

HUBUNGAN PELAYANAN P.T JAKARTA PROPETINDO,Tbk

TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN

JAKARTA

2008

SKRIPSI

Program Studi Manajemen

Disusun Oleh :

N a m a : Wachid Saputra

N I M : 03101-260



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

JAKARTA

2008

HUBUNGAN PELAYANAN P.T JAKARTA PROPETINDO,Tbk

TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh

Gelar SARJANA EKONOMI

Program Studi Manajemen

Disusun Oleh :

N a m a : Wachid Saputra

N I M : 03101-260



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

JAKARTA

2008

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : WACHID SAPUTRA
Nim : 03101 –260
NIRM : 03101 --260
Program Study : MANAJEMEN (S1)
Judul Skripsi : HUBUNGAN PELAYANAN P.T JAKARTA
PROPETINDO Tbk TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN
Tanggal Ujian Skripsi :

Disahkan Oleh :

Pembimbing

(R. M. RASYID SE.ME)

Tanggal:

Dekan,

Ketua Jurusan Manajemen Akuntansi

(Drs. Hadri Mulya, Msi)

Tanggal :

(Tafiprios, SE, MM)

Tanggal

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah, puji & syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul : “ **HUBUNGAN PELAYANAN P.T JAKARTA PROPETINDO, Tbk TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN.** Penulisan skripsi ini adalah salah satu bentuk dari karya ilmiah yang pada dasarnya merupakan syarat mutlak untuk meraih gelar Sarjana Strata Satu khususnya jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana . oleh karena itu, dalam penulisannya memerlukan kesungguhan, kecermatan, dan wawasan yang cukup sehingga dapat mengaplikasikan kemampuan dalam mengembangkan teori-teori yang telah diperoleh selama perkuliahan dan sekaligus dapat menerapkannya dalam praktek.

Dalam melakukan penulisan skripsi ini, penulis menyadari besarnya bantuan dan bimbingan yang diberikan oleh beberapa pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat-Nya dan kekuatan jasmani dan rohani, memberi cinta-Nya tanpa batas dan tanpa henti-hentinya sehingga dapat terselesaikan tugas akhir ini.

2. Kepada Junjungan Baginda Nabi Besar Muhammad Saw beserta para sahabat dan pengikutnya yang setia terhadap ajaran dan ajakan beliau
3. Bapak H. Probosutedjo, selaku Ketua Yayasan Menara Bhakti Universitas Mercu Buana, Jakarta.
4. Bapak Dr. Ir. Suharyadi, Misi, selaku Rektor Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana, Jakarta.
5. Bapak Drs. Hadri Mulya, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana, Jakarta.
6. Bapak Tafiprios, SE. MM. Selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Mercu Buana, Jakarta.
7. Bapak R. M Rasyid SE. ME. Selaku Ketua Pembimbing Skripsi yang banyak memberikan waktu, saran, serta bimbingan kepada penulis selama penyusunan skripsi ini.
8. Bapak Nur. Selaku Humas pada P.T Jakarta Propetindo. Tbk. Dan beserta karyawannya, yang telah membantu penulis dalam memberikan data serta informasi yang dibutuhkan.
9. Seluruh karyawan P.T. Jakarta Propetindo. Tbk. Yang telah membantu meluangkan waktu dan tenagannya kepada penulis selama penelitian dan pengumpulan data.
10. Bapak Taslim dan Ibuku Siti Azizah Masih tersayang, tercinta, dan terbaik yang telah memberikan doa, perhatian, dorongan, semangat, dan dukungan baik itu moril maupun materil kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

11. Untuk adikku Mahmud dan Nandar, serta keponakanku Devi, Rangga, terima kasih atas bantuan dan dukungannya.
12. Tunanganku Liza Ariyanti Asmun, yang serta mendampingi dari awal hingga terselesainya tugas akhir si penulis.
13. Sahabat-sahabatku yang baik : Jefri Pranata { Best Friend sependarita dan sepenanggungan }, dedi Irawan { juragan }, Devi { si selond }, syahrul. H/aung {yang nyediain komputer dan yang punya man-Dhor}, Wahid dan lisa, Dewi, Dhita, Lala, Khoiruddin, Opang, Mursan, Joel, Amak, satpam, udin jablay,. Yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terima kasih atas dukungan dan bantuannya selama ini.
14. Untuk anak Kebon Kelapa : Nandar, Kondor, Mandra, Rudy, Mamat, komet, dll terima kasih atas dukungannya.
15. Untuk anak Bengkel KRMS : Q-pong, Dedy, Teblek, Dedi, Ubay, Marky, Toyang, srie, dll. Dan wilayah sekitarnya terima kasih atas dukungannya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir.
16. Semua pihak yang tidak bisa satu per satu yang secara langsung dan tidak langsung ikut membantu penulis menyusun tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran agar tercapainya pola pemikiran dan penyusunan yang lebih baik lagi.

Akhir kata, semoga Allah SWT memberikan Hidayah-nya kepada kita semua pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi

ini. Penulis juga mengharapkan semoga skripsi ini berguna bagi penulis khususnya dan juga bagi pembaca pada umumnya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Jakarta, Januari 2008

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR	
JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar belakang Penelitian.....	1
B. Perumusan Masalah.....	3
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	3
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Pengertian Pelayanan.....	5
B. Kepuasan Konsumen.....	6
C. Harapan Konsumen.....	11
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	

A. Gambaran Umum	
Perusahaan.....	18
1. lokasi Penelitian.....	18
2. Sejarah P.T Jakarta Propetindo.....	18
3. Struktur Organisasi.....	19
3.1 Penampilan Fisik Apartemen Dan Fasilitas	
Pendukung.....	22
B. Metode Penelitian.....	29
C. Definisi Operasional variabel.....	29
D. Varibel Penelitian.....	30
E. Sampel dan Populasi Penelitian.....	31
F. Metode Pengumpulan data.....	32
G. Metode Analisa Data.....	
H. Hipotesis.....	

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Analisis Karakteristik Responden.....	34
B. Hubungan Pelayanan Perusahaan Terhadap kepuasan	
Konsumen.....	35

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.....	51
B. Saran-saran.....	52

LAMPIRAN

KUESIONER

KORELASIONAL ANALISIS

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

SURAT KETERANGAN RISET

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel

- | | |
|-----------|-------------------------|
| Tabel 4.1 | Karakteristik responden |
| Tabel 4.2 | Pelayanan pengelola |
| Tabel 4.3 | Kepuasan konsumen. |

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

1. Lampiran Korelsional
2. Daftar Kuesioner
3. Struktur Organisasi
4. Daftar Riwayat Hidup
5. Surat Keterangan Riset
6. Daftar Pustaka

PENDAHULUAN

A. Latar belakang masalah

Seiring dengan kemajuan diberbagai aspek kehidupan masyarakat baik dalam bidang pendidikan, perekonomian yang lebih makmur, perubahan sosial budaya masyarakat serta perkembangan dibidang ilmu pengetahuan dan teknologi, maka perusahaan saat ini tidak hanya bergerak dalam pasar yang stabil, melainkan dalam antara saingan yang terus berubah, hukum baru, kebijaksanaan, turunnya kesetiaan pelanggan. Mereka terus berlomba, dan terus berharap bahwa mereka bergerak searah dengan keinginan masyarakat.

Pelanggan menjadi semakin kritis terhadap berbagai bentuk jasa pelayanan dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Mereka mengharapkan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan setidaknya tidaknya sama atau bahkan melebihi apa yang mereka harapkan.

Setiap organisasi atau perusahaan yang ingin berhasil dalam mencapai tujuannya akan berusaha untuk memperbaiki dan meningkatkan pelayanan baik kepada intern perusahaan maupun pihak ekstern perusahaan guna menunjang tujuan yang diinginkan. Cara atau usaha yang dilakukan oleh masing-masing perusahaan tidak sama. Hal ini terjadi karena perbedaan tujuan antara perusahaan yang satu dengan yang lain.

