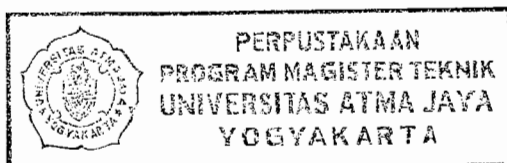


MILIK PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA	
Diterima	: 16 FEB 2002
Investasi	: 0142/MT/Hd.2/2002
Klasifikasi	: Rf: 658.404/Hi2/02
Katalog	:
Selesai diproses	:





**UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER TEKNIK**

TESIS

**STUDI FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI TINGKAT KEPUASAN
KONSUMEN DALAM MEMBELI RUMAH MEWAH**

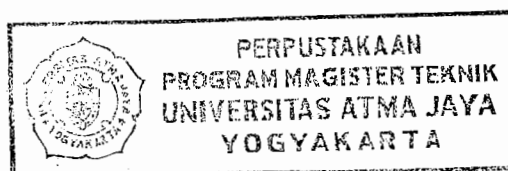
Diajukan oleh :

HIZBUL WATHON

No. Mhs. : 00.609/PS/MT

Nirm : 000051053114130019

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT
GUNA MENCAPAI GELAR MAGISTER TEKNIK
2002**





UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER TEKNIK

Tesis@mt'02

TANDA PERSETUJUAN TESIS

Nama : Hizbul Wathon
Nomor Mahasiswa : 00.609/PS/MT
NIRM : 000051053114130019
Konsentrasi : Manajemen Konstruksi
Judul tesis : Studi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat
Kepuasan Konsumen Dalam Membeli Rumah Mewah

Tanggal,
Pembimbing I,

Ir. Ign. Benny Puspantoro, M.Sc.

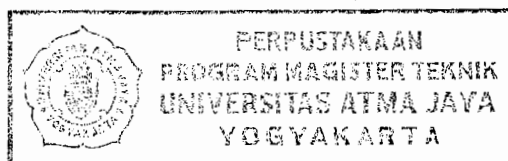
Tanggal, 25 - 01 - 02
Pembimbing II,

Ir. AY. Harijanto Setiawan, M.Eng.



Direktur Program,

Ir. Peter F. Kaming, M. Eng., Ph.D.



KUPERSEMBAHKAN TESIS INI
BUAT:

BAPAK DAN UMMI
TERCINTA

Terima kasih atas segala pengorbanannya

INTISARI

STUDI FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN KONSUMEN DALAM MEMBELI RUMAH MEWAH, Hizbul Wathon, 00.609/PS/MT, Januari 2002, Konsentrasi Manajemen Konstruksi, Program Studi Magister Teknik, Program Pascasarjana, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Pesatnya pertumbuhan penduduk di Indonesia berdampak pada meningkatnya kebutuhan akan rumah tinggal. Pengembang nasional hanya mampu memenuhi sebagian kecil dari kebutuhan rumah tinggal tersebut. Tidak terakomodasinya kebutuhan rumah di Indonesia disebabkan oleh kinerja sebagian besar pengembang nasional yang rendah. Kinerja pengembang dapat diukur dengan tingkat kepuasan pembeli rumah. Dalam penelitian ini dikemukakan tiga dimensi pengukuran kepuasan konsumen, yaitu kepuasan terhadap desain rumah, kepuasan terhadap kualitas rumah dan kepuasan terhadap pelayanan pengembang. Tiga dimensi ini diukur pengaruhnya terhadap kepuasan keseluruhan. Dari empat kawasan perumahan mewah di Daerah Istimewa Yogyakarta dengan 36 jumlah responden diperoleh hasil bahwa faktor kualitas rumah dan pelayanan pengembang merupakan dua variabel utama yang membentuk kepuasan keseluruhan pembeli rumah. Studi ini juga menemukan adanya perbedaan tingkat kepuasan dan tingkat kepentingan konsumen pembeli rumah. Konsumen puas dengan desain rumahnya, tapi pada saat yang sama desain rumah adalah faktor yang relatif paling tidak penting diantara ketiga faktor kepuasan konsumen. Selain itu ditemukan adanya perbedaan tingkat kepentingan faktor kepuasan dari sisi pandang konsumen dan pengembang.

Kata kunci: Perumahan mewah, Kepuasan konsumen dan kepuasan keseluruhan.

ABSTRACT

STUDY OF THE FACTORS THAT INFLUENCED CUSTOMER SATISFACTION IN LUXURIOUS HOME BUILDING, Hizbul Wathon, 00.609/PS/MT, January 2002, Majoring in Construction Management, Magister of Engineering, Post-Graduate Program, University of Atma Jaya Yogyakarta.

