

ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KUALITAS BANGUNAN PADA PERUMAHAN TINGKAT MENENGAH (STUDI KASUS PERUMAHAN BELLA VISTA SEMARANG)

Agung Kristiawan

Fakultas Teknik, Jurusan Teknik Sipil, Universitas PGRI Semarang, Jl. Dr. Cipto – Lontar No. 1 Semarang;
Telp.024-8451279. Email: kristiawan70ats@gmail.com

Abstrak

Perumahan Bella Vista merupakan salah satu perumahan yang ada di Kota Semarang. Untuk mendapatkan kepuasan konsumen, pengembang perumahan Bella Vista harus mampu memenuhi kebutuhan penghuni. Pengukuran tingkat kepuasan penghuni perumahan Bella Vista perlu dilakukan agar dapat diketahui bagaimana tingkat kepuasan penghuni. Serta menjadi strategi yang harus dilakukan pengembang dalam meningkatkan kepuasan penghuni. Penelitian ini bertujuan menganalisis tingkat kepuasan penghuni perumahan Bella Vista dan mengidentifikasi atribut yang harus mendapat prioritas perbaikan untuk meningkatkan kepuasan penghuni perumahan Bella Vista. Metode yang digunakan adalah importance-performance analysis (IPA). Secara umum pelanggan atau penghuni perumahan Bella Vista Semarang sudah cukup puas dengan kondisi dan kualitas pelayanan saat ini. Hal ini ditunjukkan dengan tingginya nilai kinerja, yaitu: aspek penampilan fisik (tangible) 74 % responden menilai baik, aspek kehandalan (reliability) 67 % responden menilai cukup baik, aspek tanggapan (responsiveness) 61 % responden menilai baik, aspek kepastian (assurance) 92 % responden menilai baik, aspek empati (emphaty) 81 % responden menilai baik. Tingkat kepuasan konsumen perumahan terhadap kualitas pelayanan perumahan Bella Vista Semarang dalam dimensi penampilan fisik sebesar 3,88 %, menunjukkan konsumen merasa puas dengan tingkat kinerja developer. Sedangkan 8,3 % tingkat kepuasan pelanggan berada pada kuadran A yang artinya bahwa pihak pengembang belum memberikan kinerja pelayanan yang diharapkan padahal sangat penting menurut pelanggan sehingga harus menjadi titik fokus dalam meningkatkan kinerja dimasa mendatang.

Kata kunci : Kepuasan Penghuni, Importance-Performance Analysis (IPA)

Abstract

Bella Vista is one of the housing in the city of Semarang. To get customer satisfaction, Bella Vista housing developers should be able to meet the needs of residents. Measuring the level of satisfaction of residents of the housing Bella Vista needs to be done in order to know how the level of occupant satisfaction. As well as being a strategy that should be the developer in improving occupant satisfaction. This study aimed to analyze the level of satisfaction of residents of the housing Bella Vista and identify attributes that should receive priority improvements to increase occupant satisfaction housing Bella Vista. The method used is the importance-performance analysis (IPA). In general, customers or residents of the housing Bella Vista Semarang was quite satisfied with the condition and quality of current services. This is shown by the high value of the performance, namely: aspects of physical appearance (tangible) 74% of respondents rate the good, aspects of reliability (reliability) 67% of respondents rate is quite good, aspects of the response (responsiveness) 61% of respondents rate the good, the rigidity (assurance) 92% of respondents rate the good, the aspect of empathy (empathy) 81% of respondents either. Level of customer satisfaction on service quality residential housing Bella Vista Semarang in physical appearance dimensions of 3.88%, indicating consumers were satisfied with the level of performance of the developer. While the 8.3% level of customer satisfaction is in quadrant A, which means that the developers have not provided the expected performance of services by customers when very important and should be the focal point in improving future performance.

