

UNIVERSITAS DARMA PERSADA
PERPUSTAKAAN

**ANALISIS KEPUJASAN KONSUMEN TERHADAP
PENGUNAAN FASILITAS UMUM DI PASAR CIPULIR
(STUDI KASUS PT. MUTIARA PERMATA INDAH)**

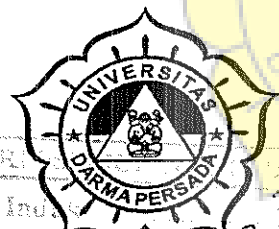

SKRIPSI

diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S-1)

Program Studi
Manajemen Pemasaran

Diajukan Oleh :

NAMA : ADRI FIRMANSYAH
NIM : 02410002



No Ind.	7/Skr - Fem/02 - 09
No Klas	658.812.FIR-a
Subjek	konsumen. hub
Asal	Adri F.
Dan lain-lain	skripsi Fem

JURUSAN MANAJEMEN 14-4-09

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DARMA PERSADA
JAKARTA
2007**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Adri Firmansyah
Nim : 02410002
Program Studi : (S-1) Ekonomi
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : **ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP
PENGUNAAN FASILITAS UMUM DI PASAR CIPULIR
(STUDI KASUS PT. MUTIARA PERMATA INDAH)**

Telah diperiksa dan disetujui, untuk diajukan dan diujikan dihadapan panitia penguji skripsi.

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen


(Firsan Nova, SE., MM.)

Jakarta, April 2007

Menyetujui,
Pembimbing I


(Drs. Fauzi Baisyir, MM.)

Pembimbing II


(Hanny Nurlatifah, Spi., MM.)

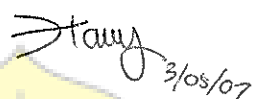
LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Adri Firmansyah
Nim : 02410002
Program Studi : (S-1) Ekonomi
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Telah dinyatakan lulus ujian skripsi pada tanggal 19 April 2007 dihadapan pembimbing dan penguji dibawah ini

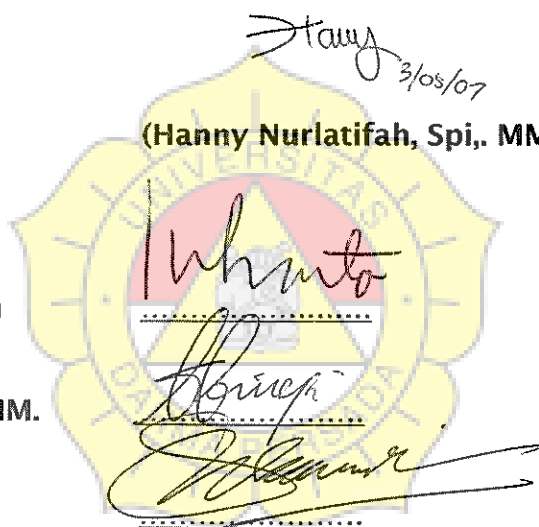
Pembimbing,


(Drs. Fauzi Baisyir, MM.)


(Hanny Nurlatifah, Spi., MM.)

Tim Penguji

Ketua : Dr. Suharto Rahman
Anggota : Drs. Fauzi Baisyir, MM.
: Sukardi, SE., MM.



Jakarta, 19 April 2007
Universitas Darma Persada
Program Sarjana Ekonomi (S-1)

Dekan Fakultas Ekonomi


(Drs. Fauzi Baisyir, MM.)

KATA PENGANTAR

Berkat Rahmat Allah SWT. , yang menjadikan perjalanan hidup manusia tahap demi tahap dan menjadikan tanda-tanda bagi setiap tahapan tersebut. Dalam dan salawat semoga senantiasa tercurah pada junjungan dan panutan nabi, Rasulullah SAW. berikut keluarga, sahabat dan orang-orang yang mengikuti beliau sampai akhir zaman sehingga Penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Adapun penyusunan skripsi ini ditujukan untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (SE) Strata Satu (S1) pada Universitas Darma Persada (UNSADA), meskipun banyak kesulitan dan halangan yang penulis hadapi dalam proses penyusunan skripsi ini namun, berkat bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak yang terkait kesulitan-kesulitan dan halangan tersebut dapat diatasi.