The growth of Indonesian population has an impact on the increase of housing. National developers can only meet little portion of housing. The need of housing that cannot be fulfilled is affected by the poor performance of the most-national developers. The level of customer satisfaction can measure the developer performance. The research introduced three dimensions of the level of customer satisfaction: the house design, the house quality, and the service of developer. The research obtained 36 respondents from four luxurious houses area in Yogyakarta. The result showed there are two variables (the house quality and the service of developer) affected the overall customer satisfaction, and found the difference between the level of satisfaction and the level of customer importance. Customer satisfied with the design, but at the same time, it was the most important relative factor from the three dimensions of the level of customer satisfaction, the result also found the difference between the importance level of satisfaction factors from customer's point view and developer's point view.

Key words: The luxurious housing, customer satisfaction, and overall satisfaction.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah yang maha kuasa yang telah melimpahkan berkat dan rahmat-NYA yang besar, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini sebagaimana adanya.

Maksud penyusunan tesis ini adalah untuk melengkapi dan memenuhi salah satu syarat untuk meraih gelar Magister Teknik pada Program Pascasarjana Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Tesis ini dapat diselesaikan berkat petunjuk, bimbingan dorongan dan bantuan serta fasilitas yang penulis peroleh sehingga pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Ir. Peter F. Kaming, M. Eng, Ph.D., Direktur Program Pascasarjana, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
2. Bapak Ir. Eko Setyanto, MCM., Ketua Program Magister Teknik, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
3. Bapak Ir. Benny Puspantoro, MSc., selaku Dosen pembimbing I, yang telah memberikan bimbingan, dorongan dan nasehat selama penyusunan tesis ini.
4. Bapak Ir. AY. Harijanto Setiawan, M. Eng., selaku Dosen pembimbing II, yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, mengarahkan dan memberikan saran-saran yang berguna bagi penulis dalam penyusunan tesis ini.
5. Bapak Drs Edy Purnomo, Direktur Marketing PT. Bhumi merapi Eratama.
6. Bapak Yangky Kepala Teknik PT. Griya Mataram
7. Bapak Arbani Marketing Director PT. Graha Damai Putra.
8. Bapak/Ibu/Saudara/i, yang telah bersedia meluangkan waktu untuk menjadi responden

9. Seluruh staf pengajar dan admisi Universitas Atmajaya Yogyakarta yang telah membimbing, mendidik dan membantu selama penulis belajar di Program Magister Teknik Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Semoga Tuhan yang maha kuasa melimpahkan rahmat yang tiada hentinya atas kebaikan yang telah diberikan secara tulus kepada penulis.

Akhir kata dengan segala kerendahan hati penulis menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari sempurna, oleh sebab itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun guna menyempurnakan penyusunan yang akan datang.

Yogyakarta, 11 Januari 2002

Penulis

Hizbul Wathon

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	i
Halaman Pengesahan	ii
Persembahan	iii
Intisari	iv
Kata Pengantar	vi
Daftar isi	viii
Daftar Tabel	x
Daftar Gambar	xi
Daftar lampiran	xii
BABI PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	2
1.3. Batasan Masalah	3
1.4. Tujuan Penelitian	3
1.5. Manfaat Penelitian	4
1.6. Keaslian Penelitian	4
1.7. Sistematika Penulisan Tesis	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Konsep Kepuasan Konsumen	8
2.2. Pengertian Konsumen	9
2.3. Batasan Rumah Mewah	10
2.4. Dimensi Pengukuran Kepuasan Pembeli Rumah	11
2.4.1. Faktor Pelayanan	12
2.4.2. Desain Rumah	14
2.4.3. Faktor Kualitas Bangunan <i>Real Estate</i> Menurut konsumen ...	14
2.5. Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen	14
2.5.1. Sistem Keluhan dan saran	14
2.5.2. <i>Ghost Shopping</i>	15
2.5.3. <i>Lost customer Analysis</i>	15
2.5.4. Survei Kepuasan Pelanggan	16
BAB III METODELOGI PENELITIAN	
3.1. Gambaran Umum Real Estate	17
3.2. Sumber Data	17
3.3. Metode Pengambilan Responden	18
3.4. Metode Pengambilan Data	18
3.5. Analisis Data	18
3.5.1. Analisis Regresi Linear Berganda	19
3.5.2. Analisis Metode Ranging	19
3.5.3. Analisis of Variance (ANOVA)	20
3.6. Jenis Data	21