Keywords: Satisfaction Residents, Importance-Performance Analysis (IPA)

1. PENDAHULUAN

Kebutuhan akan rumah tinggal merupakan kebutuhan primer bagi setiap manusia. Kecenderungan saat ini, kebutuhan untuk mempunyai rumah lebih besar dari pada persediaan perumahan yang ada. Hal tersebut merupakan kesempatan bagi pengembang perumahan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Perkembangan industri *real estate* sendiri mengarah pada kondisi yang dinamis

dan melaju bersamaan dengan tuntutan kebutuhan dasar manusia.

Banyaknya proyek perumahan berdampak pada pilihan yang makin beragam. Dampaknya adalah pelanggan memiliki kesempatan untuk memilih rumah yang diinginkan berdasarkan pertimbangan berulang – ulang dan matang. Bisnis properti merupakan bisnis yang persaingannya semakin ke depan semakin ketat. Pelanggan dalam membeli rumah tidak sekedar untuk tempat berteduh dari

sengatan matahari atau pun dari derasnya air hujan. Membeli rumah dapat merupakan suatu *prestise*, pencapaian prestasi hidup, investasi, bahkan telah menjadi sarana untuk membangun keluarga yang diidam-idamkan. Karena itu banyak faktor yang mempengaruhi pelanggan perumahan dalam memutuskan untuk membeli dan tinggal di suatu perumahan. Mencermati hal tersebut, pihak perusahaan dituntut untuk dapat mengenali dan menjawab kebutuhan dan keinginan pelanggan sehingga diharapkan perusahaan dapat menghasilkan produk yang tepat serta memberikan pelayanan yang berkualitas.

PT. Kini Jaya Indah merupakan perusahaan *developer* (pengembang) yang berlokasi di Jl. Kelapa Gading Raya 16, Plamongan Indah - Semarang. Salah satu produk perumahannya adalah perumahan Bella Vista dengan luas arealnya sekitar 1,5 hektar yang berlokasi di Ngaliyan, Semarang. Perumahan Cluster Bella Vista merupakan kawasan hunian yang nyaman dan sejuk dengan pesona keindahan alami karena terletak didaerah berbukitan.

1.1 Rumusan Masalah

Dari berbagai permasalahan yang timbul, maka pertanyaan yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

- Bagaimana kondisi kualitas pelayanan dalam dimensi penampilan Fisik (*Tangible*), Keandalan (*Reliability*), Tanggapan (*Responsiveness*), Kepastian (*Assurance*), dan Empaty (*emphaty*) pada Perumahan Bella Vista Semarang.
- Bagaimana tingkat kepuasan yang dirasakan para *customer* perumahan terhadap kualitas pelayanan Perumahan Bella Vista Semarang dalam dimensi penampilan Fisik
- Manakah faktor yang harus dipertahankan dari kualitas pelayanan di atas terhadap tingkat kepuasan *customer* Perumahan Bella Vista Semarang.

1.2 Maksud dan Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah dalam penelitian ini, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

- Menganalisa kondisi kualitas pelayanan dalam dimensi penampilan Fisik (*Tangible*), Keandalan (*Reliability*), Tanggapan (*Responsiveness*), Kepastian (*Assurance*), dan Empaty (*emphaty*) pada Perumahan Bella Vista Semarang.
- Menganalisa tingkat kepuasan yang dirasakan para *customer* perumahan terhadap kualitas pelayanan Perumahan Bella Vista Semarang dalam dimensi penampilan Fisik

- Menganalisa faktor yang harus dipertahankan dari kualitas pelayanan di atas terhadap tingkat kepuasan *customer* Perumahan Bella Vista Semarang.

