



TESIS - BM185407

## ANALISIS SERVICE QUALITY DAN IMPROVEMENT PADA INDEKOS DI KOTA MALANG

RYAN CAKRA PAMUNGKAS  
09211750025020

Dosen Pembimbing:  
Ir.I Putu Artama Wiguna, MT, Ph.D

Departemen Manajemen Teknologi  
Fakultas Desain Kreatif Dan Bisnis Digital  
Institut Teknologi Sepuluh Nopember  
2020



## LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Tesis disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar

**Magister Manajemen Teknologi (M.MT)**

di

**Institut Teknologi Sepuluh Nopember**

Oleh:

**Ryan Cakra Pamungkas**

**NRP: 09211750025020**

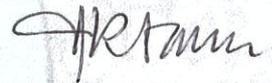
**Tanggal Ujian: 16 Januari 2020**

**Periode Wisuda: Maret 2020**

Disetujui oleh:

**Pembimbing:**

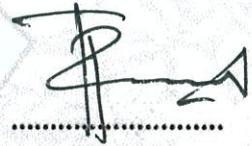
1. **Ir. I Putu Artama Wiguna, MT, Ph.D.**  
**NIP: 196911251999031001**



.....

**Penguji:**

1. **Tri Joko Wahyu Adi, ST, MT, Ph.D**  
**NIP: 197404202002121003**



.....

2. **M. Arif Rohman, ST, MSc, Ph.D**  
**NIP: 197712082005011002**



.....



**Kepala Departemen Manajemen Teknologi**  
**Fakultas Desain Kreatif Dan Bisnis Digital**

  
**Prof. Ir. I Nyoman Pujawan, M.Eng, Ph.D, CSCP**  
**NIP: 196912311994121076**

# ANALISIS SERVICE QUALITY DAN IMPROVEMENT PADA INDEKOS DI KOTA MALANG

Nama Mahasiswa : Ryan Cakra Pamungkas  
NRP : 09211 7500 25 020  
Dosen Pembimbing : Ir. I Putu Artama Wiguna, MT, Ph.D

## ABSTRAK

Banyak pelajar dari luar kota yang ingin melanjutkan studi lanjut di Kota Malang. Sebagai pengelola indekos seharusnya tanggap dengan ekspektasi para pelanggan yang akan menyewa kamar untuk ditinggali dan persepsi/performance apa yang perlu ditingkatkan agar pelanggan betah tinggal dengan jangka waktu yang lama. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui kualitas layanan apa yang paling penting dari 5 dimensi *service quality* (*reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangibles*) serta improvementnya agar pengelola indekos dapat meningkatkan pelayanan kepada para pelanggan indekos.

Pada penelitian ini terdapat 3 tipe indekos yang diamati sebagai objek penelitian. Indekos tipe A dengan range harga (Rp 400.000-Rp 500.00), Indekos tipe B dengan range harga (Rp 500.000-Rp 600.000), dan Indekos tipe C dengan range harga (>Rp 600.000). Metode *GAP Analysis, Importance Performance Analysis* dan *Quality Function Development* digunakan untuk menganalisis persepsi dan ekspektasi terhadap *service quality* yang dilihat dari lima dimensi (*reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangibles*) pada indekos yang berada di Kota Malang. Teknik analisa yang dilakukan adalah deskriptif kuantitatif dan data didapatkan dari menyebarkan kuesioner kepada beberapa pelanggan indekos secara kebetulan (*Incidental sampling*) kemudian data akan diolah dengan metode *Importance Performance Analysis* dan *Quality Function Development* dengan menggunakan *tools House of Quality*.

Pada penelitian ini ditemukan bahwa indekos tipe B dan tipe C memiliki nilai gap negatif terhadap seluruh dimensi *service quality* (*reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangibles*) yang terbukti bahwa semua responden sebagai pengguna tidak puas terhadap pelayanan yang disediakan oleh pengelola indekos, sedangkan indekos tipe A hampir semua dimensi *service quality* menunjukkan angka nilai gap positif yang terbukti bahwa responden indekos tipe A puas terhadap pelayanan yang disediakan oleh pengelola indekos. Berdasarkan hasil penelitian *Service quality empathy* (Lebih memberikan space dan fleksibilitas terhadap aturan) menjadi dimensi yang paling penting untuk diimprovisasi dalam meningkatkan pelayanan indekos.