Dengan demikian, dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

Drs. Fauzi Baisyir, MM. selaku pembimbing pertama yang bersedia mengorbankan waktu dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.

Hanny Nurlatifah, Spi., MM. selaku pembimbing kedua yang bersedia mengorbankan waktu dan pikiran untuk memberikan bimbingan, arahan, sasaran, koreksi kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.

Firsan Nova, SE., MM. selaku ketua jurusan manajemen yang bersedia mengorbankan waktu dan pikiran untuk memberikan arahan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.

Ibu **Hj. Ir. Lestari** selaku Direktur Teknik, Bapak **Isra miryadin, SE.** selaku Manajer Pemasaran PT. MUTIARA PERMATA INDAH yang telah banyak mencurahkan waktu, pikiran dalam membantu penulis mengolah data-data, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Bapak/Ibu pimpinan dan Staf PT. MUTIARA PERMATA INDAH yang telah berkenan mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian serta memberikan data-data yang diperlukan penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.

Dosen-dosen Universitas Darma Persada yang telah memberikan pendidikan dan dukungan moril kepada penulis.

Kedua orang tua penulis, Alm. Zailani dan Hj. Sofiani, serta kakak dan adik : Hj. Ir. Lestari, Fian Setiawan, SE., Isra Miryadin, SE., Lesti, Siti Khodijah, H. Ir. Ridwan R.S., Desti R., Naufal A.R., Yang penulis cintai, atas doa, bantuan, serta dukungan mereka baik dukungan moril maupun materil bagi penulis

Anna Ratna Nurningsih Yang penulis cintai, atas doa, saran, bantuan, dorongan serta dukungan baik dukungan moril maupun materil bagi penulis.

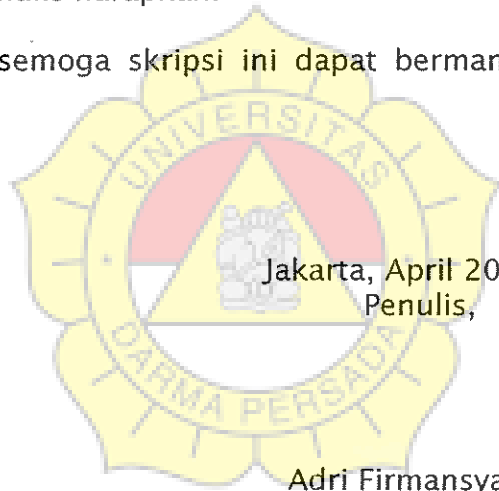
Sahabat-sahabat penulis yang tercinta : Otis, Felix, Ferri, Bayu, Gembul, Haris, Cabul, Nicko, Nanang, Igo, Leo "Tetap Semangat", Anom, Romi,

Fisi, Doni, Binyo, Aang, Adi, Sofa, Rahma, Dewi, Nadia, Fitri, Arjuno, PG Group dan teman-teman lainnya yang tidak dapat disebutkan namanya satu persatu, atas dukungan dan bantuannya dalam menyelesaikan skripsi ini.

D.Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang turut membantu dalam penyusunan dan penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak terlepas dari kekurangan-kekurangan yang ada. Oleh karena itu, saran dan kritik untuk menyempurnakan skripsi ini sangat penulis harapkan.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi segenap pembaca sekalian.



