

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada beberapa tahun belakangan ini banyak pengusaha yang berbisnis *property* karena peluang bisnis masih terbuka luas, termasuk dalam bidang perumahan. Pengembang-pengembang baru bermunculan seiring dengan banyaknya minat konsumen akan perumahan. Kesempatan tersebut membuat pengembang berpikir dan berlomba-lomba untuk menawarkan produk kepada konsumen dengan cara melakukan pameran di mall, memasang iklan dan lain sebagainya, dengan menawarkan berbagai keunggulan seperti kondisi *property*. Inovasi terbaru yang dilakukan pengembang baik dari segi model, fitur maupun ornamen yang dapat melengkapi kebutuhan perlengkapan perumahan.

Para pesaing dari luar negeri yang menawarkan produknya kedalam negeri atau menanamkan modal (investasi) dalam bisnis *property*, membuat persaingan dalam negeri semakin ramai, dan memperketat persaingan. Hal tersebut membuat pengembang berpikir untuk melakukan riset pasar, riset bentuk arsitektur dan interior dalam dan luar rumah. Semua tindakan ini harus dilakukan untuk mencapai kepuasan pelanggan. Kepuasan yang dirasakan pelanggan akan membawa dampak positif bagi pengembang dimasa-masa yang akan datang.

Banyak perusahaan pengembang perumahan membuat desain yang lebih bagus dalam penampilan, mutu dan kualitas, dengan harapan kepuasan pelanggan dapat tercapai. Pelanggan yang merasa puas akan membeli ulang ataupun menginformasikan kepada orang lain untuk melakukan pembelian terhadap

produk yang sama. Perusahaan berharap dengan terciptanya kepuasan pelanggan terhadap produk yang dipasarkan, pelanggan akan loyal terhadap pengembang, sehingga perusahaan dapat meningkatkan kualitas perumahan yang sesuai dengan harapan pelanggan.

Kualitas perumahan yang sesuai dengan harapan pelanggan akan dapat meningkatkan reputasi yang baik bagi perusahaan, khususnya pengembang. Dengan demikian, diharapkan dalam jangka panjang kepuasan pelanggan dapat meningkatkan penjualan dimasa yang akan datang.

Hombsat (*Home-Buyer Satisfaction*) merupakan suatu instrumen untuk mengukur kepuasan pembeli rumah dengan menggunakan tiga dimensi Hombsat yaitu disain (*design*), rumah (*house*) dan layanan (*service*). Didalam instrumen Hombsat setiap produk dan jasa didesain, diproduksi dan dipasarkan sesuai dengan keinginan konsumen sehingga tercipta kepuasan konsumen yang tinggi, dengan menggunakan instrumen Hombsat dapat diharapkan pengembang akan mempermudah untuk mengevaluasi dan memenuhi kepuasan konsumen yang setiap waktu bisa berubah-ubah mengikuti perkembangan jaman

Hombsat dapat digunakan sebagai perbandingan antara tingkat kepuasan pembeli rumah pada satu lokasi atau lokasi yang berbeda. Penelitian menggunakan instrumen Hombsat untuk mengukur kepuasan pembeli rumah adalah sesuatu yang tergolong baru, oleh karena itu masih banyak diantara para pengembang yang belum paham akan penggunaan instrumen Hombsat untuk mengukur kepuasan pembeli tersebut. Torbica dan Stroh, (2000) mengembangkan instrumen untuk mengukur kepuasan pembeli perumahan yang

dikenal dengan HOMBSAT (*Home-Buyer Satisfaction*). Instrumen ini mengukur kepuasan pembeli perumahan dari dimensi desain, rumah dan servis. Apabila perusahaan telah mengetahui dimensi kepuasan pelanggan, perusahaan diharapkan dapat mengembangkan produknya dengan melakukan modifikasi produk sesuai dengan harapan konsumen.

Berdasarkan latar belakang tersebut penulis tertarik untuk meneliti mengenai Analisis Kepuasan Konsumen Atas Desain, Rumah dan Servis Pada Perumahan Griya Palem Hijau dibawah pengembang PT. Purnama Krisma Mulya dengan menggunakan metode Hombsat.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, penelitian ini mengambil rumusan masalah yaitu:

1. Bagaimanakah kepuasan konsumen perumahan Griya Palem Hijau dibawah pengembang PT. Purnama Krisma Mulya berdasarkan dimensi Hombsat (disain, rumah dan layanan)?
2. Apakah terdapat perbedaan kepuasan konsumen berdasarkan karakteristik konsumen (jenis kelamin, usia, pendapatan) berdasarkan dimensi Hombsat (disain, rumah dan layanan) dibawah pengembang PT. Purnama Krisma Mulya?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini dimaksudkan untuk memberikan arah dan pedoman suatu penelitian yang jelas, sehingga tidak menyimpang dari perumusan masalah. Tujuan penelitian tersebut adalah:

Untuk menganalisis kepuasan konsumen perumahan Griya Palem Hijau berdasarkan karakteristik konsumen (jenis kelamin, usia, pendapatan) dengan dimensi Hombsat (disain, rumah dan layanan) dibawah pengembang PT. Purnama Krisma Mulya.

D. Manfaat Penelitian.

Penelitian ini diharap dapat bermanfaat secara praktis maupun teoritis.

1. Manfaat Praktis.

a. Bagi Peneliti.

Memperdalam pengetahuan atau wawasan tentang kepuasan konsumen, terutama kepuasan pelanggan perumahan, baik secara teoritis maupun praktis dan untuk memahami lebih dalam mengenai pelaksanaan penelitian, penulisan laporan serta sebagai sarana pembaruan (*updating*) pengetahuan.

b. Bagi Perusahaan/Instansi Terkait.

Hasil penelitian ini diharapkan akan dapat menjadi bahan pertimbangan dan sumber informasi bagi perusahaan atau instansi terkait (PT. Purnama Krisma Mulya) 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.

c. Bagi Pihak Luar.

Sebagai tambahan referensi hasil analisis ilmiah m