3.7. Kendala Penelitian	22
BAB IV ANALISIS DATA	
4.1 Uraian Umum	24
4.2 Kerangka Analisis	25
4.3 Pengaruh Faktor Kepuasan Konsumen terhadap Kepuasan Keseluruhan	26
4.4. Ranking Faktor Kepuasan Konsumen	29
4.4.1. Ranking Tingkat Kepuasan terhadap Keseluruhan Item	29
4.4.2. Ranking Tingkat Kepuasan terhadap Item dalam tiap Faktor ...	34
4.4.2.1. Ranking Tingkat Kepuasan Terhadap Item dalam Faktor Desain Rumah	34
4.4.2.2. Ranking Tingkat Kepuasan terhadap Item dalam Faktor Kualitas Rumah	36
4.4.2.3. Ranking Tingkat Kepuasan Terhadap Item dalam Faktor Kualitas Pelayanan	39
4.4.3 Ranking Tingkat Kepuasan Konsumen Untuk Tiap Faktor.....	42
4.5. Ranking Tingkat Kepentingan Faktor Kepuasan Konsumen	43
4.5.1. Ranking Tingkat Kepentingan Keseluruhan Item	43
4.5.2. Ranking Tingkat Kepentingan Item dalam Faktor	48
4.5.2.1. Ranking Tingkat Kepentingan Item dalam Faktor Desain Rumah	48
4.5.2.2. Ranking Tingkat Kepentingan Item dalam Faktor Kualitas Rumah	50
4.5.2.3. Ranking Tingkat Kepentingan Item dalam Faktor pelayanan	52
4.5.3 Ranking Tingkat Kepentingan Faktor Kepuasan	55
4.6. Kesenjangan antara Tingkat kepuasan dan tingkat kepentingan faktor kepuasan konsumen	56
4.7. Hubungan antara Tingkat Kepuasan dan Tingkat kepentingan Faktor Kepuasan Konsumen	58
4.8. Hubungan antara Tingkat Kepentingan Faktor Kepuasan Konsumen Menurut Pengembang dan Konsumen	59
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan	60
5.2. Saran	61
DAFTAR PUSTAKA	62

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel II.1. Daftar klasifikasi dan harga tiap-tiap tipe rumah (Konstruksi, Juni 1996)	11
Tabel III.1. Skor instrumen penelitian	22
Tabel IV.1. Perbandingan t hitung dan t signifikan	28
Tabel IV.2. Koefisien Regresi	28
Tabel IV.3. Rangkaing tingkat kepuasan terhadap keseluruhan item	30
Tabel IV.4. Rangkaing item dalam faktor desain rumah	35
Tabel IV.5. Rangkaing tingkat kepuasan terhadap item dalam faktor kualitas	37
Tabel IV.6. Rangkaing tingkat kepuasan terhadap item dalam faktor pelayanan....	40
Tabel IV.7. Rangkaing tingkat kepuasan konsumen	42
Tabel IV.8. Rangkaing tingkat kepentingan keseluruhan item	44
Tabel IV.9. Rangkaing tingkat kepentingan item dalam faktor desain	48
Tabel IV.10. Rangkaing tingkat kepentingan item dalam faktor kualitas	51
Tabel IV.11. Rangkaing tingkat kepentingan item dalam faktor pelayanan	53
Tabel IV.12. Rangkaing tingkat kepentingan faktor kepuasan konsumen	55
Tabel IV.13. Hubungan faktor kepuasan dan tingkat kepentingan faktor	57

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar I.1. Model kepuasan pembeli rumah (Torbica and Stroh, 2001).....	12
Gambar IV.1. Kerangka analisis pemecahan masalah.....	26
Gambar IV.2. Ranking tingkat kepuasan seluruh item	33
Gambar IV.3. Ranking tingkat kepuasan dalam faktor desain	36
Gambar IV.4. Ranking tingkat kepentingan dalam faktor kualitas.....	38
Gambar IV.5. Ranking tingkat kepuasan dalam faktor pelayanan.....	41
Gambar IV.6. Ranking faktor kepuasan.....	42
Gambar IV.7. Ranking tingkat kepentingan seluruh item.....	47
Gambar IV.8. Ranking tingkat kepentingan item dalam faktor desain.....	49
Gambar IV.9. Ranking tingkat kepentingan item dalam faktor kualitas.....	52
Gambar IV.10. Ranking tingkat kepentingan item dalam faktor pelayanan.....	55
Gambar IV.11. Rangking tingkat kepentingan faktor kepuasan.....	56
Gambar IV.12. Hubungan faktor kepuasan dengan tingkat kepentingan faktor.....	57

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
LAMPIRAN 1.	Output Hasil Pengolahan Data Regresi Linear Berganda .. 63
LAMPIRAN 2.	Output Pengolahan Data Metode Ranging Sederhana 64
LAMPIRAN 3.	Output Pengolahan Data ANOVA 66
LAMPIRAN 4.	Data Tingkat Kepuasan Konsumen 67
LAMPIRAN 5.	Data Tingkat Kepentingan Faktor Kepuasan Konsumen .. 75
LAMPIRAN 6.	Data Tingkat Kepentingan Faktor Kepuasan Menurut Pengembang 83
LAMPIRAN 7.	Data Overall Satisfaction 87
LAMPIRAN 8.	Kuisisioner I dan Kuisisioner II 88
LAMPIRAN 9.	Kuisisioner III 91
LAMPIRAN 10.	Surat – surat Pengantar Penelitian 93
LAMPIRAN 11.	Data Mean Hasil Penelitian 104