Jakarta, April 2007
Penulis,

Adri Firmansyah

ABSTRAK

DRI FIRMANSYAH, NIM: 02410002, judul penelitian: Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Penggunaan Fasilitas Umum Di Pasar Cipulir (Studi Kasus PT. Mutiara Permata Indah), dibawah bimbingan Fauzi Baisyir dan Anny Nurlatifah.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana harapan, persepsi konsumen dan sejauh mana tingkat kesesuaian konsumen terhadap kualitas fasilitas umum yang diberikan oleh PT. MPI selaku developer (pengembang) di Pasar Cipulir.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk menjawab permasalahan mengenai bagaimana tingkat harapan, persepsi dan kepuasan konsumen terhadap penggunaan fasilitas umum pada proyek pengembangan Pasar Cipulir, maka digunakan lima dimensi kualitas pelayanan (SERVQUAL) dinilai dengan skala likert dan dianalisis dengan diagram kartesius.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: tingkat kepuasan Konsumen Kios, Konter dan Pujasera terhadap penggunaan fasilitas umum di Pasar Cipulir adalah 26 responden Kios menyatakan puas PT. MPI menyediakan *line* telepon dengan baik dan karyawan PT. MPI selalu bersedia membantu pelanggan atas keluhan tempat parkir (99.02 %), 65 responden Konter adalah PT. MPI memiliki jam operasi yang nyaman bagi semua pelanggan (9.16%) dan 57 responden Pujasera adalah PT. MPI menyediakan listrik sesuai dengan kapasitas yang dijanjikan (93.60%).

ABSTRACTION

DRI FIRMANSYAH, NIM: 02410002, title research : *Analysis Satisfaction of consumer To Usage Of Public Facility in Market Cipulir (Case Study of P. Mutiara Permata Indah)*, Under Tuition of Fauzi Baisyr and of Hanny Irlatifah.

The intention of this research is to know how far expectation, perception of consumer and how far mount according to consumer to [common/ public] facility quality which given by PT. MPI as developer in Market of Cipulir.

The method which used in this research is by using descriptive method qualitative to answer formulation of problem about expectation storey;level, perception and satisfaction of consumer to usage of public facility Market development project of Cipulir, hence used five dimension of service quality (SERVQUAL) assessed with scale of likert and analysed with diagram bar chart.

The research result indicate that: storey;level satisfaction of Consumer Kios, counter and Pujasera to usage of public facility Market of Cipulir is 26 Kios responder express to satisfy PT. MPI provide line phone better and employees PT. MPI always ready to assist cutomer of sigh of place park (99.02 %), 65 responder of counter is PT. MPI have balmy operation hour for all cutomers (99.16%) and 57 responder of Pujasera is PT. MPI provide electric as according to promised capacities (93.60%).

DAFTAR ISI

EMBAR PERSETUJUAN	i
EMBAR PENGESAHAN	ii
ATA PENGANTAR	iii
BSTRAK & ABSTRACTION	vi
AFTAR ISI	viii
AFTAR TABEL	xii
AFTAR GAMBAR	xv
AFTAR LAMPIRAN	xvi
AB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Perumusan Masalah	5
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian	6
AB II LANDASAN TEORI	
2.1 Kerangka Teoritis	7
a. Pemasaran	7
b. Kepuasan konsumen	8
c. Pengertian Kualitas Pelayanan	10
d. Dimensi Kualitas	11
e. Pentingnya Mengetahui Kepuasan Pelanggan	15
f. Faktor-faktor yang Berpengaruh Terhadap Kepuasan	15
g. Gap yang Antara Kepuasan dan Harapan Konsumen	17
2.2 Kerangka Pemikiran	19
AB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	20
3.2 Jenis dan Sumber Data	20
a. Data Primer	20
b. Data Sekunder	20
3.3 Populasi dan Sampel	20
a. Populasi	20
b. Sampel	21
3.4 Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data	22
a. Penelitian Kepustakaan (<i>Library Research</i>)	22
b. Penelitian Lapangan (<i>Field Research</i>)	22
3.5 Metode Pengolahan dan Analisis Data	23
a. Analisis Tingkat Kesesuaian	23
b. Diagram Kartesius	24