1.3 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah:

- Manfaat teoritis, yaitu sebagai tambahan referensi dan wawasan dalam pengembangan ilmu pengetahuan bidang pemasaran khususnya mengenai Keunggulan Produk, Kualitas Pelayanan Pelanggan, Kepuasan Penghuni rumah.
- Manfaat praktis, yaitu mengembangkan kepuasan penghuni rumah dan juga sebagai bahan acuan penelitian dimasa yang mendatang dan akan diketahui indikator mana yang dominan dari indikator-indikator yang berpengaruh terhadap kepuasan penghuni rumah.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Kepuasan Pelanggan

Beberapa definisi kepuasan pelanggan, beberapa diantaranya adalah *Tse dan Wilton* (1988) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan setelah pemakaiannya. *Engel* (1995) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil tidak memenuhi harapan pelanggan.

Kepuasan pelanggan dapat tercapai bila terjadi kesamaan antara pengalaman mendapatkan dan menggunakan produk dengan harapan yang diinginkan oleh pelanggan terhadap kualitas produk yang didapatkan. Harapan pelanggan terhadap suatu produk merupakan suatu standar untuk dibandingkan dengan keadaan produk yang sesungguhnya. Tingkat dari performa produk yang diharapkan dapat mencapai kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh faktor-faktor yaitu keadaan produk sendiri, promosi, pengaruh dari kompetitor dan karakteristik pelanggan.

2.2. Kualitas Produk

Produk menjadi instrumen vital untuk mencapai kesuksesan dan kemakmuran pada perusahaan modern. Perkembangan teknologi, peningkatan persaingan global, serta dinamika kebutuhan dan keinginan pasar, mengharuskan perusahaan melakukan pengembangan produk terus menerus. Hanya ada dua pilihan yaitu sukses dalam pengembangan produk sehingga menghasilkan produk yang unggul, atau gagal dalam pencapaian tujuan bisnisnya karena produk yang tidak

mampu bersaing dipasar (Cooper dan Kleinschmidt, 1987). Cronin dan Taylor (1992) dalam F. Selnes (1993) menyatakan bahwa kriteria kinerja memberikan ukuran yang lebih baik untuk model teoritis daripada menggunakan ukuran harapan, pengalaman dan pengetahuan mengenai kelas produk atau jasa kemungkinan akan menjadi penentu yang penting mengenai bagaimana pelanggan menilai kinerja produk/jasa. Pada akhirnya, atribut-atribut penting yang dinilai pelanggan tersebut juga akan mempengaruhi sikap puas/ ketidakpuasan terhadap produk/jasa.

2.3. Kualitas Pelayanan Pelanggan

Kualitas pelayanan merupakan pemenuhan dari harapan pelanggan atau kebutuhan pelanggan yang membandingkan antara hasil dengan harapan dan menentukan apakah pelanggan sudah menerima layanan yang berkualitas (Scheuing, 2004 dalam Fornell dkk, 1996). Pengertian tersebut secara singkat mengenai kepuasan pelanggan. Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakannya dengan harapannya (Rina Dwiwinarsih, 2009). Sedangkan menurut Kotler (2002: 42) dalam Dwiwinarsih (2009) *kepuasan* adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya.

3. METODE PENELITIAN

3.1. Jenis dan Sumber Data

Data primer yaitu data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui sumber perantara). Pengambilan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang dipersiapkan, kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini berisi dua bagian utama. Bagian yang pertama adalah tentang profil sosial dan identifikasi responden, berisi data responden yang berhubungan dengan identitas responden dan keadaan sosial seperti: usia, pekerjaan, pendidikan terakhir, dan lama menghuni. Sedangkan bagian kedua berdasarkan pernyataan responden, berupa jawaban - jawaban dari kuesioner yang diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada penghuni rumah di perumahan Bella Vista Semarang.

3.2. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah penghuni rumah di perumahan Bella Vista Semarang sejumlah 40 penghuni rumah.

3.3. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data primer pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode survai, yang bertujuan untuk mengumpulkan informasi dari responden dengan menggunakan kuesioner berisi daftar pertanyaan yang disampaikan langsung kepada responden secara langsung.