**Kata Kunci:** *service quality, indekos, Importance Performance Analysis, House of Quality*

*(Halaman ini sengaja dikosongkan)*

# **ANALYSIS OF SERVICE QUALITY AND IMPROVEMENT IN BOARDING HOUSES LOCATED IN MALANG CITY**

Name of Student : Ryan Cakra Pamungkas  
NRP : 09211 7500 25 020  
Supervisor : Ir. I Putu Artama Wiguna, MT, Ph.D

## **ABSTRACT**

Many students from out of the city want to pursue their studies in Malang. Boarding house managers should be responsive to the expectations of customers who will rent rooms to live in and what perceptions/performance needs to be improved so that customers feel comfortable staying for long periods of time. The purpose of this study was to find out what is the most important of the 5 dimensions of service quality (reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangibles) and its improvement so that boarding house managers can improve services to their customers.

In this study there were 3 types of boarding houses that were observed as research objects. Type A boarding houses with a price range (IDR 400,000- IDR 500.00), Type B boarding houses with a price range (IDR 500,000- IDR 600,000), and Type C boarding houses with a price range (>IDR 600,000). *GAP Analysis*, *Importance Performance Analysis* and *Quality Function Development* methods were used to analyze the perceptions and expectations of service quality viewed from five dimensions (reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangibles) in boarding houses in Malang. The analysis technique used was descriptive quantitative and data were obtained from distributing questionnaires to several boarding house customers by chance (Incidental sampling) then the data would be processed using the Importance Performance Analysis and Quality Function Development methods using the House of Quality tools.

In this study, it was found that type B and type C boarding houses had negative gaps in all dimensions of service quality (*reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangibles*) which proved that all respondents as users were dissatisfied with the services provided by the boarding house managers, while in Type A boarding houses, almost all dimensions of service quality showed a positive gap value that was proven that Type A boarding respondents were satisfied with the services provided by the boarding house managers. Based on the research results of *Service Quality Empathy* (giving more space and flexibility to the rules) was the most important dimension to be improvised in improving boarding house services.

**Keywords:** service quality, boarding house, Importance Performance Analysis, House of Quality

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT, karena atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis yang berjudul “**ANALISIS SERVICE QUALITY DAN IMPROVEMENT PADA INDEKOS DI KOTA MALANG**” dengan baik.

Dalam menyusun tesis, penulis telah banyak mendapat bantuan dan bimbingan. Maka dari itu penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua penulis serta kakak yang telah memberikan dukungan secara penuh baik mental maupun materiil.
2. Bapak I Putu selaku pembimbing yang selalu bersedia meluangkan waktunya dan membimbing saya dari 0 dengan sabar.
3. Bapak Trijoko dan Bapak Arif selaku penguji dalam ujian tesis yang telah memberikan masukan dan arahan pada penyusunan tesis.
4. Dan semua responden yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu dan telah sangat membantu penulis untuk dapat menyelesaikan tesis ini.

Penulis pun menyadari bahwa penulis tidak terlepas dari kekurangan dan keterbatasan. Begitupun dalam penyusunan tugas akhir ini, dengan kerendahan hati penulis menantikan adanya masukan, baik berupa saran maupun kritik yang dapat bersifat membangun guna penyusunan laporan-laporan yang akan datang.

Akhir kata penulis berharap agar tugas akhir ini dapat bermanfaat dan berguna bagi pembaca dan semua pihak yang memerlukan.

Malang, 2019

Ryan.