3.6	Definisi Variabel Operasional	26
a.	Fasilitas Umum	26
b.	Dimensi Kepuasan Pelanggan	26
c.	Konsumen/Pelanggan	28

AB IV HASIL PENELITIAN dan PEMBAHASAN

4.1	Gambaran Umum Perusahaan dan Tempat Penelitian	29
4.2	Struktur Organisasi Perusahaan	29
a.	RUPS	29
b.	Dewan Komisaris	30
c.	Komisaris Utama	30
d.	Direktur Utama	31
e.	Direktur Teknik	31
f.	Direktur Administrasi dan Umum	32
g.	Direktur Pemasaran	32
4.3	Sejarah Singkat Proyek Pasar	32
a.	Pihak Pemerintah	33
b.	Pihak Developer	33
4.4	Pembahasan dan Analisis Hasil Penelitian	34
a.	Profil Konsumen	34
1.	Usia	35
2.	Jenis Kelamin	35
3.	Lama Berjualan	36
4.	Jenis Barang Dagangan	36
5.	Pendapatan Bersih Perbulan	37
6.	Ketersediaan Fasilitas Telepon di Tempat Berjualan/Berdagang	37
7.	Ketersediaan Fasilitas Instalasi Listrik di Tempat Berdagang	38
8.	Penggunaan Masjid Dalam Satu Hari	38
9.	Penggunaan Fasilitas Tempat Bongkar Muat (<i>Loading & Unloading</i>) Dalam Satu Minggu	39
b.	Analisis Tingkat Harapan Konsumen Terhadap Penggunaan Fasilitas Umum	39
1.	Analisis Tingkat Harapan Konsumen Kios Terhadap Penggunaan fasilitas Umum Berdasarkan Skor, Rata-rata dan Peringkat	42
2.	Analisis Tingkat Harapan Konsumen Konter Terhadap Penggunaan Fasilitas Umum Berdasarkan Skor, Rata-rata dan Peringkat	44
3.	Analisis Tingkat Harapan Konsumen Pujasera Terhadap Penggunaan Fasilitas Umum Berdasarkan Skor, Rata-rata dan Peringkat	46

4.	Analisis Dimensi <i>Tangibles</i> (Nyata) Tingkat Harapan Berdasarkan Peringkat, Skor dan Jenis Tempat Berdagang	48
5.	Analisis Dimensi <i>Reliability</i> (Keterandalan) Tingkat Harapan Berdasarkan Peringkat, Skor dan Jenis Tempat Berdagang	49
6.	Analisis Dimensi <i>Responsiveness</i> (Kesigapan) Tingkat Harapan Berdasarkan Peringkat, Skor dan Jenis Tempat Berdagang	50
7.	Analisis Dimensi <i>Assurance</i> (Jaminan/Kepastian) Tingkat Harapan Berdasarkan Peringkat, Skor dan Jenis Tempat Berdagang	51
8.	Analisis Dimensi <i>Empathy</i> (Empati) Tingkat Harapan Berdasarkan Peringkat, Skor dan Jenis Tempat Berdagang	52
c.	Analisis Tingkat Persepsi Konsumen Keseluruhan Terhadap Penggunaan Fasilitas Umum Berdasarkan Skor, Rata-rata dan Peringkat	53
1.	Analisis Tingkat Persepsi Konsumen Kios Terhadap Penggunaan Fasilitas Umum Berdasarkan Skor, Rata-rata dan Peringkat	56
2.	Analisis Tingkat Persepsi Konsumen Konter Terhadap Penggunaan Fasilitas Umum Berdasarkan Skor, Rata-rata dan Peringkat	59
3.	Analisis Tingkat Persepsi Konsumen Pujasera Terhadap Penggunaan Fasilitas Umum Berdasarkan Skor, Rata-rata dan Peringkat	62
4.	Analisis Dimensi <i>Tangibles</i> (Nyata) Tingkat Persepsi Berdasarkan Peringkat Skor dan Jenis Tempat Berdagang	65
5.	Analisis Dimensi <i>Reliability</i> (Keterandalan) Tingkat Persepsi Berdasarkan Peringkat Skor dan Jenis Tempat Berdagang	66
6.	Analisis Dimensi <i>Responsiveness</i> (Kesigapan) Tingkat Persepsi Berdasarkan Peringkat Skor dan Jenis Tempat Berdagang	67
7.	Analisis Dimensi <i>Assurance</i> (Jaminan/Kepastian) Tingkat Persepsi Berdasarkan Peringkat Skor dan Jenis Tempat Berdagang	68
8.	Analisis Dimensi <i>Empathy</i> (Empati) Tingkat Persepsi Berdasarkan Peringkat Skor dan Jenis Tempat Berdagang	69
d.	Tingkat kesesuaian (TKi) Kepuasan Konsumen Antara Harapan dan Persepsi Konsumen Terhadap Penggunaan Fasilitas Umum	71