3.4. Teknik Analisis

Importance-Performance Analysis (IPA)

Dalam menganalisa data penelitian ini digunakan metode diskriptif kualitatif-kuantitatif. Untuk menjawab perumusan masalah mengenai sampai sejauh mana tingkat kepuasan pelanggan pada perumahan Bella Vista Semarang, maka digunakan Importance-Performance Analysis (John A. Martila and John C. James, 1997: 77-79) atau Analisa Tingkat Kepentingan dan Kinerja Kepuasan Pelanggan (IPA) dilakukan dengan perangkat lunak EXCEL. Jasa menjadi sesuatu yang bermanfaat apabila didasarkan pada kepentingan pelanggan dan kinerjanya bagi perusahaan. Artinya perusahaan seharusnya mencurahkan perhatiannya pada hal-hal yang memang dianggap penting oleh para pelanggan/customers.

3.5. Penentuan Variabel dan Kuesioner

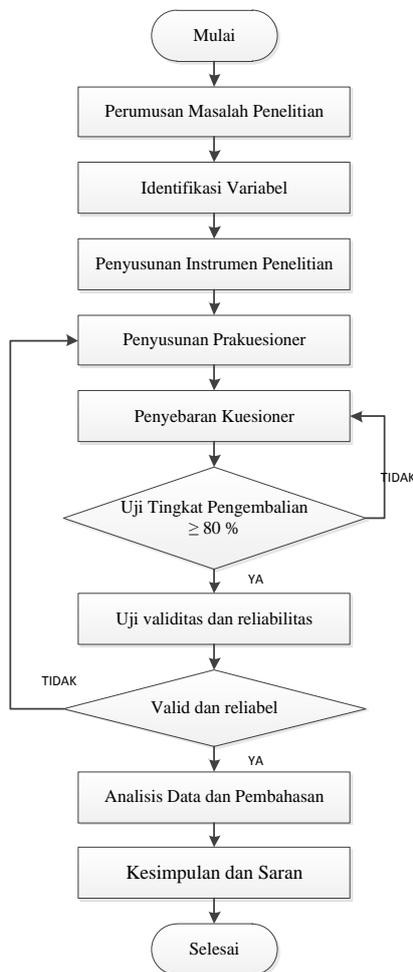
Variabel penelitian ini ada 2 (dua) kelompok variabel yaitu :

- A. Variabel 5 (lima) dimensi penentu kualitas jasa pelayanan yang terdiri atas :
 - Penampilan fisik (tangible), penampilan fasilitas fisik, penampilan personel dan perlengkapan peralatan komunikasi.
 - Keandalan (reliability), kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa-jasa yang dijanjikan dengan terpercaya dan akurat.
 - Tanggapan (responsiveness), kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa yang cepat.
 - Kepastian (assurance), pengetahuan dan keramahan karyawan dan kemampuan karyawan untuk menciptakan opini yang dapat dipercaya pelanggan.
 - Empati (emphaty), kepedulian dan perhatian perusahaan terhadap pelanggan.
- B. Variabel Kepuasan Konsumen

Tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan (perceived performance) dan harapan (expectations). Customer dapat mengalami salah satu dari tingkat kepuasan yang umum. Jika kinerja dibawah harapan, customer tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan harapan, customer

puas. Jika kinerja melampaui harapan, customer sangat puas, senang atau bahagia (Kotler Philip dkk, 2000, hlm 36).

3.6. Diagram Alir Penelitian



4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Analisa Kondisi Kualitas Pelayanan

a) Kondisi Kualitas Pelayanan Penampilan Fisik (*Tangible*)

Dari data hasil survei responden yang telah dilakukan sebanyak 40 responden diketahui bahwa sebanyak 74 % responden menilai kondisi kualitas pelayanan pada aspek penampilan fisik ialah baik

b) Kondisi Kualitas Pelayanan Kehandalan (*Reliability*)

Dari data hasil survei responden yang telah dilakukan sebanyak 40 responden diketahui bahwa sebanyak 67 % responden menilai kondisi kualitas pelayanan pada aspek kehandalan ialah cukup baik.

