



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi *Public Relations*
Muhamad Fakhruozy
44213120131

Pengaruh Pelayanan *Tenant Relations* Terhadap Kepuasan Tenant (Survei Pada Tenant Apartemen Verde Jakarta)

Jumlah halaman: xix + 132 halaman + 7 lampiran

Bibliografi: 15 acuan, Tahun 2002 - 2016

ABSTRAK

Apartemen Verde adalah kompleks huni bertingkat di Jakarta yang nyaman, aman, berkelas premium dan mempunyai lokasi yang cukup strategis. Berlokasi di Jl. H. Cokong Kav C-6 Setiabudi, Jakarta Selatan. Apartemen ini terdiri dari tiga tower yakni tower Utara & Selatan yang masing-masing terdiri dari 18 lantai, dan tower Timur yang terdiri atas 36 lantai. Salah satu yang melakukan pelayanan di perusahaan properti atau dalam hal ini Apartemen Verde adalah seorang *Tenant Relations Officer*. Jabatan tersebut bertujuan untuk menangani dan menindaklanjuti keluhan atau permintaan dari Tenant dan memberikan pelayanan yang terbaik kepada Tenant guna tercapainya standar pelayanan yang optimal dan sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan. Topik tersebut penting untuk diteliti karena konsep kualitas pelayanan telah menjadi *credo universal* dan telah menjadi faktor yang sangat dominan terhadap keberhasilan organisasi. Pada dasarnya kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima (*perceived services*) dengan tingkat pelayanan yang diharapkan (*expected services*).

Peneliti memiliki ketertarikan untuk meneliti mengenai *tenant relations* adalah karena jabatan atau pekerjaan tersebut erat kaitannya dengan seorang *Public Relations Officer* dan juga memiliki peran yang penting dalam menciptakan citra baik perusahaan. *Tenant Relations* di Apartemen berbeda dengan seorang *Customer Relations*, letaknya perbedaannya adalah pada fungsi dan tugas serta tanggung jawabnya. Seorang *Tenant Relations* lebih menitikberatkan pada bagaimana menjadi seorang komunikator yang baik pada tenant (penghuni) apartemen, menjalin hubungan yang baik dan saling menguntungkan dengan tenant, menjadi pendukung atau *back up management* dalam fungsi manajemen perusahaan, dan yang terpenting adalah bagaimana memperlakukan atau dalam hal ini memberi pelayanan untuk para penghuni apartemen dengan maksimal agar mereka merasa betah tinggal di unit apartemen. Sementara *Customer Relations* lebih kepada menjalin hubungan pada pelanggan yang menggunakan produk atau jasa yang ada di suatu perusahaan. Memberikan informasi kepada pelanggan hanya sesuai dengan apa yang dibutuhkan atau ditanyakan saja, berfokus pada pembangunan jangka panjang dan hubungan konsumen berkelanjutan yang dapat memberikan nilai tambah bagi pelanggan

maupun perusahaan. Kemudian *customer service* adalah integrasi dari sales dan marketing, semakin canggih sistem *customer relationship* yang digunakan maka bisa dikatakan semakin menguntungkan bagi perusahaan untuk menciptakan efisiensi baik yang timbul dari terpangkasnya masalah suplai atau lini distribusi produk perusahaan di pasar.

Penelitian ini menggunakan teori kualitas layanan dalam Jusuf Suit & Almasdi yang menyimpulkan bahwa terdapat 5 dimensi kualitas layanan yaitu *tangibles, reliability, responsiveness, assurance* dan *empathy*. Kemudian teori tentang kepuasan pelanggan oleh Kotler dan Keller yang dikutip oleh Nasution mengemukakan bahwa kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau hasil terhadap ekspektasi mereka.

Tipe penelitian ini adalah bersifat eksplanatif yang artinya adanya pengaruh atau suatu hubungan antar variabel. Menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan metode yang digunakan adalah metode survei. Peneliti mengumpulkan data dengan membagikan kuesioner kepada 69 responden. Teknik sampling yang digunakan adalah *Non Probability Sampling* dengan rumus Slovin.