1. Tingkat Kesesuaian (TKi) Kepuasan Konsumen Antara Harapan dan Persepsi Konsumen Pada Kios, Konter dan Pujasera Terhadap Penggunaan Fasilitas Umum	73
e. Diagram Kartesius	76
1. Diagram Kartesius Keseluruhan	76
2. Diagram Kartesius Kios	83
3. Diagram Kartesius konter	89
4. Diagram Kartesius Pujasera	95

AB V KESIMPULAN dan SARAN

5.1 Kesimpulan	101
5.2 Saran	102

AFTAR PUSTAKA	104
LAMPIRAN-LAMPIRAN	105



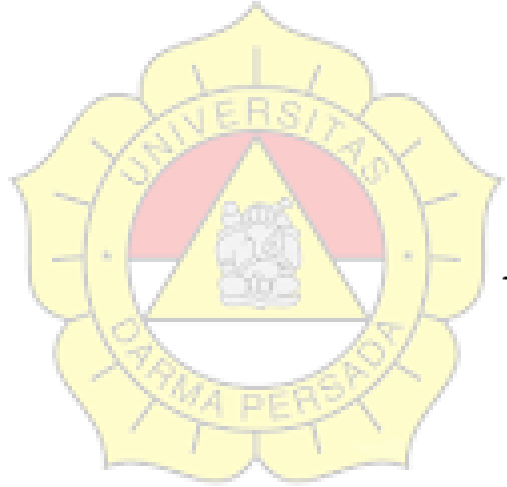
DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Jumlah Populasi dan Sampel	21
Tabel 2.	Skala Likert	24
Tabel 3.	Profil Konsumen Berdasarkan Usia	35
Tabel 4.	Profil Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin	35
Tabel 5.	Profil Konsumen Berdasarkan Lama Berjualan	36
Tabel 6.	Jenis Barang Dagangan	36
Tabel 7.	Pendapatan Bersih Perbulan	37
Tabel 8.	Fasilitas Telepon di Tempat Berjualan/Berdagang	37
Tabel 9.	Fasilitas Instalasi Listrik di Tempat Berdagang	38
Tabel 10.	Pengguna Masjid Dalam Satu Hari	38
Tabel 11.	Pengguna Fasilitas Tempat Bongkar Muat (<i>loading & un-loading</i>) Dalam Satu Minggu	39
Tabel 12.	Analisis Tingkat Harapan Konsumen Keseluruhan Terhadap Penggunaan Fasilitas Umum Berdasarkan Skor, Rata-rata dan Peringkat	41
Tabel 13.	Analisis Tingkat Harapan Konsumen Kios Terhadap Penggunaan Fasilitas Umum Berdasarkan Skor, Rata-rata dan Peringkat	43
Tabel 14.	Analisis Tingkat Harapan Konsumen Konter Terhadap Penggunaan Fasilitas Umum Berdasarkan Skor, Rata-rata dan Peringkat	45
Tabel 15.	Analisis Tingkat Harapan Konsumen Pujasera Terhadap Penggunaan Fasilitas Umum Berdasarkan Skor, Rata-rata dan Peringkat	47
Tabel 16.	Analisis Dimensi <i>Tangibles</i> (Nyata) Tingkat Harapan Berdasarkan Peringkat, Skor dan Jenis Tempat Berdagang	48