Kondisi Kualitas Pelayanan Tanggapan (*Responsiveness*)

Dari data hasil survei responden yang telah dilakukan sebanyak 40 responden diketahui bahwa sebanyak 61

% responden menilai kondisi kualitas pelayanan pada aspek tanggapan ialah baik

c) Kondisi Kualitas Pelayanan Kepastian (*Assurance*)

Dari data hasil survei responden yang telah dilakukan sebanyak 40 responden diketahui bahwa sebanyak 92 % responden menilai kondisi kualitas pelayanan pada aspek kepastian ialah baik.

d) Kondisi Kualitas Pelayanan Empaty (*emphaty*)

Dari data hasil survei responden yang telah dilakukan sebanyak 40 responden diketahui bahwa sebanyak 81 % responden menilai kondisi kualitas pelayanan pada aspek penampilan fisik ialah baik

4.2. Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Perumahan

a) Konstruksi Bangunan Rumah Kuat dan Awet

Konsumen/penghuni perumahan yang menilai bahwa konstruksi bangunan rumah kuat dan awet “sangat Baik” sebanyak 12 orang, yang menilai “Baik” sebanyak 28 orang.

b) Memenuhi Kriteria Standar Bangunan

Konsumen/penghuni perumahan yang menilai bahwa konstruksi bangunan memenuhi kriteria standar bangunan “Sangat Baik” sebanyak 9 orang, yang menilai “Baik” sebanyak 31 orang.

c) Bentuk Bangunan Rumah Mempunyai Nilai Keindahan

Konsumen/penghuni perumahan yang menilai bahwa bentuk bangunan rumah mempunyai nilai keindahan “sangat Baik” sebanyak 4 orang, yang menilai “Baik” sebanyak 35 orang dan yang menilai “Cukup Baik” hanya 1 orang.

d) Mempunyai Kriteria Rumah Sehat

Konsumen/penghuni perumahan yang menilai bahwa bangunan mempunyai nilai kriteria rumah sehat “sangat Baik” sebanyak 6 orang, yang menilai “Baik” sebanyak 33 orang dan yang menilai “Cukup Baik” hanya 1 orang.

e) Komposisi Ruang Baik

Konsumen/penghuni perumahan yang menilai bahwa komposisi ruangan yang baik “sangat Baik” sebanyak 1 orang, yang menilai “Baik” sebanyak 39 orang.

f) Bangunan masih Bisa Dikembangkan

Konsumen/penghuni perumahan yang menilai bahwa bangunan masih bisa dikembangkan “sangat Baik” sebanyak 14 orang, yang menilai

“Baik” sebanyak 23 orang dan yang menilai “Cukup Baik” sebanyak 3 orang.

g) Ketersediaan Fasilitas Fisik

Konsumen/penghuni perumahan yang menilai bahwa perumahan memiliki ketersediaan fasilitas fisik “sangat Baik” sebanyak 7 orang, yang menilai “Baik” sebanyak 32 orang dan yang menilai “Cukup Baik” sebanyak 1 orang.

h) Perlengkapan yang Komplit

Konsumen/penghuni perumahan yang menilai bahwa rumah memiliki perlengkapan yang komplit “sangat Baik” sebanyak 4 orang, yang menilai “Baik” sebanyak 35 orang dan yang menilai “Cukup Baik” sebanyak 1 orang.

i) Pegawai Menarik

Konsumen/penghuni perumahan yang menilai bahwa pegawai menarik “sangat Baik” sebanyak 0 orang, yang menilai “Baik” sebanyak 39 orang dan yang menilai “Cukup Baik” sebanyak 1 orang.

j) Sarana Komunikasi

Konsumen/penghuni perumahan yang menilai bahwa sarana komunikasi “sangat Baik” sebanyak 7 orang, yang menilai “Baik” sebanyak 33 orang.

k) Konsistensi dari Penampilan Pelayanan dan Keandalan Pelayanan

Konsumen/penghuni perumahan yang menilai bahwa konsistensi dari penampilan pelayanan dan keandalan pelayanan “sangat Baik” sebanyak 3 orang, yang menilai “Baik” sebanyak 37 orang.

l) Ketidaksesuaian Jasa, yaitu Penyimpangan dari Tingkat Sasaran Performansi

Konsumen/penghuni perumahan yang menilai bahwa kesesuaian jasa, yaitu kesamaan dari tingkat sasaran performansi “sangat Baik” sebanyak 1 orang, yang menilai “Baik” sebanyak 39 orang.

