

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Penelitian

Peluang bisnis *property* sangat berkembang pesat dari tahun ke tahun, bisnis *property* ini banyak diminati terutama oleh para pengembang perumahan yang peluangnya masih tetap terbuka lebar. Adanya peningkatan permintaan masyarakat akan perumahan, maka banyak bermunculan para pengembang baru. Prospek bisnis *property* yang bagus ini mengundang banyak minat para pengembang untuk berkompetisi dalam bidang perumahan yang menimbulkan persaingan perumahan yang sangat ketat. Pengembang yang bergerak dalam bidang *property* berlomba-lomba mencoba menawarkan produk mereka guna menarik konsumen. Mereka yang menggelar pameran menawarkan berbagai komoditas *property* yang dimiliki dengan keunggulan-keunggulan produk yang dimiliki. Inovasi baru banyak dilakukan pengembang baik dari segi model, serta berbagai *feature* yang melengkapi kebutuhan estetika guna meningkatkan kepuasan konsumen.

Banyaknya persaingan maka pengembang harus lebih fokus untuk membentuk kinerja pengembang yang bagus, dengan adanya kinerja yang bagus dapat membantu pengembang untuk dapat bersaing dengan pengembang lain. Disamping itu pengembang haruslah menonjolkan keunggulan yang kompetitif agar perumahan yang dihasilkan dapat diterima konsumen. Dalam bisnis *property* ini pengembang harus kerja keras dalam

menciptakan desain rumah yang variatif, lokasi yang strategis serta fasilitas pelayanan yang memuaskan sesuai dengan harapan konsumen.

Persaingan yang ketat menjadikan para pengembang dituntut untuk melakukan survey terlebih dahulu kepada konsumen, riset pasar, riset bentuk arsitektur dan interior jika tidak ingin ditinggalkan oleh konsumennya. Semua ini dilakukan guna terciptanya kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan yang tercapai atas penggunaan *property* ini sekaligus akan membawa kebanggaan tersendiri bagi pengembang. Pengembang bisa mengembangkan produknya sesuai dengan permintaan pelanggan dan diharapkan produk yang dihasilkan memberikan produk yang berkualitas, sehingga akan meningkatkan volume penjualan bagi pengembang yang telah dikenal baik oleh konsumen dalam memberikan produk yang berkualitas yang selanjutnya akan memberikan kepuasan bagi pelanggan.

Alasan tersebut diatas sangat penting untuk memperoleh hasil produk yang memuaskan bagi konsumen seperti apa yang mereka harapkan dan pelanggan merasa puas terhadap perumahan yang dihasilkan oleh pengembang.

Pengembang berkepentingan terhadap kepuasan, karena dengan tercapainya kepuasan pelanggan diharapkan pelanggan melakukan pembelian ulang atau pun menginformasikan kepada orang lain untuk membeli produk yang sama. Dalam hal perumahan diharapkan pelanggan loyal terhadap pengembang dengan memberikan kualitas perumahan yang sesuai dengan

pengembang itu sendiri. Dalam jangka panjang kepuasan pelanggan dapat meningkatkan penjualan, yang selanjutnya diharapkan dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan.

Pengukuran terhadap kepuasan pelanggan telah menjadi hal yang sangat penting bagi perusahaan. Dikarenakan langkah tersebut dapat memberikan umpan balik dan masukan bagi perusahaan untuk dapat selalu mengembangkan strategi peningkatan kepuasan pelanggan.

Pengembang perlu mempelajari seberapa puas pelanggannya, dengan cara mengukur kepuasan pelanggan. Torbica dan Stoch (2000) dalam Munawaroh (2005) mengembangkan sebuah instrumen untuk mengukur kepuasan pembeli perumahan yang dikenal dengan metode HOMBSAT (*Home-Buyer Satisfaction*). Instrumen ini mengukur kepuasan pembeli perumahan dari dimensi desain, rumah dan pelayanan. Dalam kategori Hombsat desain mencakup kriteria kepuasan atas lantai rumah, skala dan proporsi rumah, jumlah ruangan, lay out ruang, desain dapur, desain kamar mandi, ketinggian plafon, listrik dll, sedangkan untuk rumah mencakup kriteria kepuasan atas efisiensi energi, biaya menggunakan rumah, kemudahan pemeliharaan rumah, operasi pintu, jendela, kualitas material bangunan, material dinding, material lantai, sedangkan kriteria kepuasan atas kinerja pelayanan mencakup presentasi yang dilakukan pengembang berkaitan dengan perumahan, penjelasan pengembang mengenai tahap pembelian dan pembelian rumah, perlakuan pengembang, penjelasan mengenai kepada siapa pembeli melakukan kontak selama konstruksi dan sebagainya Torbica dan

Stroch (2000) dalam Munawaroh (2005). Kriteria-kriteria tersebut nantinya digunakan untuk mengukur perbedaan tingkat kepuasan konsumen atas hunian pada perumahan Villa Andongsili Asri. Apabila pengembang sudah dapat mengetahui dimensi apa yang memberikan produk dari kontribusi terhadap kepuasan pelanggannya. Maka pengembang dapat mengembangkan produknya dengan membuat modifikasi produk sesuai dengan harapan pelanggannya.

Berdasarkan alasan tersebut diatas, maka penulis merasa berkeinginan meneliti lebih jauh mengenai **"ANALISIS KEPUASAN PEMBELI PERUMAHAN DENGAN METODE: HOMBSAT PADA PERUMAHAN VILLA ANDONGSILI ASRI."**

## **B. Rumusan Masalah Penelitian**

Berdasarkan latar belakang, penelitian ini mengambil rumusan masalah yaitu:

1. Apakah tingkat kepuasan konsumen perumahan sudah terpenuhi dari dimensi desain, rumah dan pelayanan?
2. Apakah ada perbedaan dimensi kepuasan konsumen perumahan Villa Andongsili Asri diukur dari ketiga dimensi desain, rumah dan pelayanan?

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Menganalisis rata-rata perbedaan tingkat kepuasan berdasarkan karakteristik konsumen pelanggan perumahan.
2. Menganalisis apakah ada perbedaan dimensi kepuasan konsumen perumahan Villa Andongsili Asri berdasarkan atas desain, rumah, dan pelayanan.

### **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharap dapat bermanfaat secara praktis maupun teoritis.

#### **1. Manfaat Praktis.**

##### **a. Bagi pihak perusahaan.**

Penelitian ini diharapkan akan dapat menjadi bahan pertimbangan dan sumber informasi bagi perusahaan atau pengembang dalam memahami kepuasan pelanggannya. Selanjutnya pengembang dapat melakukan perbaikan terus menerus, untuk lebih memuaskan pelanggannya sehingga dapat meningkatkan loyalitas yang tinggi pada pelanggan dan dalam jangka panjang dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan.

##### **b. Bagi Peneliti**

Penelitian ini diharapkan dapat memperdalam pengetahuan atau wawasan yang lebih luas tentang kepuasan pelanggan perumahan dan dapat menerapkan ilmu yang dipelajari dari manajemen kualitas

tentang dimensi kepuasan konsumen baik secara praktis maupun teoritis.

## 2. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan melengkapi bahan referensi bagi peneliti kalangan akademisi dan sebagai acuan dalam melakukan penelitian tentang kepuasan pelanggan, sehingga dapat mengembangkan ilmu pengetahuan yang relevan dengan masalah kepuasan pelanggan