abel 17.	Analisis Dimensi <i>Reliability</i> (Keterandalan) Tingkat Harapan Berdasarkan Peringkat, Skor dan Jenis Tempat Berdagang	49
abel 18.	Analisis Dimensi <i>Responsiveness</i> (Kesigapan) Tingkat Harapan Berdasarkan Peringkat, Skor dan Jenis Tempat Berdagang	50
abel 19.	Analisis Dimensi <i>Assurance</i> (Jaminan/Kepastian) Tingkat Harapan Berdasarkan Peringkat,Skor dan Jenis Tempat Berdagang	52
abel 20.	Analisis Dimensi <i>Empathy</i> (Empati) Tingkat Harapan Berdasarkan Peringkat, Skor dan Jenis Tempat Berdagang	53
abel 21.	Analisis Tingkat Persepsi Konsumen Keseluruhan Terhadap Penggunaan Fasilitas Umum Berdasarkan Skor, Rata-rata dan Peringkat	55
abel 22.	Analisis Tingkat Persepsi Konsumen Kios Terhadap Penggunaan Fasilitas Umum Berdasarkan Skor, Rata-rata dan Peringkat	58
abel 23.	Analisis Tingkat Persepsi Konsumen Konter Terhadap Penggunaan Fasilitas Umum Berdasarkan Skor, Rata-rata dan Peringkat	61
abel 24.	Analisis Tingkat Persepsi Konsumen Pujasera Terhadap Penggunaan Fasilitas Umum Berdasarkan Skor, Rata-rata dan Peringkat	64
abel 25.	Analisis Dimensi <i>Tangibles</i> (Nyata) Tingkat Persepsi Berdasarkan Peringkat Skor dan Jenis Tempat Berdagang	66
abel 26.	Analisis Dimensi <i>Reliability</i> (Keterandalan) Tingkat Persepsi Berdasarkan Peringkat Skor dan Jenis Tempat Berdagang	67
abel 27.	Analisis Dimensi <i>Responsiveness</i> (Kesigapan) Tingkat Persepsi Berdasarkan Peringkat Skor dan Jenis Tempat Berdagang	68
abel 28.	Analisis Dimensi <i>Assurance</i> (Jaminan/Kepastian) Tingkat Persepsi Berdasarkan Peringkat Skor dan Jenis Tempat Berdagang	69
abel 28.	Analisis Dimensi <i>Empathy</i> (Empati) Tingkat Persepsi Berdasarkan Peringkat Skor dan Jenis Tempat Berdagang	70

abel 30. Tingkat Kesesuaian (TKi) Kepuasan Konsumen Antara Harapan dan Persepsi Konsumen Keseluruhan Terhadap Penggunaan Fasilitas Umum 72

abel 31. Tingkat Kesesuaian (TKi) Kepuasan Konsumen Antara Harapan dan Persepsi Konsumen Pada Kios, Konter dan Pujasera Terhadap Penggunaan Fasilitas Umum 75



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.	Kerangka Pemikiran	19
Gambar 2.	Diagram Kartesius	25
Gambar 3.	Diagram Kartesius Keseluruhan	82
Gambar 4.	Diagram Kartesius Kios	88
Gambar 5.	Diagram Kartesius konter	94
Gambar 6.	Diagram Kartesius Pujasera	100



DAFTAR LAMPIRAN

ampiran 1.	Surat Pemberitahuan Jumlah Populasi	106
ampiran 2.	Daftar Kuesioner	107
ampiran 3.	Data Kuesioner Harapan Konsumen	112
ampiran 4.	Data Kuesioner Persepsi Konsumen	116
ampiran 5.	Denah Pasar Cipulir	120



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Keberadaan suatu pasar dikarenakan adanya transaksi antara penjual dan pembeli dimana hal ini merupakan sesuatu yang sering kita jumpai apabila seseorang menginginkan sesuatu maka orang tersebut akan berusaha mendapatkan keinginannya dengan cara menukar apa yang dia miliki (uang) dengan barang yang dia inginkan. Semua konsumen yang memiliki kebutuhan atau keinginan tertentu mau melibatkan diri secara langsung dalam transaksi untuk menukar yang dia miliki dengan yang inginkannya. Dengan adanya minat dan penghasilan yang cukup maka konsumen akan memiliki kemampuan untuk mendapatkan barang yang inginkannya.