Dengan adanya umpan balik dari pihak konsumen, hasilnya dapat dijadikan masukan kepada perusahaan untuk menyusun langkah baru, yaitu:

perbaikan strategi marketing dalam hal jasa pelayanan kepada pelanggan. Jika perusahaan dapat melakukan pelayanan yang baik terhadap konsumennya dengan baik, maka pelayanan yang diberikan tersebut dapat dikatakan memenuhi selera konsumen atau dapat dikatakan pelayanan memiliki mutu yang baik di mata pengguna jasa perusahaan tersebut. Mutu pelayanan merupakan hal yang tidak dapat diabaikan oleh suatu lembaga ataupun perorangan dalam melaksanakan usahanya, khususnya dalam perusahaan yang harus memperhatikan mutu pelayanannya agar pengguna jasa tetap memilih perusahaan tersebut sebagai pilihannya.

Kepuasan pelanggan merupakan unsur mutlak paling dasar dari setiap kegiatan bisnis. Memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen merupakan kegiatan penting di dalam perusahaan dengan tujuan agar menyenangkan dan memuaskan konsumen. Keunggulan bersaing dalam pasar masa kini atau masa depan adalah untuk menciptakan kesetiaan pelanggan terpenuhi. Oleh karena itu perusahaan harus menyadari hal tersebut, yaitu dengan menciptakan kepuasan konsumen antara lain dengan peningkatan pelayanan terhadap para konsumen. Karena disadari bahwa seiring dengan pasar yang kompetitif dan berlimpah penawaran yang menggiurkan dari para pesaing dengan harga yang bersaing pula maka cara yang paling lengkap adalah dengan meningkatkan pelayanan untuk mencapai kesetiaan tersebut melalui kepuasan konsumen.

Sesuai dengan uraian diatas penulis tertarik untuk membahas sejauh mana kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak perusahaan sehingga dapat mempengaruhi perilaku konsumen. Dalam hal ini penulis memilih judul:

“HUBUNGAN PELAYANAN P.T JAKARTA PROPETINDO,Tbk DENGAN KEPUASAN KONSUMEN”

B. Perumusan Masalah

Perumusan masalah pada penelitian ini adalah:

“Bagaimana hubungan pelayanan P.T Jakarta Propetindo,Tbk dengan kepuasan konsumen”.

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan penelitian

Tujuan dilakukan penelitian ini adalah:

“Untuk mengetahui hubungan pelayanan P.T Jakarta Propetindo,Tbk dengan kepuasan konsumen”.

2. Kegunaan Penelitian

- a. Bagi mahasiswa, penelitian ini akan menambah pengetahuan dan dapat dipakai sebagai sarana untuk menerapkan teori yang diperoleh di bangku kuliah yang nyata terjadi dilapangan.
- b. Bagi perusahaan jasa, penelitian ini dapat dijadikan masukan berupa sumbangan pemikiran yang mungkin bermanfaat dalam mengevaluasi pelaksanaan hubungan pelayanan sebuah perusahaan jasa agar mendapatkan kepuasan dari konsumen.

- c. Bagi pihak lain, penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dan pembandingan, apabila ingin mempelajari masalah hubungan khususnya mengenai hal-hal yang berhubungan dengan kualitas jasa pelayanan dengan tingkat kepuasan konsumen.

BAB 11

LANDASAN TEORI

A. Pelayanan

Pengertian Pelayanan

Dalam perusahaan, jelas bahwa fokus utama perusahaan adalah konsumen, dalam hal ini konsumen hendaknya dianggap sebagai seorang raja yang harus diberikan pelayanan yang sebaik-baiknya oleh perusahaan.

Menurut Philip Kotler (2000:126) pengertian pelayanan adalah :

“Pelayanan dapat diartikan sebagai suatu aktivitas yang bermanfaat, yang dilakukan atau diberikan oleh satu atau beberapa pihak lain untuk dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan, yang pada dasarnya bersifat tidak akan menimbulkan kepemilikan apapun kepada pihak yang menerimanya”.

Perusahaan perlu membandingkan pelayanannya dengan pelayanan yang diberikan oleh pesaingnya, dalam kaitannya dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan.

1. Pengertian jasa

Ruang lingkup pemasaran tidak hanya mencakup pada hasil produk yang tangible saja, tetapi juga mencakup pada produk yang intangible seperti pada jasa pelayanan pada apartemen dengan semakin meningkatnya persaingan pada industri jasa khususnya pada pelayanan

terhadap setiap penghuni apartemen serta penyediaan fasilitas apartemen maka perlu penerapan ilmu pemasaran atas jasa tersebut.

Pada dasarnya jasa merupakan setiap tindakan atau perbuatan yang ditawarkan suatu pihak kepada orang lain, yang pada dasarnya intangible (tidak berwujud) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Produk jasa dapat berhubungan dengan produk fisik maupun tidak. Sifat-sifat jasa tersebut erat kaitanya dengan keempat karakteristik yang dimiliki oleh jasa, yang perlu dipertimbangan dalam merancang suatu program pemasaran.

Suatu jasa diklasifikan menjadi tujuh jenis, yaitu :

- a. Menurut segmen pasar, meliputi :
 - 1). Konsumen akhir, misalnya : salon kecantikan
 - 2). Konsumen organisasional, misalnya : konsultan manajemen
- b. Menurut tingkat keberwujudan, meliputi :
 - 1). Ranted good service, misalnya : penyewaan mobil
 - 2). Owned good service, misalnya : reparasi jam tangan
 - 3). Non good service, misalnya : pemandu wisata
- c. Menurut keterampilan peyedia jasa, meliputi :
 - 1). Profesional service, misalnya : dokter
 - 2). Non profesional service, misal : supir taksi
- d. Menurut tujuan organisasi jasa, meliputi :
 - 1). Profit service, misal : Bank
 - 2). Non profit service, misal : Yayasan sosial

e. Menurut regulasi, meliputi :

- 1). Regulated service, misal: angkutan umum.
- 2). Non regulated service, misal : Katering

f. Menurut intensitas karyawan, meliputi :

- 1). Equipment based service, misal : ATM
- 2). People based service, misal : Pelatih sepak bola

g. Menurut kontak penyedia jasa dan pelanggan, meliputi :

- 1). High contact service, misal : Universitas
- 2). Low contact service, misal : Bioskop

2. **Karakteristik Jasa**

Jasa memiliki empat karakteristik yang harus dipertimbangan dalam rancangan program pemasaran. Adapun keempat karakteristik tersebut, yaitu :

a. Tidak berwujud (*intangibility*)

Produk jasa yang tidak berwujud (yang tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, dicium atau didengar sebelum dibeli), sehingga pelanggan tidak dapat melihat manfaat dari jasa tersebut sebelum melakukan pembelian. Misalnya pasien operasi katarak mata, tidak dapat dibayangkan seberapa jauh manfaat operasi tersebut, ia menikmati sendiri. Dengan demikian tugas penyedia jasa adalah untuk “mengelola bukti” atau “menyatakan yang tidak nyata”. Sementara tenaga pemasaran produk ditantang untuk menambah ide-ide abstrak,

sementara tenaga pemasaran jasa ditantang untuk memberikan bukti fisik dan citra pada penawaran abstrak mereka.

b. Tidak dapat dipisahkan (*inseparability*)

Jasa pada umumnya dihasilkan dan dikonsumsi pada saat yang sama. Dimana penyedia dan pengguna jasa akan mempengaruhi jasa tersebut.

c. Tidak tahan lama (*Perishability*)

Jasa tidak dapat disimpan. Daya tahan jasa tidak akan menjadi masalah bila permintaan selalu ada dan mantap, karena menghasilkan jasa dimuka mudah.

d. Keragaman (*Variability*)

Jasa sangat beragam dan tergantung pada waktu, tempat dan orang yang menjanjikan. Akibat seseorang pengguna jasa harus menanyakan lebih dahulu kepada orang lain sebelum dapat memilih jasa yang diinginkannya.

