

ABSTRAK

ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP PENYEDIAAN FASILITAS BISNIS RUMAH KOS DI GUNUNG TERANG MENGUNAKAN MODEL KANO

Oleh

MUHAMMAD ANAS FAUZI

Penelitian ini bertujuan menganalisis kepuasan pelanggan terhadap fasilitas rumah kos di Kelurahan Gunung Terang menggunakan Model Kano. Penelitian dilakukan secara kuantitatif deskriptif melalui penyebaran kuesioner dengan teknik purposive sampling. Data dianalisis untuk mengelompokkan atribut fasilitas ke dalam kategori *must-be*, *one-dimensional*, dan *attractive* berdasarkan range harga. Hasil penelitian menunjukkan adanya pergeseran kategori atribut seiring kenaikan harga. Fasilitas dasar cenderung menjadi *must-be* pada seluruh segmen, sementara fasilitas kenyamanan berubah menjadi *must-be* pada segmen harga yang lebih tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa ekspektasi pelanggan meningkat sesuai harga yang dibayarkan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa segmentasi harga memengaruhi klasifikasi atribut fasilitas, sehingga penyediaan fasilitas perlu disesuaikan dengan positioning harga.

Kata kunci: Kepuasan Pelanggan, Rumah Kos, Fasilitas, Model Kano.

ABSTRACT

CUSTOMER SATISFACTION ANALYSIS OF THE PROVISION OF BOARDING HOUSE BUSINESS FACILITIES IN GUNUNG TERANG USING THE KANO MODEL

By

MUHAMMAD ANAS FAUZI

This study aims to analyze customer satisfaction toward boarding house facilities in Gunung Terang using the Kano Model. The research employed a descriptive quantitative approach through questionnaire distribution using purposive sampling. The data were analyzed to classify facility attributes into must-be, one-dimensional, and attractive categories based on price range segments. The results indicate a shift in attribute classification as prices increase. Basic facilities tend to be categorized as must-be across all segments, while comfort-related facilities shift into must-be in higher price segments. This finding shows that customer expectations rise in accordance with the price paid. The study concludes that price segmentation influences the classification of facility attributes; therefore, facility provision should be aligned with pricing positioning.

Keywords: Customer Satisfaction, Boarding House, Facilities, Kano Model.