*(Halaman ini sengaja dikosongkan)*

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	iii
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	3
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	3
1.4 Batasan Masalah.....	3
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN DASAR TEORI .....</b>	<b>5</b>
2.1 Definisi.....	5
2.1.1 Pengertian Indekos .....	5
2.2 Keputusan Untuk Membeli .....	5
2.3 Dimensi Servqual .....	6
2.3.1 Servqual Pada Boarding House.....	7
2.4 Real Estate Development .....	7
2.5 Metode IPA .....	8
2.6 Metode QFD .....	11
2.7 Penulisan Terdahulu.....	13
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>19</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	19
3.2 Lokasi Penelitian.....	19
3.3 Variabel Penelitian .....	19
3.4 Pengumpulan Data .....	20

3.5 Populasi, Sampel dan Sampling .....	20
3.6 Penyebaran Kuisisioner .....	20
3.7 Analisis Data.....	22
3.8 Bagan Alir Penelitian.....	22
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>24</b>
4.1 Gambaran Umum Indekos .....	24
4.2 Gambaran Umum Responden.....	25
4.3 Deskriptif Analisis Data .....	27
4.3.1 Analisis Metode IPA.....	31
4.3.2 Improvement Dengan QFD .....	36
4.4 Investasi Yang Dikeluarkan Guna Mengupgrade Teknologi Informasi.....	37
4.5 Pembahasan Penelitian .....	38
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>42</b>
5.1 Kesimpulan .....	42
5.2 Saran .....	43
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>44</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	15
Tabel 4.1 Hasil Uji <i>GAP Analysis</i> Pada Indekos Tipe A .....	27
Tabel 4.2 Tabel Servqual Indekos Tipe A .....	28
Tabel 4.3 Hasil Uji <i>GAP Analysis</i> Pada Indekos Tipe B.....	28
Tabel 4.4 Tabel Servqual Indekos Type B .....	29
Tabel 4.5 Hasil Uji <i>GAP Analysis</i> Pada Indekos Tipe C.....	30
Tabel 4.6 Tabel Servqual Indekos Type C .....	30
Tabel 4.7 Tabel Gabungan Servqual Indekos.....	31

*(halaman ini sengaja dikosongkan)*

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Respon Pembeli.....	6
Gambar 2.2 Kerangka Berfikir .....	8
Gambar 2.3 Kuadran IPA .....	10
Gambar 2.4 Gambar HOQ.....	12
Gambar 4.1 Pemandangan Indekos .....	25
Gambar 4.2 Distribusi Responden.....	25
Gambar 4.3 Distribusi Lama Responden.....	26
Gambar 4.3 Distribusi Kontrak Pembayaran Responden.....	26

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur kehadirat Allah SWT, karena atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis yang berjudul “**ANALISIS SERVICE QUALITY DAN IMPROVEMENT PADA INDEKOS DI KOTA MALANG**” dengan baik.

Dalam menyusun tesis, penulis telah banyak mendapat bantuan dan bimbingan. Maka dari itu penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua penulis serta kakak yang telah memberikan dukungan secara penuh baik mental maupun materiil.
2. Bapak I Putu selaku pembimbing yang selalu bersedia meluangkan waktunya dan membimbing saya dari 0 dengan sabar.
3. Bapak Trijoko dan Bapak Arif selaku penguji dalam ujian tesis yang telah memberikan masukan dan arahan pada penyusunan tesis.
4. Dan semua responden yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu dan telah sangat membantu penulis untuk dapat menyelesaikan tesis ini.

Penulis pun menyadari bahwa penulis tidak terlepas dari kekurangan dan keterbatasan. Begitupun dalam penyusunan tugas akhir ini, dengan kerendahan hati penulis menantikan adanya masukan, baik berupa saran maupun kritik yang dapat bersifat membangun guna penyusunan laporan-laporan yang akan datang.

Akhir kata penulis berharap agar tugas akhir ini dapat bermanfaat dan berguna bagi pembaca dan semua pihak yang memerlukan.

Malang, 2019

Ryan.

*(Halaman ini sengaja dikosongkan)*

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Saat ini Kota Malang mengalami peningkatan jumlah penduduk yang signifikan. Iklim udara yang sejuk, banyaknya tempat pariwisata dan beberapa universitas unggul tingkat nasional yang berada di Kota Malang yang menarik perhatian banyak pelajar dari luar kota atau dari luar pulau Jawa yang ingin melanjutkan studi lanjut di Kota Malang.