3. Strategi pemasaran bagi perusahaan jasa

Pemasaran jasa tidak hanya memerlukan pemasaran eksternal tradisional 4p, tetapi dua pemasaran lainnya, yaitu : pemasaran internal (internal marketing) dan pemasaran interaktif (interactive marketing).

Pemasaran eksternal menggambarkan kerja normal yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempersiapkan , menentukan harga, mendistribusikan dan mempromosikan jasa tersebut kepada konsumen.

Pemasaran internal menggambarkan pekerja yang dilakukan perusahaan untuk melatih dan mendorong konsumen internalnya. Yaitu

karyawan penghubung konsumen dan karyawan pendukung pelayanan untuk berkerja sebagai tindakan agar dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan.

Karena jasa pada umumnya dalam kualitas pengalaman dan pekerjaan, konsumen merasakan resiko yang besar dalam pembelian mereka. Hal tersebut mengakibatkan beberapa konsekuensi. *Pertama*, konsumen biasanya lebih percaya kepada informasi dari mulut ke mulut dari pada iklan pelayanan perusahaan. *Kedua*, mereka sangat bergantung kepada harga, personal dan hal-hal fisik dalam menilai kualitas jasa. *Ketiga*, mereka akan merasa sangat loyal kepada penyedia jasa tertentu apabila mereka merasa puas.

4. Kriteria penentuan kualitas jasa

Pada dasarnya konsumen menggunakan kriteria penentu kualitas jasa yang sama, apapun jenisnya. Kriteria-kriteria jasa tersebut adalah :

a. *Akses*

Jasa tersebut mudah didapat pada tempat-tempat, waktu yang tepat tanpa banyak menunggu.

b. *Komunikasi*

Jasa tersebut dijelaskan dengan tepat sesuai dengan bahasa konsumen.

c. *Kompetensi*

Para karyawan memiliki keahlian dan pengetahuan yang diperlukan.

d. *Kesopanan*

Para pegawai harus ramah, cepat tanggap dan tenang.

f. *Keandalan*

Jasa yang diberi secara konsisten dan tepat.

g. *Responsife*

Pelayanan atau respon yang tepat dan kreatif terhadap permintaan atau permasalahan yang dihadapi konsumen.

h. *Keamanan*

Jasa yang diberikan bebas dari bahaya, resiko dan keraguan.

i. *Nyata*

Bagian-bagian dari jasa yang berbentuk fisik benar-benar mencerminkan kualitas jasa tersebut.

j. Karyawan benar-benar membuat usaha untuk memahami kebutuhan konsumen dan memberikan perhatian secara individual.

B. Kepuasan konsumen

Seperti yang telah jelas diatas, pengertian umum tentang kepuasan konsumen atau ketidakpuasan konsumen adalah hasil dari perbedaan antara harapan (*expectation*) dengan kinerja yang dirasakan (*percieved performance*), (*Fandy Tjiptono 1996 : 47*). Sedangkan Philip Kotler berpendapat bahwa “Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang dirasakan dengan harapannya (*Philip Kotler 2000 : 52*)”.

Kepuasan tidak hanya dapat diukur sebab banyak konsumen yang hanya puas mudah untuk berubah pikiran bila mendapat penawaran yang lebih baik dan kepuasan atau ketidakpuasan merupakan evaluasi dari emosi dari

setiap individu. Oleh karena itu ketidakpuasan bukan hal yang mutlak selalu dapat melakukan penyempurnaan yang lebih intensif dengan berbagai strategi yang dimiliki oleh perusahaan.

Dengan demikian walaupun sulit untuk mengukur kepuasan atau ketidakpuasan setidaknya perusahaan memiliki strategi menyangkut pada kepuasan melalui penyusunan strategi perusahaan untuk mempertahankan dan meningkatkan daya saing yang berkelanjutan dimasa yang akan datang.

Fandy Tjitono {1996:70} mengemukakan lima unsur dalam memuaskan konsumen, yaitu:

1. *Reability*

Dalam hal ini mencakup kemampuan perusahaan memberikan apa yang telah dijanjikan.

2. *Responsiveness*

Seberapa tanggapan perusahaan terhadap suatu persoalan yang timbul pada konsumen.

3. *Assurance*

Merupakan hal yang terpenting dalam kepuasan konsumen sehingga para anggota organisasi dituntut mempunyai kompetensi dan keramahan yang dapat memberikan rasa aman sehingga tercapai kredibilitas.

4. *Empaty*

Sejauh mana perusahaan dapat masuk kehati konsumen. Untuk mencapai hal tersebut, harus ada akses yang mudah, komunikasi yang lancar dan keinginan untuk mengerti konsumen.

5. *Tangible*

Yaitu seluruh penampilan fisik dari seluruh pemberi pelayanan mulai dari bangunan, interior ruang kantor, penggunaan peralatan yang canggih.

C. HARAPAN KONSUMEN

Harapan pelanggan dibentuk dan didasarkan oleh berbagai faktor, diantaranya pengalaman berbelanja dimasa lampau, opini teman dan kerabat serta informasi dan janji-janji perusahaan kepada pesaing. Faktor tersebutlah yang menyebabkan harapan seseorang biasa-biasa saja atau sangat kompleks. Tidak semua harapan konsumen dapat terpenuhi. Ada beberapa penyebab utama tidak terpenuhinya harapan konsumen, yaitu :

1. Konsumen keliru mengkomunikasikan jasa yang diinginkan
2. Konsumen keliru menafsirkan signal
3. Kinerja perusahaan jasa yang buruk
4. Miskomunikasi dari mulut-kemulut
5. Miskomunikasi penyedia jasa dengan pesaing

Sebelum menggunakan suatu jasa biasanya konsumen memiliki gambaran tentang apa yang akan dialaminya akan jasa yang akan digunakannya yaitu :

1. Jasa ideal
2. Jasa yangantisipasi atau diharapkan
3. Jasa yang selayaknya diterima (*deserved*)
4. Jasa minim yang dapat ditoleransi (*minimum toleravle*)

Apabila jasa minimum yang dapat ditoleransi diharapkan, lalu yang terjadi sama atau bahkan melebihi harapan tersebut maka akan timbul kepuasan, sebaliknya bila yang diharapkan jasa ideal, maka jika akan terjadi kurang dari harapan tersebut maka yang terjadi adalah ketidakpuasan.

Konsumen terkadang memandang apa yang layak ia terima, meskipun itu beda ditingkat yang paling rendah. Keyakinan konsumen yang kuat terhadap apa yang seharusnya ia terima disebabkan oleh dua faktor, yaitu

1. Jaminan yang diberikan penyedia jasa.
2. Pemakaian jasa sebelumnya

Kedua faktor ini berpengaruh terhadap harapan konsumen yang kemudian akan dapat meningkatkan ketidakpuasan apabila jasa yang disampaikan tidak memenuhi harapan.