4.3. Importance Performance Analysis (IPA)

Setelah melakukan perhitungan atas tingkat harapan dan tingkat kinerja pengembang perumahan atas indikator yang diukur, maka dapat pula ditentukan Tingkat Kepuasan penghuni perumahan atas indikator tersebut. Tingkat kepuasan penghuni perumahan dapat dilihat dari nilai rata-rata kinerja (\bar{X}) yang dilakukan oleh PT Kini Jaya.

4.3.1. Diagram Kartesius

Untuk dapat melihat posisi penempatan data yang telah dianalisa tersebut, maka dapat dibagi menjadi empat bagian, yaitu:

Kuadran A menunjukkan, bahwa unsur - unsur jasa yang sangat baik bagi pelanggan, tetapi pihak perusahaan belum melaksanakan sesuai dengan keinginan pelanggan, sehingga menimbulkan kekecewaan rasa tidak puas.

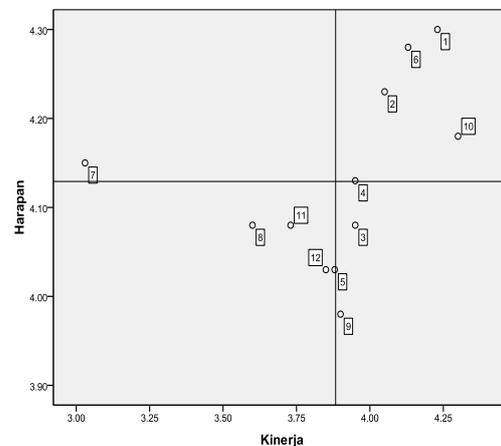
Kuadran B menunjukkan, bahwa unsur - unsur jasa pokok yang dianggap Baik oleh pelanggan telah dilaksanakan dengan baik dan dapat memuaskan pelanggan, maka kini kewajiban dari perusahaan adalah mempertahankan kinerjanya.

Kuadran C menunjukkan, bahwa unsur - unsur yang memang dianggap kurang Baik oleh pelanggan di mana sebaiknya perusahaan menjalankannya secara sedang saja.

Kuadran D menunjukkan, bahwa unsur - unsur jasa yang dianggap kurang Baik, tetapi telah dijalankan dengan sangat baik oleh pihak perusahaan/sangat memuaskan. Hal ini dianggap berlebihan dan kurang sesuai dengan tingkat keBaikan yang diharapkan oleh pelanggan.

A. Diagram Kartesius Dimensi Penampilan Fisik (Tangible)

Setelah dilakukan perhitungan tingkat kesesuaian terhadap harapan pelanggan dan kinerja PT Kini Jaya atas dimensi penampilan fisik maka nilai - nilai tersebut dapat dipetakan kedalam diagram kartesius berikut ini.



Gambar 1 Diagram Kartesius Pembagian Kuadran Tingkat Kepuasan Pelanggan atas Dimensi Penampilan Fisik (Tangible) di Perumahan Bella Vista Semarang

Adapun interpretasi dari diagram kartesius diatas adalah sebagai berikut :

• Kuadran A

Menunjukkan faktor - faktor atau indikator - indikator yang mempengaruhi kepuasan pelanggan atau penghuni perumahan Bella Vista Semarang yang berada dalam kuadran ini dan penanganannya perlu diprioritaskan oleh pengembang (PT Kini Jaya),

karena keberadaan indikator - indikator inilah yang dinilai sangat Baik oleh pelanggan, sedangkan tingkat pelaksanaannya masih belum memuaskan.

