, Sig. 0,000). Hal ini menunjukkan bahwa kedua variabel secara bersama-sama memengaruhi kepuasan penghuni. Nilai R Square sebesar 79,7% menunjukkan bahwa harga dan kualitas layanan mampu menjelaskan 79,7% variasi kepuasan penghuni, sedangkan sisanya sebesar 20,3% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Hasil ini sejalan dengan penelitian Melvawinda Pristiwani Tambun dan Ali Mubarok (2025) serta Dede Solihin dan Kurniawan (2024) yang menyatakan bahwa harga dan kualitas layanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan penghuni Apartemen Centro City Residence, dapat disimpulkan bahwa variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan penghuni. Selain itu, kualitas layanan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan penghuni, serta menjadi variabel yang lebih dominan dibandingkan harga. Secara simultan, harga dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan penghuni, dengan nilai koefisien determinasi sebesar 79,7%, sedangkan 20,3% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Dengan demikian, semakin sesuai harga yang ditawarkan dan semakin baik kualitas layanan yang diberikan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan penghuni Apartemen Centro City Residence.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

Bagi Pengelola Apartemen Centro City Residence Jakarta Barat, diharapkan dapat mempertahankan dan meningkatkan kualitas layanan, seperti kecepatan dalam merespons keluhan, kebersihan, keamanan, serta kenyamanan fasilitas. Selain itu, pengelola perlu menetapkan harga yang sesuai dengan kualitas layanan dan fasilitas yang diberikan serta melakukan evaluasi secara berkala untuk meningkatkan kepuasan penghuni. Bagi Peneliti Selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain yang dapat memengaruhi kepuasan penghuni, seperti fasilitas, lokasi, keamanan, atau loyalitas penghuni, serta menggunakan jumlah sampel dan objek penelitian yang lebih luas agar memperoleh hasil yang lebih komprehensif. Bagi Penghuni Apartemen, diharapkan dapat memberikan masukan dan saran kepada pihak pengelola terkait fasilitas maupun kualitas layanan agar dapat dilakukan perbaikan secara berkelanjutan demi meningkatkan kepuasan penghuni.

DAFTAR PUSTAKA

- Armstrong, G., Adam, S., Denize, S., Volkov, M., Kotler, P., & Robbins, S. (2020). *Marketing And Management : Defined , Explained And Applied* Compiled By. Pearson Australia.
- Asgele, B. S. (N.D.). *Service Quality Gap In Ethiopia : Expected And Perceived Services In The Public Sector*. *Cogent Social Sciences*, 10(1).
<https://doi.org/10.1080/23311886.2024.2359269>
- Chandra, T., Chandra, S., & Hafni, L. (2020). *Service Quality, Consumer Satisfaction, Dan Consumer Loyalty : Tinjauan Teoritis*. Cv Irdh.
- Ehren, A., & Nawaningtyas, N. P. (2024). *Analisis Kualitas Pelayanan Alih Media Digital Pada Dinas Arsip Dan Perpustakaan Menggunakan Metode Ipa*. 3(1).
<https://doi.org/10.55606/Jupsim.V3i1.2359>
- Fitriah, L., & Irmal. (2026). *Pengaruh Ulasan Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Bouquet Pada Shopee Bylinar Di Daerah Khusus Jakarta*. 3(1), 137–151.
<https://doi.org/10.61722/Jaem.V3i1.9055>
- Herdian, R. A., Rakhmat, C., & Lestari, S. P. (2022). *Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen*. 1, 1–6.
<https://doi.org/10.57151/Jeko.V1i2.32>

- Imelda, F. (2020). Analisis Sistem Pengendalian Manajemen Terhadap Kinerja Manajemen. Insitut Bisnis Dan Informatika Kwik Kian Gie, May, 1–6.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Marketing. Pearson Education Limited.
- Kurnia, D. P., Agustina, P., Ju, L. T., & Sindhu, O. P. (2023). Studi Perbedaan Persepsi Tingkat Kepuasan Antara Penghuni Tipe Tower Dan Tipe Blok Rusunawa Penjaringan Terhadap Sistem Pengelolaannya. 5(2), 1975–1988. <https://doi.org/10.24912/Stupa.V5i2.24356>
- Marlius, D., & Jovanka, N. (2023). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap. 2. <https://doi.org/10.55681/Economina.V2i2.326>
- Meidona, S., Asrul, & Loveran, Y. P. (2025). Pengaruh Digital Marketing , Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Volume Penjualan Pada Cafe Goodbeeb Di Pariaman. 4(1), 100–117. <http://jurnal.minartis.com/index.php/jppisb>
- Nastiti, A. D., Dewantoro, F., & Safitri, D. (2025). Analisis Kepuasan Penghuni Terhadap Kualitas Bangunan Dan Prasarana Perumahan Menggunakan Metode Csi Dan Ipa. 34–44. <https://doi.org/10.33364/Konstruksi.V.23-1.2298>
- Pahmi. (2024). Kualitas Produk Dan Harga Mempengaruhi Minat Beli Masyarakat (A. Karim (Ed.)). Pt. Nas Media Indonesia.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). Research Methodhs For Business. Wiley.
- Solihin, D., & Kurniawan. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. 2(2), 129–141. <https://doi.org/10.62421/Jibema.V2i2.79A>
- Sudirman, Kondolayuk, M. L., Cahaya, I. M. E., Astutui, N. L. S., Setiawan, J., Tandirerung, W. Y., Rahmi, S., Nusantara, D. O., Indrawati, F., Fitriya, N. L., Aziza, N., Kurniawati, N., Wardhana, A., & Hasanah, T. (2023). Metodologi Penelitian 1. Cv. Media Sains Indonesia.
- Sugiarto, S., & Octaviana, V. (2021). Service Quality (Servqual) Dimensions On Customer Satisfaction : Empirical Evidence From Bank Study. 1, 93–106. <https://doi.org/10.52970/Grmapb.V1i2.103>
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Cv Alfabeta.
- Tambun, M. P., & Mubarak, A. (2025). Pamulang Tangerang Selatan The Influence Of Price And Service Quality On Customer Satisfaction At Warung Mang Anggi In Pamulang , South Tangerang. 2, 3948–3961. <http://repository.unpam.ac.id/id/eprint/17106>

Yahya, I. A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan , Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Kepuasan
Penghuni Apartemen Taman Anggrek Jakarta Barat. 3, 3918–3932.
<https://doi.org/10.6236039275>