Harapan pelanggan memiliki peranan yang besar sebagai standar perbandingan dengan evaluasi kualitas maupun kepuasan. Cara-cara yang dapat ditempuh oleh pemasaran jasa untuk mempengaruhi harapan konsumen adalah :

a. Endurung Service Intensive

Merupakan faktor yang bersifat stabil dan mendorong konsumen untuk meningkatkan sensitifitasnya terhadap jasa. Faktor ini meliputi harapan yang disebabkan oleh orang lain dan filosofi seseorang terhadap jasa. Seorang pelanggan akan memharapkan bahwa juga seharusnya melayani dengan baik apabila konsumen lain juga dilayani dengan baik oleh penyedia jasa.

b. Personal Need

Kebutuhan yang dirasakan oleh seseorang mendasar bagi kesejahteraannya juga menentukan harapannya. Kebutuhan tersebut meliputi kebutuhan fisik, sosial dan psikologis.

c. Fransitory Service Intensifiers

Merupakan faktor individual yang bersifat sementara (jangka pendek) yang meningkatkan intensifitas konsumen terhadap jasa, faktor ini meliputi:

- 1). Situasi pada saat konsumen membutuhkan jasa dan ingin penyedia jasa dapat membantunya.
- 2). Jasa terakhir yang dikonsumsi agar dapat menjadi acuan untuk menentukan baik buruknya jasa berikutnya.

d. Perceived Service Alternatives

Merupakan persepsi konsumen terhadap tingkah laku atau derajat pelayanan perusahaan lain yang sejenis. Jika konsumen memiliki beberapa alternatif, maka harapan terhadap suatu jasa akan semakin besar.

e. Self Perceived Service Role

Adalah persepsi terhadap tingkat atau derajat keterlibatannya dalam mempengaruhi jasa yang diterimanya. Apabila konsumen terlibat dalam penyampaian jasa dan jasa yang terjadi tidak terjadi begitu baik, maka pelanggan tidak bisa menimpakan kesalahan seluruhnya kepada penyedia jasa.

f. Explesit Service Promises

Merupakan pernyataan (secara personal atau non personal) oleh organisasi tentang jasanya kepada konsumen. Janji itu bisa berupa iklan, personal selling atau komunikasi dengan karyawan organisasi tersebut.

g. Situasional Faktor

Terhadap segala kemungkinan yang dapat mempengaruhi kinerja jasa, yang berada diluar kendala penyedia jasa.

H. Implicut Service Promises

Faktor ini menyangkut petunjuk yang berkaitan dengan jasa, yang memberikan kesimpulan kepada konsumen tentang bagaimana jasa yang seharusnya dan yang akan diberikan. Petunjuk yang diberikan gambaran jasa ini meliputi biaya untuk memperolehnya (harga) dan alat-alat pendukung jasanya. Konsumen biasanya menghubungkan harga dan peralatan (*tangible assets*) pendukung jasa dengan kualitas jasa. Contoh harga yang mahal dihubungkan dengan secara positif dengan kualitas yang tinggi.

i. Word of Month

Merupakan pernyataan (secara personal maupun non-personal) yang disampaikan oleh orang lain secara organisasi (*service provider*) kepada konsumen. Word of mounth biasanya cepat diterima oleh pelanggan karena menyampaikannya adalah mereka yang dapat mempercayainya.

j. Past Experience

Meliputi hal-hal yang telah mempelajari atau diketahui konsumen dari yang pernah diterimanya dimasa lalu. Harapan konsumen ini dari waktu ke waktu semakin berkembang

Menganalisis konsumen yang tidak puas, merancang sistem penanganan keluhan yang efisien dan syarat-syarat jaminan yang baik merupakan strategi yang cukup efektif untuk membangun kepuasan konsumen jika terjadi ketidakpuasan ada beberapa hal yang mungkin dapat dilakukan penghuni, yaitu :

1. Tidak melakukan apa-apa

konsumen yang tidak puas tidak melakukan komplain, tetapi mereka tidak akan menggunakan jasa perusahaan itu lagi.

2. Melakukan komplain

Ada beberapa hal faktor apakah seorang konsumen yang tidak puas akan melakukan komplain atau tidak, yaitu :

a. Derajat kepentingan konsumsi yang dilakukan

Hal ini menyangkut derajat pentingnya jasa yang dikonsumsi dan harga bagi konsumen , waktu yang diperlukan untuk konsumsi jasa. Apabila derajat kepentingan, biaya dan waktu yang dibutuhkan relatif tinggi maka besar kecenderungan bahwa konsumen akan melakukan komplain.

b. Tingkat ketidak puasan konsumen

Semakin tidak puasny konsumen maka semakin besar kemungkinannya melakukan komplain.

c. Manfaat yang diperoleh

Apabila manfaat yang diperoleh dari penyampaian komplain besar, maka semakin besar pula kemungkinan konsumen melakukan komplain.

d. Pengetahuan dan pengalaman

Hal ini meliputi jumlah pembelian (pemakaian jasa) sebelumnya, pemahaman akan jasa terhadap kemampuan sebagai konsumen dan pengalaman komplain sebelumnya.

e. Sikap konsumen terhadap keluhan

Konsumen yang bersikap positif terhadap penyampaian keluhan biasanya sering menyampaikan keluhan karena yakin akan manfaat positif yang akan diterimanya.

f. Tingkat kesulitan dalam memperoleh ganti rugi

Faktor ini mencakup waktu yang dibutuhkan, gangguan terhadap aktivitas rutin yang dijalankan, dan biaya yang dibutuhkan untuk melakukan komplain. Apabila tingkat kesulitannya tinggi, maka konsumen cenderung untuk tidak melakukan komplain.

g. Peluang keberhasilan dalam melakukan komplain

Bila peluang melakukan komplain kecil, maka ia tidak melakukannya.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Gambaran Umum

1. Lokasi Penelitian

Dalam rangka pembuatan skripsi ini, penulis berusaha mengumpulkan data secara lengkap dengan melakukan riset dan penelitian pada P.T. Jakarta Propetindo Pluit Kencana, Lantai 7 jalan Taman Pluit Kencana Selatan No.1, Jakarta Utara.

2. Sejarah P.T. Jakarta propetindo Tbk

P.T. Jakarta Propetindo dibangun dan dikembangkan diatas landasan yang kuat, tercermin dari visi dan misinya. P.T. Jakarta Propetindo telah dipercaya mengembangkan kawasan Modern Pluit, Kawasan terpadu Pulo Mas, Reklamasi Pantai, pembangun gedung perkantoran, apartemen, hingga berbagai fasilitas umum berskala kota.

P.T. Jakarta Propetindo adalah sub holding bagi BUMD bidang properti milik Pemerintah Provinsi DKI Jakarta. Status sub holding disandang sejak 15 Desember 2000 ketika P.T. Pembangun Pluit Jaya diubah menjadi P.T. Jakarta Propetindo.

Sedangkan P.T. Pembangunan Pluit Jaya didirikan september 1997 yang menerima aset-aset ex: Badan Pengelola Lingkungan (BPL)

Pluit.jadi berdiri dan eksisnya BUMD ini sebenarnya sudah melalui proses yang panjang dimulai sejak tahun 60-an.

P.T. Jakarta Propetindo dikelola secara profesional dengan berorientasi bisnis. Perusahaan ini memiliki pengalaman & landasan kuat dibidang properti, baik dari segi manajemen, aset dan sumber daya manusia yang handal, profesional dan berintegritas tinggi.

Selain berpengalaman dan terpercaya, Jakarta Propertindo juga tangguh karena didukung sepenuhnya oleh Pemerintah Provinsi DKI Jakarta, dan permodalan yang kuat.

3. Struktur Organisasi Perusahaan

Termasuk dalam jenis struktur organisasi garis dan staff, hal ini dapat dilihat dari adanya wewenang melalui tingkatan-tingkatan dalam organisasi dan tanggung jawab masing-masing tingkatan.

Struktur organisasi terdiri dari :

1. Komisaris

- Mengawasi kegiatan secara keseluruhan.
- Memberi nasehat-nasihat kepada pihak yang dibawahnya.

2. Direktur

Mengawasi mengkoordinasi kegiatan perusahaan, mengarahkan agar kegiatan perusahaan dilakukan dengan kebijakan yang ditetapkan.

3. Direktur operasional

Bertanggung jawab atas kegiatan operasional dan pengembangan perusahaan.

4. Direktur administrasi

Bertanggung jawab atas kegiatan dan keuangan memonitor dan mengontrolnya.

5. Internal audit korporasi

Memeriksa sistem dan prosedur yang dilaksanakan secara keakuratan data-data yang dibutuhkan oleh masing divisi yang terkait dengan perusahaan.

6. Perencanaan korporasi

Bertanggung jawab atas semua kegiatan perencanaan perusahaan.