Indikator - indikator yang termasuk di kuadran ini adalah adanya ketersediaan fasilitas fisik (3,03;4,15)

• Kuadran B

Menunjukkan indicator - indikator yang mempengaruhi kepuasan pelanggan atau penghuni perumahan Bella Vista Semarang yang berada dalam kuadran ini perlu dipertahankan, karena pada umumnya tingkat pelaksanaannya telah sesuai dengan harapan pelanggan, sehingga dapat memuaskan pelanggan. Indikator - indikator yang termasuk di kuadran ini adalah:

- Konstruksi bangunan rumah kuat dan awet (4,23;4,30)
- Sudah memenuhi kriteria standar bangunan (4,05;4,23)
- Memenuhi kriteria rumah sehat (3,95;4,13)
- Bangunan masih bisa dikembangkan (4,13;4,28)
- Sarana komunikasi (4,30;4,18)

• Kuadran C

Menunjukkan bahwa indikator - indikator yang mempengaruhi kepuasan pelanggan atau penghuni perumahan Bella Vista Semarang yang berada dalam kuadran ini dinilai masih dianggap kurang Baik bagi pelanggan, sedangkan kualitas pelaksanaannya biasa atau cukup saja. Indikator - indikator yang termasuk di kuadran ini adalah:

- Komposisi ruang baik (3,88;4,03)
- Perlengkapan yang komplit (3,60;4,08)
- Konsistensi dari penampilan pelayanan dan keandalan pelayanan (3,73;4,08)
- Ketidaksesuaian jasa, yaitu penyimpangan dari tingkat sasaran performansi (3,85; 4,03)

• Kuadran D

Menunjukkan bahwa indikator - indikator yang mempengaruhi kepuasan pelanggan atau penghuni perumahan Bella Vista Semarang yang berada dalam kuadran ini dinilai berlebihan dalam pelaksanaannya, hal ini terutama disebabkan karena pelanggan menganggap tidak terlalu Baik terhadap adanya indikator tersebut, akan tetapi pelaksanaannya dilakukan dengan baik sekali oleh PT Kini Jaya, sehingga sangat memuaskan, akan tetapi menjadi lebih mahal atau menimbulkan cost. Indikator yang tergolong pada kuadran ini adalah:

- Bentuk bangunan rumah mempunyai nilai keindahan (3,95;4,08)
- Pegawai menarik (3,90;3,98)

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan uraian dan analisis yang telah dikemukakan pada bab-bab terdahulu, maka hasil penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

- Secara umum pelanggan atau penghuni perumahan Bella Vista Semarang sudah cukup puas dengan kondisi dan kualitas pelayanan saat ini. Hal ini ditunjukkan dengan tingginya nilai kinerja yaitu :
 - aspek penampilan fisik (tangible) 74 % responden menilai baik.
 - aspek kehandalan (reliability) 67 % responden menilai cukup baik.
 - aspek tanggapan (responsiveness) 61 % responden menilai baik.
 - aspek kepastian (assurance) 92 % responden menilai baik.
 - aspek empati (emphaty) 81 % responden menilai baik.
- Tingkat kepuasan konsumen perumahan terhadap kualitas pelayanan perumahan Bella Vista Semarang dalam dimensi penampilan fisik sebesar 3,88 %, menunjukkan konsumen merasa puas dengan tingkat kinerja developer.
- Sebesar 8,3% tingkat kepuasan pelanggan berada pada kuadran A yang artinya bahwa pihak pengembang belum memberikan kinerja pelayanan yang diharapkan padahal sangat penting menurut pelanggan sehingga harus menjadi titik fokus dalam meningkatkan kinerja dimasa mendatang.
- Faktor yang harus dipertahankan dan ditingkatkan dari kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan konsumen perumahan Bella Vista Semarang :
 - Sebesar 16,6 % berada pada kuadran D, hal ini menunjukkan kinerja yang diberikan pengembang sangat baik sesuai dengan tingkat kepuasan yang menjadi harapan pelanggan sehingga perlu dipertahankan.
 - Sebesar 41,6 % berada pada kuadran B, hal ini menunjukkan kinerja yang diberikan pengembang cukup baik sesuai dengan tingkat kepuasan yang menjadi harapan pelanggan dan perlu ditingkatkan lagi.