Ketika para lulusan sekolah menengah atas yang berasal dari luar kota dan telah lolos seleksi ujian masuk perguruan tinggi, tentunya mereka akan mencari kebutuhan primer seorang manusia yang salah satunya adalah tempat tinggal, perpindahan mereka ini akan mengarah kepada pilihan tempat tinggal sementara yaitu indekos atau mengontrak rumah (Utomo, 2009). Indekos atau sering disebut kos-kosan adalah sejenis kamar sewa yang disewa (booking) selama kurun waktu tertentu. Umumnya booking kamar dilakukan selama kurun waktu satu tahun serta memiliki fungsi sebagai tempat tinggal sementara (Utomo, 2009).

Dalam fenomena yang ada, sering ditemukan para perantau seperti mahasiswa yang bingung memilih indekos seperti apa atau bisa dilihat banyaknya kasus mahasiswa melakukan pindahan indekos selama mereka menjadi perantau, hal ini disebabkan oleh beberapa faktor seperti fasilitas yang disediakan tidak dapat menunjang kehidupan para penghuni indekos, lokasi indekos yang jauh dari tempat kuliah, kebersihan lingkungan indekos, dan penyewa indekos merasa tidak nyaman karena ekspektasi tentang indekos yang ditempati tidak sesuai dengan harapannya.

*Service quality* merupakan suatu sikap dan perilaku dalam memberikan pelayanan sesuai dengan kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen yang dilayani. *Service quality* yang baik mampu meningkatkan kepuasan pelanggan dan mempertahankan loyalitas pelanggan. Caruana,(2002); Parasuraman et al., (1994); Cronin dan Taylor 1992; Bitner et al., (1990) membuktikan bahwa kualitas

layanan terkait dengan kepuasan pelanggan. Heskett et al. (1997) mengemukakan bahwa memenuhi harapan pelanggan terhadap kualitas layanan memiliki hubungan langsung dengan profitabilitas perusahaan. Karena kualitas layanan yang bagus dapat mendorong kepuasan pelanggan dan pelanggan yang puas sangat mungkin untuk dipertahankan sebagai pelanggan setia suatu perusahaan, kualitas layanan yang baik berdampak positif terhadap profitabilitas dengan meningkatkan basis pelanggan dari suatu perusahaan, yang memungkinkan perusahaan untuk membebaskan harga premium untuk produk layanan mereka.

Salah satu tantangan ketika membahas topik mengenai *service quality* pada indekos adalah adanya perbedaan interpretasi mengenai ekspektasi para pelanggan indekos dengan persepsi yang dihadapi. Contohnya untuk indekos yang mematok harga sewa tinggi tetapi fasilitasnya tidak lengkap, indekos yang mematok harga lebih rendah tetapi memiliki fasilitas lebih lengkap. Dari fenomena ini peneliti ingin mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh dalam *service quality* pelanggan pada indekos di Kota Malang dan bagaimana *improvement* yang dapat dilakukan agar dapat menjembatani antara ekspektasi dan persepsi dari penghuni indekos sehingga dapat mempertahankan loyalitas pelanggan dan juga dapat menambah keuntungan.

Untuk itu perlu diadakan penelitian tentang *service quality* pada indekos supaya pengelola indekos dapat mengetahui dan mampu untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada para pelanggan dengan mampu menjembatani antara ekspektasi dengan persepsi pelanggan yang akan menyewa indekos untuk ditinggali.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif yang langsung dilakukan di lapangan untuk mendapatkan data primer melalui kuisisioner dan wawancara secara mendalam kepada para pelanggan dan pengelola indekos. Pada penelitian ini variabel yang digunakan adalah *servqual* dengan lima dimensi (*reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangibles*), *Importance performance analysis*, dan manajemen kualitas. Variabel-variabel tersebut diukur dengan beberapa indikator yang telah digunakan pada penelitian terdahulu. Indikator pada variabel tersebut adalah: (*reliability, responsiveness, assurance,*

*empathy*, dan *tangibles*). Masing-masing indikator tersebut selanjutnya akan diterjemahkan oleh peneliti ke dalam pernyataan yang diukur menggunakan skala Likert.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Dari uraian latar belakang yang ada, rumusan masalah yang ada dalam penelitian ini adalah:

1. Faktor *service quality* apa yang paling penting dianggap oleh pelanggan indekos?
2. Bagaimana langkah *improvement* yang tepat untuk meningkatkan kualitas indekos ?