7. Legal korporasi

mengurus masalah yang berkaitan dengan hukum seperti mengurus ijin bangunan, mengadakan kerjasama dengan pihak kontraktor (taslim).

8. Pengembangan korporasi

Bertanggung jawab atas pengembangan perusahaan.

9. Akuntansi dan sistem informasi

Bertanggung jawab atas kegiatan akuntansi dan sistem informasi korporasi.

10. Keuangan

Bertanggung jawab atas pencatatan penggolongan peringkasan dan penyajian lapangan keuangan perusahaan.

11. Sumber daya manusia

Bertanggung jawab atas pencatatan penggolongan peringkasan dan penyajian laporan keuangan perusahaan.

12. Seketariat

Bertanggung jawab atas kegiatan perekrutan karyawan dan peralatan perusahaan.

Ditengah suasana pasar yang semakin hiperkompetitif yang ditandai semakin banyaknya perusahaan sejenis yang menawarkan jasa dan pelayanan yang sama oleh karenanya, maka perusahaan yang dapat menciptakan kepuasan konsumen melalui peningkatan pelayanan secara terus menerus dan selalu menciptakan Kemitraan yang sehat dengan dasar kepercayaan.

Berorientasi bisnis untuk mewujudkan pengembangan yang menguntungkan dan ramah lingkungan dan dalam hal pelayanan yang dapat menciptakan kesetiaan pelanggan, sehingga dapat bertahan didalam pasar.

Pelayanan yang prima bersama-sama dengan kualitas yang menjadikan P.T. Jakarta Propetindo sebagai perusahaan propeti bertaraf internasional yang berwawasan lingkungan dan lingkungan melalui

pendekatan holistik, yang mengedepankan dibidang propeti dengan sumber daya manusia yang handal, profesional dan berintegritas tinggi.

3.1. Penampilan fisik apartemen dan fasilitas pendukung

Apartemen dapat dikatakan sebagai layaknya sebuah rumah hunian atau tempat tinggal, dimana setiap orang yang tinggal disana berhak atas rumahnya. Hanya bedanya sebuah apartemen bukan hanya menyediakan rumah susunya saja, tetapi sekaligus juga menyediakan sebuah lingkungan tempat tinggal yang baik bagi setiap penghuninya.

Dengan melihat demikian, boleh dikatakan bahwa Apartemen Pluit Kencana ini bergerak di bidang Manajemen Properti dimana Apartemen ini melaksanakan kegiatan dalam penarikan sewa gedung dan biaya pemeliharaan, renofasi dan konservasi (Service Charge dan Sinking Fund), melakukan perjanjian penjualan maupun penyewaan dengan para kontraktor . Untuk lebih jelasnya dapat diuraikan sebagai berikut :

a. Badan Pengelola Manajemen (Building Management)

Sebuah badan hukum yang ditunjuk oleh perhimpunan Penghuni Pluit Kencana Apartemen (PPPKA) berdasarkan AD/ART Perhimpunan bertindak untuk dan atas nama pengurus PPPKA melaksanakan pengelolaan atas Apartemen Pluit Kencana, baik

dalam kegiatan perencanaan, pengendalian dan operasional sesuai ketentuan yang di gariskan oleh Pengurus PPPKA.

b. Service Charge (Iuran Pengelolaan)

Adalah biaya yang dipungut dari para pemilik atau penghuni sesuai ketentuan yang ada serta digunakan untuk membiayai :

- 1) Operasi dan pemeliharaan dan bagian bersama, tanah bersama dan benda bersama (air, listrik, suku cadang, pemeliharaan pertamanan, dll).
- 2) Imbalan jasa (gaji dan tunjangan) seluruh staff dan karyawan Badan Pengelola Apartemen Pluit Kencana.
- 3) Operasional kantor dan kendaraan Badan Pengelolaan.
- 4) Asuransi gedung Apartemen Pluit Kencana.
- 5) Pembersihan dan perawatan Apartemen Pluit Kencana.
- 6) Pajak-pajak dan perizinan.
- 7) Biaya konsultan

Dimana iuran pengelolaannya adalah Luas Unit x Us \$ 2, dengan rata-rata Rp. 3.000,-.

c. Sinking Fund (dana cadangan)

Adalah dana cadangan untuk perbaikan atau pergantian dan renovasi peralatan mekanikal dan elektrikal gedung Apartemen Pluit Kencana yang sudah tidak layak pakai lagi. Untuk iuran dana cadangan adalah rata-rata Rp.3.000,.

d. Perjanjian Kontrak

Dalam hal ini Apartemen melakukan perjanjian kontrak dengan pihak yang ingin membeli atau penyewaan rumah susun yang ada pada Apartemen Pluit Kencana. Tetapi dalam hal sistem penjualan dan penyewaan rumah susun yang ada di Apartemen Pluit Kencana ini sifatnya second hand dari owner atau pembeli pertama dengan pemilik yang baru, Sedangkan untuk tiap penjualan, Apartemen memperoleh biaya manajemen sebesar 2% dan 5% untuk penyewaan.

4. Pelaksanaan Kegiatan Jasa Pelayanan

Pelayanan adalah segala sikap, perilaku, dan perbuatan yang disengaja untuk memenuhi kebutuhan para penghuninya selama tinggal di Apartemen Pluit Kencana. Maka kiranya Apartemen Pluit Kencana ini, selalu berusaha untuk memberikan pelayanan yang terbaik bagi para penghuninya.

Adapun jasa yang disediakan oleh apartemen Apartemen Pluit Kencana adalah sebagai berikut :

- a. Akomodasi**, berupa rumah susun yang tersedia sebanyak 164 unit kamar, terbagi menjadi 3 tower, dengan jenis klasifikasi unit sebagai berikut :

1) Townhouse

Merupakan unit satuan rumah susun yang memiliki 2 kamar tidur utama dan 1 kamar pembantu.

2) Penthouse

Unit ini adalah unit yang termegah dari keseluruhan jenis unit yang ada. Keistimewaannya adalah setiap unit penthouse memiliki ruangan yang lebih luas dan bertingkat dari pada unit lainya karena memiliki 4 buah kamar tidur utama setiap unitnya. Semua type tersebut dapat dilihat dengan jelas pada lampiran.

b. Eksterior dan Interior

Bagian eksterior dan interior Apartemen Pluit Kencana ini, terdiri dari furniture dengan desain dan gaya mediterania. Lantai memakai marmer dan keramik dengan kualitas superior, tangga dengan dekorasi indah, serambi dengan tiang-tiang kokoh, pot-pot bunga yang indah, air mancur dengan dekorasi tertentu, lampu-lampu taman bergaya eropa, taman yang dihiasi dengan rerumputan dan semak yang beraroma kehijauan dan memaparkan keindahan.

c. Jenis Pelayanan Yang tersedia.

Mengenai jenis pelayanan apa saja yang dapat di berikan . Berikut ini akan mengurangi pelayanan tersebut, diantaranya :

a) Tersedianya Lift dan Escalator

Pada umumnya fasilitas ini memang di sediakan pihak Apartemen kepada para penghuninya untuk kemudahan para penghuni yang ingin naik atau turun dari satu lantai ke lantai lain.

b) Fire Hydrant dan Springler

Fasilitas ini di sediakan untuk berjaga-jaga pada saat terjadinya kebakaran. Biasanya fasilitas ini di sediakan di setiap Satuan Rumah Susun dan tempat-tempat umum lainnya.

c) Air minum, gas, dan listrik

Persediaan air minum, gas dan listrik yang telah di sediakan Apartemen. Untuk memudahkan para penghuninya pembayaran dapat dilakukan kepada cashier Clerk tiap bulannya tanpa perlu repot membayar ke bank.

d) Telepon, dan faximille

Setiap Satuan Rumah Susun di Apartemen Pluit Kencana mendapatkan satu sambungan telepon P.T. Telkom lengkap dengan fasilitas SLI dan faximille, disetiap rumah susun.