Dalam pasar modern, kepuasan konsumen menjadi suatu perhatian yang utama. Perhatian yang lebih besar barang kali ditujukan pada alat-alat, tata letak pasar, lingkungan yang bersih sedangkan untuk memenangkan persaingan pasar pada saat ini setiap perusahaan harus mampu memberikan fasilitas yang lebih kepada para konsumennya, misalnya : dengan memberikan produk dengan mutu yang baik, harga murah, kelengkapan yang lebih modern, penyerahan produk yang cepat dan pelayanan yang lebih baik dari pesaingnya.

Berbeda dengan pasar modern, pengembangan pasar pada saat ini sudah semakin baik dari segi fasilitas, fisik, dan sebagainya. Namun, pasar tradisional tidak merubah kaidah dari pasar itu sendiri, pasar tradisional memiliki ciri khas pada saat transaksi yaitu masih terjadi tawar-menawar antara pembeli dan penjual. Pada intinya, dalam pasar tradisional kepuasan konsumen tidak menjadi perhatian utama. Perhatian yang lebih besar ditujukan pada mencari laba atau keuntungan yang lebih besar. Dengan adanya pengembangan pasar pada saat ini pasar tradisional dari segi fisiknya dapat dikatakan sama dengan pasar modern. Dengan demikian hanya pengembangan pasar pada saat ini dapat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen yang semakin hari semakin berkembang dalam memenuhi kebutuhannya.

Dengan mengikuti perkembangan pasar yang semakin pesat maka pemerintah mengeluarkan kebijakan-kebijakan sebagai pengaruh dari hal tersebut, antara lain : Memberikan kenyamanan berdagang kepada para pedagang, mengangkat para pedagang kaki lima ke tempat yang lebih layak, memfasilitasi fasilitas yang sebelumnya tidak tersedia dan lebih nyaman. Contohnya masjid yang besar dan tempat parkir yang luas, menambah aset para pedagang, dan memberikan kenyamanan proses transaksi jual-beli para produsen dan konsumen.

Pasar Cipulir merupakan pusat Grosir Garmen terbesar ke-tiga yang berada di kawasan Jalan Raya Cipulir Jakarta Selatan, dimana keberadaan pasar Cipulir dikarenakan banyaknya permintaan yang tinggi dari masyarakat

tau konsumen yang menginginkan kelayakan bangunan yang nyaman dari segi fasilitas umum yang diberikan. Berdirinya pasar tersebut juga dapat meningkatkan dan menstabilkan jalannya roda perekonomian negara secara ekonomi mikro dan makro.

PT Mutiara Permata Indah (MPI) adalah perusahaan yang bergerak dibidang properti khususnya pengembangan bangunan-bangunan hunian, kawasan *resort*, fasilitas sosial dan fasilitas umum dan sebagainya. Adapun produk yang dihasilkan seperti rumah-rumah, *real estate* dan rumah-rumah apartemen, Hotel, Ruko, Kios, Konter dan Pujasera. Sejalan dengan perkembangnya Pasar properti di Indonesia, PT. MPI saat ini mengkonsentrasikan bisnisnya pada pengembangan tempat-tempat usaha retail, khususnya penyediaan kios dan counter di pasar-pasar tradisional yang ada di Jakarta. Dilihat dari hasil analisa tingkat klasifikasi Pasar yang ada di Jakarta, PT. MPI memilih Pasar Cipulir sebagai objek pengembangan. Perhubungan dengan jumlah pedagang serta perputaran transaksi di Pasar Cipulir adalah peringkat ketiga dari seluruh pasar-pasar yang ada di Jakarta (Sumber : Direktur Teknik PT. MPI). Untuk mencapai hasil produksi yang maksimal dan dalam pemenuhan kebutuhan para konsumennya, PT MPI memberikan beberapa perbaharuan produk dan fasilitas pendukung bangunan khususnya fasilitas umum bangunan, diantaranya : penyediaan masjid, menyediakan parkir yang sesuai dengan rasio penghuni dan sebagainya, memperbaharui instalasi listrik, memberikan keamanan dan

nyamanan kepada para konsumen, instalasi telepon serta penyediaan air yang memadai.