- Faktor yang harus diperbaiki dari kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan konsumen perumahan Bella Vista Semarang:

- Sebesar 8,3 % berada pada kuadran A, hal ini menunjukkan kinerja yang diberikan pengembang tidak baik dan tidak sesuai dengan harapan pelanggan dan perlu diperbaiki.

5.2. Saran

Beberapa saran yang diberikan kepada pihak pengembang dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut ini:

Pengembang perumahan harus lebih memperhatikan lagi aspek penampilan fisik (tangible) yaitu seputar ketersediaan fasilitas fisik perumahan. Hal ini didukung data bahwa sebanyak 8,3% kinerja pengembang tidak sesuai dengan harapan pelanggan.

Selain itu pengembang harus lebih proporsional dalam memberikan layanan kepada pelanggan sesuai dengan tingkat kepentingan dan harapan dengan kinerjanya. Sebanyak 16,6 % tingkat kepuasan pelanggan merasa bahwa sebenarnya indikator-indikator yang mempengaruhi kepuasan pelanggan tidak terlalu penting namun kinerja yang diberikan sangat baik sekali sehingga terkesan berlebihan, sehingga boleh jadi kinerja tersebut mempengaruhi tingginya harga perumahan. Sebaiknya pihak pengembang bisa mengurangi pelayanan ini jika memang bisa menurunkan variabel harga sehingga tidak membebankan para calon pembeli perumahan.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Ahire, L Sanjay, Damodar Y Golhar, Matthew A Waller, 1996, "Development and Validation of TQM Implementation Constructs," Decision Sciences, Vol. 27.
- Alfiah Kustanti Katini (2014) dengan judul Analisis Kepuasan Penumpang terhadap Kualitas

Pelayanan Mobil Penumpang Umum Kota Kendari

- Budihardjo, Eko, 1994, *Pervikan Masalah Arsitektur, Perumahan Perkotaan*. Yogyakarta : Gajah Mada University Press.
- Departemen Pekerjaan Umum, 1987, Petunjuk Perencanaan Kawasan Perumahan Kota, Yayasan Badan Penerbit PU.
- Desi, Ayu Indrawati. 2013. Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis, dan Kewirausahaan Vol. 7, No. 2, Agustus 2013: *Pengaruh Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan dan Kepuasan Pelanggan pada Rumah Sakit Swasta Di Kota Denpasar*.
- Frick, Heinz dan Tri HestiMulyani. 2002. *Arsitektur Ekologis, Konsep arsitektur ekologis pada iklim tropis, penghijauan kota dan kota ekologis, serta energy terbarukan*. Semarang: Kanisius dan Soegijapranata University Press
- Frick, Heinz. 2002. *Membangun dan Menghuni Rumah di Lerengan*. Jogjakarta:
- Gaspersz, Vincent, 1997, *Manajemen Kualitas Dalam Industri Jasa*, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Husni. Tesis (2008). *Analisis Kualitas Perumahan Nasional Ditinjau dari Persyaratan dan Kepuasan Pelanggan*
- Kotler, Philip, 1997. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta, Prenhallindo
- Kotler, Philip. 2000. *Marketing Management: Edisi Milenium, International Edition*. Prentice Hall International, Inc, New Jersey
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*, terj : Hendra Teguh dan Ronny Antonius Rusly, Edisi 9, Jilid 1 dan 2, PT Prenhalindo, Jakarta.