e) Ruang yang bersih dan ber AC

Sirkulasi udara yang sejuk dan segar disetiap ruangan Apartemen Pluit Kencana, termasuk di setiap satuan rumah susun.

f) Antena Parabola

Apartemen ini menyediakan 4 buah Antena parabola dimana penghuninya dapat menikmati siaran TV nasional dan TV luar negeri dalam 18 chanel pada setiap satuan rumah susun.

d. Fasilitas Pendukung

Agar penghuni apartemen nyaman dan merasakan fasilitas yang disediakan oleh pengelola apartemen sehingga dapat memanjakan penghuni apartemen itu sendiri, dengan menetapkan kebijaksanaan tentang penampilan fisik apartemen dan fasilitas khusus, sebagai berikut:

1) sarana pendukung ruangan

Apartemen menetapkan setiap ruangan dengan AC, tata lampu dalam ruangan apartemen disesuaikan dengan tata ruangan sesuai dengan setiap ruangan yang berbeda, serta tata ruangan yang modern dan diberi unsur keindahan agar penghuni merasa nyaman

2) kebersihan

Kebersihan sangat diutamakan oleh apartemen, mulai dari kebersihan lantai hingga komponen-komponen yang ada di ruangan, seperti tempat display barang. Kebersihan ini di dukung oleh warna putih yang mendominasi ruangan apartemen, mulai dari lantai hingga temboknya.

3) fasilitas parkir

Apartemen menyediakan fasilitas parkir yang luas diluar gedung apartemen dan juga pemakiran pada basement dalam ruang bawah tanah.

4) Tennis Court

Apartemen ini menyediakan 2 unit Tennis Court.

5) Fitnes Room

Fitnes room di Apartemen ini 12,2*5.1 meter persegi.

6) Laundry (Jasa pencucian)

Pelayanan Laundry dapat dilakukan dengan telepon atau datang sendiri ke loket laundry di basment.

7) Ruang Serba Guna dan Ruang Rapat

Penggunaan ruang ini membutuhkan biaya tambahan, karena segala kerusakan fasilitas menjadi tanggung jawab pengelola.

8) Taman bermain anak-anak

Fasilitas ini terbuka untuk anak-anak dibawah umur 5 tahun.

9) Fasilitas penunjang apartemen

Apartemen dalam kawasan pluit dilengkapi dengan prasarana dan fasilitas seperti club house, swiming pool, dan banyak lagi lainnya.

B. Metode penelitian

Dalam penelitian Skripsi ini dibutuhkan data yang sesuai dengan masalah-masalah yang ada dalam tujuan penelitian, sehingga dari data-data yang dikumpulkan dapat dilakukan analisis dan penarikan kesimpulan. Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode korelasional, yaitu metode yang digunakan untuk mengetahui keeratan hubungan antara suatu variabel terhadap variabel lain dengan menghitung koefisien korelasi.

C. Definisi operasional variabel

Definisi variabel dalam penelitian ini adalah :

1. Pelayanan adalah unsur-unsur pelayanan yang mempengaruhi kepuasan konsumen yang didalamnya meliputi : fasilitas, fisik bangunan, keramahan, kesopanan, serta penanganan yang diberikan oleh PT. Jakarta Propertindo, Tbk.
2. Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan para penghuni apartemen setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dengan harapannya.

D. Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel, yaitu :

1. Variabel penelitian ini adalah pelayanan PT. Jakarta Propertindo, Tbk sebagai variabel pertama.
2. Variabel penelitian ini adalah kepuasan konsumen sebagai variabel kedua.

E. Sampel dan Populasi Penelitian

Populasi adalah keseluruhan subyek penelitian yang mempunyai persamaan karakteristik tertentu. Sampel penelitian adalah sebagian dari subyek penelitian yang akan digunakan sebagai dasar pengujian hipotesis, sehingga kesimpulan yang diperoleh dari sampel dianggap berlaku juga untuk populasi. Populasi dalam penelitian ini merupakan penghuni apartemen yang berada di lokasi Pluit Kencana Jakarta Utara. Metode pengambilan sampel dilakukan dengan metode purposive sampling yaitu pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan pertimbangan tertentu, dengan mengamati langsung objek yang telah ditentukan sebelumnya (dalam hal ini, khususnya penghuni pada Apartemen). Adapun sampel ini terdiri dari 50 responden dari 164 pemilik unit wilayah yang diteliti penulis, Yaitu pada penghuni Apartemen Pluit kencana Jakarta Utara.

F. Metode Pengumpulan Data

Jenis data digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder :

1. Data Primer

Dilakukan dengan meneliti secara langsung pada objek penelitian dengan cara:

Kuesioner (pertanyaan)

Cara ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden, yang dilakukan dengan pertanyaan tertutup. Daftar pertanyaan sebanyak sepuluh pertanyaan yang terdapat dalam kuisisioner yang dibuat berdasarkan indikator-indikator yang ada, kemudian diisi dan hasilnya diolah dengan menggunakan perhitungan SPSS.

2. Data Sekunder

Data sekunder diperoleh data yang didapat dari perusahaan dan buku-buku wajib dan literatur dari perpustakaan Universitas Mercu Buana, majalah, surat kabar, serta pihak lain yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

G. Metode Analisa Data

Teknik analisis yang digunakan oleh penulis dalam pengolahan data ini adalah menggunakan program SPSS (Statistical product and service solution) dengan menggunakan analisi koefisien Korelasi, yang berguna untuk menentukan suatu besaran yang menyatakan bagaimana kuatnya hubungan suatu variabel dengan variabel lainnya.

Rumus Koefisien Korelasi :

$$r_s = 1 - 6 \left(\frac{\sum d_i^2}{N(N^2 - 1)} \right)$$

N = Jumlah responden

d = Selisih setiap x Pelayanan P.T Jakarta Propetindo Tbk dan y
Kepuasan konsumen.

r_s = Koefisien Korelasi

H. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara (*tentatif*) terhadap permasalahan yang diteliti yang kebenarannya perlu diuji secara empiris.

Hipotesis dalam penelitian ini adalah :

“Diduga adanya hubungan pelayanan PT. Jakarta Propertindo,Tbk. Dengan kepuasan konsumen”.

Hipotesis :

- H_0 : Tidak ada hubungan antara pelayanan PT. Jakarta PropertindoTbk, dengan kepuasan konsumen.
- H_a : Ada hubungan antara pelayanan PT. Jakarta Propertindo,Tbk dengan kepuasan konsumen.

Dengan pengambilan keputusan Berdasarkan Probabilitas adalah sebagai berikut :

Jika Probabilitas $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Jika Probabilitas $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

BAB IV

ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Karakteristik Responden.

Jumlah responden yang diambil dalam penelitian ini adalah 50 orang, mereka adalah pemilik unit rumah susun di Apartemen Pluit Kencana. Adapun karakteristik responden yang akan penulis bahas dalam penelitian ini adalah jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan status perkawinan.

Tabel 4.1 Karakteristik Responden

Variabel	Jumlah	Persentase
<u>Jenis Kelamin</u>		
Pria	39	78
Wanita	11	22
<u>Usia</u>		
17-25 tahun	13	26
26-35 tahun	26	52
35 tahun ke atas	11	22
<u>Pekerjaan</u>		
Karyawan/I	30	66
Wiraswasta	20	34
<u>Status perkawinan</u>		
Belum menikah	14	28
Menikah	36	72
<u>Pendidikan</u>		
SMA	18	36
D3	10	21
S1	22	44

Sumber: data kuesioner diolah oleh Penulis.