Kepuasan para konsumen sangat berperan penting untuk mengetahui sejauh mana PT. MPI mampu memberikan pelayanan yang terbaik terhadap produk utama dan produk pendukung yang diperjualbelikan. Tingkat kepuasan konsumen sangatlah tergantung pada mutu suatu produk. Dalam hal ini, bisa berupa barang yang diproduksi ataupun layanan jasa yang diberikan. Produk berupa barang dikonsentrasikan pada kepuasan pemenuhan fasilitas bangunan, sehingga para konsumen terlayani dan di beri kenyamanan serta kemudahan di dalam aktifitasnya.

Berdasarkan uraian di atas dapat terlihat jelas apabila konsumen senang atas pelayanan perusahaan maka konsumen tidak akan pernah meninggalkan perusahaan mungkin akan lebih cenderung mengajak relasi para konsumen untuk menjadi pelanggan perusahaan.

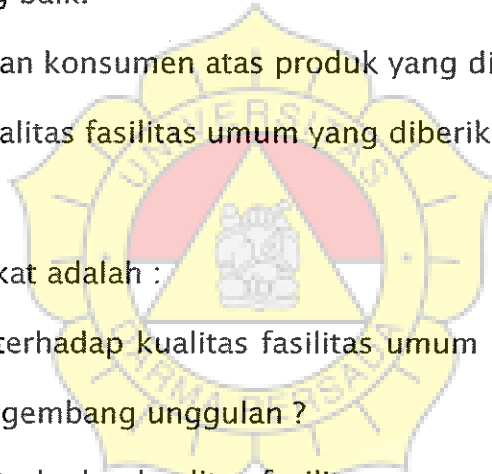
Sehubungan dengan hal tersebut di atas maka ditentukan judul skripsi :

**“ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP
PENGUNAAN FASILITAS UMUM DI PASAR CIPULIR
(STUDI KASUS PT. MUTIARA PERMATA INDAH)”**

2 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah yang diambil adalah :

- a. Bagaimana perusahaan pengembang tersebut dapat memenuhi kepuasan konsumen terhadap fasilitas umum.
- b. Apakah kepuasan yang didapat oleh konsumen (dalam hal ini pengguna Kios, Konter, Pujasera) terhadap fasilitas umum yang diberikan.
- c. Pentingnya kepuasan dalam pasar modern menuntut pengembang untuk memberikan fasilitas yang baik.
- d. Tuntutan harapan yang diinginkan konsumen atas produk yang dibeli.
- e. Persepsi konsumen terhadap kualitas fasilitas umum yang diberikan.



3 Perumusan Masalah

Perumusan masalah yang diangkat adalah :

- a. Bagaimana harapan konsumen terhadap kualitas fasilitas umum yang diharapkan dari perusahaan pengembang unggulan ?
- b. Bagaimana persepsi konsumen terhadap kualitas fasilitas umum yang diberikan oleh PT. MPI ?
- c. Bagaimana kesesuaian antara persepsi kualitas fasilitas umum dengan harapan konsumen Kios, Konter, Pujasera di Pasar Cipulir ?

4 Tujuan Penelitian

Adapun penelitian ini dilakukan dengan tujuan sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui harapan konsumen terhadap kualitas fasilitas umum yang diberikan perusahaan pengembang unggulan.

- b. Untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap kualitas fasilitas umum yang diberikan oleh PT. MPI.
- c. Untuk mengetahui tingkat kesesuaian antara persepsi kualitas fasilitas umum dengan harapan konsumen Kios, Konter, Pujasera di Pasar Cipulir.

.5. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan berguna bagi penulis maupun perusahaan yang diteliti, yaitu :

Bagi Perusahaan.

Setelah PT. MPI mengetahui persepsi konsumen terhadap fasilitas umum yang diberikan dan tingkat kesesuaian antara persepsi dan harapan kualitasnya diharapkan PT. MPI dapat memenuhi harapan konsumen terhadap kualitas fasilitas umum yang diberikan.