Dari hasil uji regresi linear sederhana didapatkan persamaan $Y = -0,536 + 0,590X$, sedangkan dari hasil uji koefisien determinasi didapatkan angka sebesar 70,3%. Angka ini berarti pelayanan *Tenant Relations* memiliki pengaruh yang besar terhadap kepuasan tenant Apartemen Verde Jakarta. Dari hasil uji t hitung didapatkan nilai t hitung sebesar 12,587, angka tersebut lebih besar dari nilai t tabel yaitu 1,667 yang berarti terdapat pengaruh pelayanan *Tenant Relations* terhadap kepuasan tenant Apartemen Verde Jakarta.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan, *Tenant Relations*





MERCU BUANA

*Mercu Buana University
Faculty of Communication
Field of Study Public Relations
Muhamad Fakhrurozy
44213120131*

The Effect of Tenant Relations Service to Tenant Satisfaction (Survey on Tenant Verde Apartment Jakarta)

Total of Pages: xix + 132 pages + 7 attachments

Bibliography: 15 references, year of 2002 – 2016

Verde Apartment is a multi-story complex in Jakarta that is comfortable, safe, premium class and has a strategic location. Located on Jl. H. Cokong Kav C-6 Setiabudi, South Jakarta. This apartment consists of three towers namely North & South towers each consisting of 18 floors, and East tower consisting of 36 floors. One who carries out a service at a property company or in this case Verde Apartment is a Tenant Relations Officer. The position aims to handle and follow up on complaints or requests from Tenant and provide the best service to Tenant in order to achieve optimal service standards and in accordance with established procedures. This topic is important to examine because the concept of service quality has become a universal credo and has become a very dominant factor on organizational success. Basically the quality of service is a form of consumer assessment of the level of service received (perceived services) with the level of service expected (expected services).

Researchers have an interest to research on tenant relations is because the job or position is closely related to a Public Relations Officer and also has an important role in creating a good image of the company. Tenant Relations in the Apartment is different from a Customer Relations, the difference is in the function and duties and responsibilities. A Tenant Relations focuses more on how to be a good communicator on apartment tenants, establishing good and mutually beneficial relationships with tenants, supporting or backing up management in corporate management functions, and most importantly how to treat or in this case provide services to the residents of the apartment with the maximum so that they feel at home in the apartment unit. While Customer Relations more to establish relationships on customers who use products or services that exist in a company. Providing information to customers only in accordance with what is needed or asked only, focusing on long-term development and sustainable customer relationships that can provide added value to customers and companies. Then customer service is the integration of sales and marketing, the more sophisticated customer relationship system used it can be said more profitable for the company to create good efficiency arising from terpangkasnya supply problems or line of product distribution company in the market.

This study uses service quality theory in Jusuf Suit & Almasdi which concluded that there are 5 dimensions of service quality that is tangibles, reliability, responsiveness, assurance and empathy. Then the theory of customer satisfaction by Kotler and Keller cited by Nasution argued that satisfaction is a

feeling of pleasure or disappointment of someone who arises because it compares perceived performance of products or results to their expectations.

This type of research is explanatory which means the influence or a relationship between variables. Using a quantitative approach, the method used is survey method. Researchers collected data by distributing questionnaires to 69 respondents. Sampling technique used is Non Probability Sampling with Slovin formula.

From the results of simple linear regression test obtained equation $Y = -0.536 + 0,590X$, while the results of determination coefficient test obtained figure of 70.3%. This figure means Tenant Relations service has a big influence on the satisfaction of tenant of Verde Verde Jakarta. From the test results t arithmetic t obtained value of 12,587, the number is greater than the value of t table is 1.667 which means there is influence Tenant Relations service to satisfaction Tenant Apartments Verde Jakarta

Key Words: Quality of Service, Satisfaction, Tenant Relations