Berdasarkan variabel jenis kelamin dari tabel 4.1, terlihat bahwa, jumlah responden yang mengisi kuesioner didominasi oleh pria 39 orang (78%), sedangkan wanitanya berjumlah 11 orang (22%), dari 50 responden. Berdasarkan atas variabel usia, maka terlihat bahwa responden yang mengisi kuesioner ini didominasi oleh usia 26 - 35 tahun, berjumlah 26 orang (52%), dan yang berusia 17 - 25 tahun berjumlah 13 orang (26%) dan yang berusia 35 tahun keatas, berjumlah 11 orang (22%). Berdasarkan variabel pekerjaan, responden yang mengisi kuesioner ini didominasi oleh karyawan/I yang memiliki jumlah responden 30 orang (66%), dan wiraswasta 20 orang (34%). Berdasarkan variabel status perkawinan dari tabel 4.1, terlihat bahwa responden yang tinggal di Apartemen Pluit Kencana didominasi responden yang menikah berjumlah 36 orang (72%), sedangkan responden yang belum menikah berjumlah 14 orang (28%), Sedangkan responden yang mempunyai pendidikan terakhir Sma 18 orang (36%), dan D3 10 orang (0,2%), Sedangkan S1 22 orang (44%).

B. Hubungan Pelayanan P.T Jakarta Propetindo Tbk. Dengan Kepuasan Konsumen.

Berikut ini penulis menjelaskan akan menjelaskan tentang pelayanan PT Jakarta Propetindo Tbk berdasarkan kuesioner yang disebarkan kepada karyawan sebanyak 50 responden, dan diperoleh hasil dari kuesioner sebagai berikut :

No	Pelayanan						Σ	Kepuasan						Σ
	1	2	3	4	5			1	2	3	4	5		
1	5	5	3	5	3		21	5	3	5	3	5		21
2	4	4	5	4	5		22	4	5	3	5	4		21
3	5	5	5	5	5		25	5	5	5	5	5		25
4	4	4	5	4	5		26	3	5	4	5	5		22

5	5	5	4	5	4		23	4	4	5	4	4		21
6	3	4	4	3	5		19	4	5	4	4	5		22
7	4	5	5	4	5		23	4	5	5	5	4		23
8	3	3	5	3	5		19	4	5	5	5	4		23
9	5	4	5	5	4		23	5	4	3	5	5		22
10	3	5	4	3	5		20	3	5	5	4	4		21
11	5	3	3	5	4		20	5	4	3	3	5		20
12	4	4	5	4	4		21	5	4	5	3	5		22
13	5	5	5	4	5		24	3	5	3	5	5		21
14	4	3	4	5	4		20	5	4	5	5	3		22
15	3	4	5	4	5		21	5	3	5	4	4		21
16	5	3	3	5	5		21	4	4	5	5	4		22
17	4	5	5	4	4		22	5	5	4	3	4		21
18	5	3	4	5	5		22	4	3	5	5	4		21
19	3	4	5	4	4		20	5	5	4	5	4		23
20	4	3	3	3	5		18	4	4	5	3	3		19
21	5	4	5	5	3		22	4	5	4	5	5		23
22	3	3	4	4	4		18	5	4	3	5	2		19
23	4	5	4	3	5		21	3	5	4	3	4		19
24	5	4	5	5	3		22	4	5	5	5	3		22
25	3	5	5	4	4		21	5	4	4	4	5		22
26	4	3	4	3	5		19	4	3	5	3	3		18
27	5	4	5	3	5		22	5	3	4	5	4		21
28	3	5	4	4	4		20	4	5	3	5	3		20
29	5	5	5	5	3		23	5	4	5	5	4		23
30	5	4	3	5	5		22	3	5	4	3	4		19
31	4	5	5	5	4		23	4	4	3	5	3		19
32	5	3	5	5	3		21	5	5	4	3	4		21
33	3	4	4	5	4		20	4	4	3	4	4		19
34	4	3	3	4	5		19	5	5	5	5	3		23
35	5	5	4	5	3		22	3	4	4	3	2		16
36	3	4	5	3	5		20	5	5	3	4	4		21
37	4	5	3	5	4		21	5	4	4	3	3		19
38	5	3	5	4	3		20	4	5	3	5	4		21
39	4	5	4	3	5		21	5	5	4	3	2		19
40	4	5	4	3	5		21	4	4	5	5	3		21
41	5	3	5	5	3		21	4	4	5	5	3		21
42	3	4	5	4	4		20	4	5	4	3	5		21
43	5	5	4	5	3		22	5	5	3	3	3		19
44	5	3	3	5	4		20	4	4	4	3	4		19
45	5	4	4	4	5		22	5	5	5	4	5		24
46	5	3	5	5	3		21	4	4	3	4	5		20
47	4	5	3	4	5		21	3	5	4	5	3		20
48	5	4	5	5	4		23	5	4	5	3	5		22
49	5	5	4	5	3		22	4	3	3	5	4		19
50	4	4	5	4	5		22	5	5	4	5	3		22

Tabel 4.2 Pelayanan Pengelola

Pertanyaan	Pendapat Responden	Jumlah	Persentase
1. Kemampuan dan keterampilan pengelola dalam memberikan pelayanan.	Cukup Baik	11	22
	Baik	16	32
	Sangat Baik	23	46
2. Jasa yang diberikan oleh pengelola terhadap perbaikan sarana dan prasarana terhadap	Cukup Baik	14	28
	Baik	17	34
	Sangat Baik	19	38
3. Keamanan dan ketertiban lingkungan apartemen yang diberikan oleh PT. Jakarta Propertindo,Tbk.	Cukup Baik	9	18
	Baik	17	34
	Sangat Baik	24	48
4. Bagaimana menurut anda, tentang fasilitas yang diberikan oleh Jakarta Propertindo,Tbk.	Cukup Baik	9	18
	Baik	18	36
	Sangat Baik	23	46
5. Apakah yang anda rasakan mengenai pekerjaan yang dilakukan oleh PT. Jakarta Propertindo,Tbk.	Cukup Baik	11	22
	Baik	16	32
	Sangat Baik	23	46

Sumber : diolah Oleh Penulis.

- a. Berdasarkan hasil label 4.2, diketahui bahwa jawaban responden atas kemampuan dan keterampilan pengelola dalam memberikan pelayanan, didominasi dengan jawaban sangat baik sebanyak 23 orang (22%), jawaban baik sebanyak 16 orang (32%), dan yang menjawab cukup baik 11 orang (22%).
- b. Berdasarkan dari Jasa yang diberikan oleh pengelola terhadap perbaikan sarana dan prasarana terhadap penghuni yang timbul mayoritas responden didominasi dengan jawaban sangat baik 19 orang (38%), sedangkan yang menjawab cukup baik 14 orang (28%), dan yang menjawab baik sebanyak 17 orang (34%).

- c. Berdasarkan variabel Keamanan dan ketertiban lingkungan apartemen yang diberikan oleh PT. Jakarta Propertindo,Tbk.kemudahan pengelola untuk dapat dihubungi apabila dibutuhkan, ternyata jawaban responden didominasi dengan jawaban sangat baik 24 orang (48%), dan yang menjawab cukup baik 9 orang (18%), dan jawaban baik berjumlah 17orang (34%).
- d. Berdasarkan pertanyaan Bagaimana menurut anda, tentang fasilitas yang diberikan oleh Jakarta Propertindo,Tbk. mayoritas jawaban responden didominasi dengan jawaban sangat baik 23 orang (46%), yang menjawab cukup baik 9 orang (18%), dan yang menjawab baik 18 orang (36%).
- e. Berdasarkan pertanyaan Apakah yang anda rasakan mengenai pekerjaan yang dilakukan oleh PT. Jakarta Propertindo,Tbk. mayoritas jawaban responden didominasi dengan jawaban sangat baik sebanyak 23 orang (46%), yang menjawab cukup baik 11 orang (22%), dan yang menjawab baik 16 orang (32%).

Tabel 4.3 . Kepuasan Konsumen

Pertanyaan	Pendapat Responden	Jumlah	Persentase
1. Bagaimana pelayanan pengelola untuk cepat tanggap dalam masalah yang timbul.	Cukup Puas	10	20
	Puas	19	38
	Sangat Puas	21	42
2. Bagaimana menurut anda tentang pengelola untuk dihubungi ketika dibutuhkan oleh	Cukup puas	6	12
	Puas	19	38
	Sangat Puas	25	50
3. Perlakuan dan sikap pengelola dalam melayani penghuni.	Cukup Puas	13	26
	Puas	17	34
	Sangat Puas	20	40
4. Bagaimanakah menurut anda pelayanan tentang kondisi lingkungan apartemen yang diberikan oleh PT. Jakarta Propertindo, Tbk.	Cukup Puas	16	32
	Puas	9	18
	Sangat Puas	25	50
5. Bagaimanakah pendapat anda tentang pengelolaan apartemen yang diberikan oleh PT. Jakarta Propertindo, Tbk.	Tidak Puas	2	4
	Cukup Puas	14	28
	Puas	20	40
	Sangat Puas	14	28

- a. Berdasarkan hasil label 4.3, diketahui bahwa jawaban responden atas kemampuan dan keterampilan pengelola dalam memberikan pelayanan, didominasi dengan jawaban sangat puas sebanyak 21 orang (42%), dan yang menjawab cukup puas 10 orang(20%), yang menjawab puas 19 orang (38%).
- b. Berdasarkan dari Jasa yang diberikan oleh pengelola terhadap perbaikan sarana dan prasarana terhadap penghuni yang timbul mayoritas responden didominasi dengan jawaban sangat puas sebanyak 25 (50%),cukup puas sebanyak 6 orang (12%), sedangkan yang menjawab puas 19 orang (38%).

- c. Berdasarkan variabel Keamanan dan ketertiban lingkungan apartemen yang diberikan oleh PT. Jakarta Propertindo, Tbk. kemudahan pengelola untuk dapat dihubungi apabila dibutuhkan, ternyata jawaban responden didominasi dengan jawaban sangat puas 20 orang (40%), dan yang menjawab cukup puas 13 orang (26%) dan puas berjumlah 17 orang (34%).
- d. Berdasarkan pertanyaan Bagaimana menurut anda, tentang fasilitas yang diberikan oleh Jakarta Propertindo, Tbk. mayoritas jawaban responden didominasi dengan jawaban sangat puas sebanyak 25 orang (50%), yang menjawab cukup puas 16 orang (32%), dan yang menjawab puas 9 orang (18%).
- e. Berdasarkan pertanyaan Apakah yang anda rasakan mengenai pekerjaan yang dilakukan oleh PT. Jakarta Propertindo, Tbk. mayoritas jawaban responden didominasi dengan jawaban puas sebanyak 14 orang (28%), yang menjawab cukup puas 14 orang (28%), dan yang menjawab sangat puas 20 orang (40%), dan yang menjawab tidak puas sebanyak 2 orang (4%).

Dari data hasil kuesioner penghuni apartemen pada PT Jakarta Propetindo Tbk, selanjutnya dikorelasikan melalui computer dengan menggunakan program SPSS versi 12.00 untuk mengetahui hubungan pelayanan PT Jakarta Propetindo Tbk terhadap kepuasan konsumen. Hasil dari perhitungan tersebut adalah sebagai berikut :

Correlations

			pelayanan	kepuasan
Spearman's rho	pelayanan	Correlation Coefficient	1,000	,337(*)
		Sig. (2-tailed)	.	,017
		N	50	50
	kepuasan	Correlation Coefficient	,337(*)	1,000
		Sig. (2-tailed)	,017	.
		N	50	50

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Pada tabel di atas Koefisien korelasi Spearman didapat hasil :

Angka pada output antara kepuasan dengan pelayanan menghasilkan angka 0,337. Angka tersebut menunjukkan adanya korelasi antara pelayanan dengan kepuasan (di bawah 0,5).sedangkan tanda “+” menunjukkan bahwa semakin tinggi pelayanan, akan semakin tinggi rasa kepuasan konsumen. Dan sebaliknya semakin rendah pelayanan, makin rendah pula rasa kepuasan konsumen.

Uji signifikansi angka korelasi :

Pada bagian kedua output (kolom **Sig. (2-tailed)**) pada Spearman, untuk korelasi variabel pelayanan dengan kepuasan penghuni didapat angka probabilitas 0,017. oleh karena angka tersebut di bawah 0,05, maka Ho ditolak, atau adanya hubungan yang signifikan antara pelayanan dengan kepuasan konsumen.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti pada PT. JAKARTA PROPETINDO, Tbk. Berdasarkan hasil analisis & pembahasan yang telah di uraikan pada bab-bab sebelumnya, maka penulis menyimpulkan sebagai berikut:

1. Angka pada output antara pelayanan dengan kepuasan menghasilkan angka 0,337. Angka tersebut menunjukkan adanya korelasi antara pelayanan, akan semakin tinggi rasa kepuasan. Dan sebaliknya semakin rendah pelayanan, makin rendah pula rasa kepuasan konsumen.
2. Untuk korelasi variabel pelayanan dengan kepuasan kosumen didapat angka probabilitas 0,017. Oleh karena angka tersebut di bawah 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima, maka terjadi adanya hubungan antara pelayanan dengan kepuasan konsumen.

B. Saran-saran

Bersasarkan kesimoulan diatas, maka penulis berusaha memberikan saran kepada pihak perusahaan P.T Jakarta Propetindo Tbk, yaitu sebagai berikut:

1. Jakarta Propetindo harus memperbaiki atau lebih memperhatikan kualitas pelayanan yang ada, agar lebih selektif dalam mencari sumber daya manusianya,serta lebih memacu para karyawan agar dapat mengembangkan dirinya sendiri terhadap perusahaan.
2. Hendaknya perusahaan mengutamakan pelayanan terhadap penghuni karena dengan pelayanan yang baik,Maka akan memberi dampak yang positif pula,Sehingga akan mendapat respon kepuasan yang baik pula dari konsumen.
3. Perusahaan harus melakukan pengawasan dengan maksud untuk mengetahui dan menentukan kebijakan program pelayanan agar apa saja yang perlu ditambah sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen yang diselaraskan untuk terciptanya kepuasan dari konsumen.
4. Untuk fasilitas yang telah disediakan oleh apartemen sudah cukup baik,namun harus lebih diperhatikan seperti fasilitas parkir,supaya para penghuni dapat merasa nyaman dalam menggunakan fasilitas yang ada.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **Wachid Saputra**

Umur : **24 Tahun**

Tempat/Tanggal lahir : **Jakarta, 23 Januari 1983**

Agama : **Islam**

Kebangsaan : **Indonesia**

Alamat : **Jln. Cempaka Raya Rt.003/Rw.011 No. 2**

Kecamatan Cengkareng - Jakarta Barat

Telp . 021 5810323, Hp 085692888553

PENDIDIKAN

1. Tamatan Sekolah Dasar Negeri 06 Pagi, Kembangan, tahun 1994
2. Tamatan SLTP Negeri 215, Jakarta, tahun 1997
3. Tamatan SMU Negeri 111, Jakarta, tahun 2000
4. Mahasiswa Universitas Mercu Buana, Jakarta

Demikianlah Daftar Riwayat Hidup ini saya buat dengan sebenarnya

Jakarta, Januari 2008

Hormat saya,

Wachid Saputra

DAFTAR PUSTAKA

- Fandy Tjiptono. 1996. *Manajemen Jasa*, Edisi 1 , Andi, Yogyakarta
- Fandy Tjiptono. 1997. *Strategi Pemasaran*, Edisi 2, Andi, Yogyakarta
- Umar, Husein; *Riset SDM Dalam Organisasi, Edisi Revisi, PT . Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 1999.*
- Kotler dan amstrong. (2001). *Prinsip – prinsip Pemasaran*. Jilid 1 Edisi 8.
Penerbit Erlangga . Jakarta
- Kotler, philip. (2002). *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1 Edisi Millenium,
P.T. Prenhallindo, Jakarta
- Santoso, singgih; *SPSS Versi 14 “ Mengolah Data Statistik Secara Profesional”* ,
PT.Alex Media Komputindo, Jakarta, 2001