## **1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui ekspektasi para pelanggan indekos terhadap harga kamar yang ditawarkan dan persepsi/performance apa yang harus dilakukan pengelola indekos agar ekspektasi pelanggan indekos terpenuhi serta menganalisis harapan dan persepsi konsumen terhadap *service quality* yang dilihat dari lima dimensi (*reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles*) pada kos kosan yang berada di Kota Malang.

Manfaat dari penelitian ini adalah memberikan pengetahuan kepada para pemilik indekos dalam memenuhi kemauan para pelanggannya yang diharapkan penelitian ini juga dapat digunakan sebagai dasar *improvement* agar mereka dapat memenuhi kepuasan para pelanggan. *Improvement* yang dimaksudkan adalah perbaikan layanan kepada para pelanggan atau menyediakan fasilitas yang paling diinginkan para pelanggan tanpa kenaikan harga yang terlalu tinggi.

## **1.4 Batasan Masalah**

Untuk mendapatkan hasil yang sesuai dengan referensi serta tidak menyimpang dari permasalahan yang dianalisa maka terdapat beberapa batasan masalah yang perlu diperhitungkan, yaitu:

1. Penelitian ini hanya akan dilakukan di Kota Malang.
2. Indekos khusus para Pelajar/Mahasiswa

*(Halaman ini sengaja dikosongkan)*

## **BAB 2**

### **KAJIAN PUSTAKA DAN DASAR TEORI**

#### **2.1 Definisi**

##### **2.1.1 Definisi Indekos**

Indekost adalah menumpang tinggal dan makan dengan membayar; memondok (KBBI, 2007). Dalam Wikipedia definisi kost adalah sebuah jasa yang menawarkan kamar untuk ditinggali dengan sejumlah pembayaran tertentu setiap periode (umumnya pembayaran dilakukan setiap bulan). Kata “kost” berasal dari bahasa Belanda yakni *in the kost*. Definisi “*in the kost*” sesungguhnya adalah “makan didalam” apabila dijabarkan lebih lanjut dapat pula berarti “tinggal dan ikut makan” didalam rumah tempat menumpang tinggal.

Pada dasarnya, rumah kost adalah rumah hunian yang menyediakan kamar untuk tinggal, lengkap dengan perabot standart tempat kost yakni tempat tidur dan lemari. Pembayarannya dilakukan bulanan, dan penghuni kost (biasa disebut anak kost, walaupun mungkin sama sekali bukan anak-anak) biasanya sudah tidak membayar biaya listrik dan air kecuali dalam kondisi tertentu, misalnya pelanggan membawa barang elektronik yang menyerap daya listrik yang cukup besar.

Indekos didesain untuk memenuhi kebutuhan hunian pelanggan yang bersifat tidak permanen dengan sasaran pada umumnya adalah mahasiswa dan pekerja perantau yang berasal dari luar kota. Namun, banyak juga indekos yang ditempati oleh masyarakat umum yang tidak berasal dari luar kota seperti masyarakat yang tidak memiliki rumah pribadi dan ingin berdekatan dengan lokasi tempat mereka bekerja/beraktifitas.

#### **2.2 Keputusan Untuk Membeli**

TQM keputusan membeli ( *purchase decision* ) merupakan salah satu dimensi dari perilaku membeli ( *buying behaviour* ) dan sebagai respon akhir dari proses perilaku membeli. Model dari tahapan respon konsumen dapat digambarkan pada model sebagai berikut :



Gambar 2.1 Model Respon Pembeli ( Effendy, 2003)

Menurut Assael (1998), keputusan untuk membeli (*purchase decision*) adalah tindakan akhir yang dilakukan terhadap obyek dan merupakan perilaku yang muncul setelah terbentuk keinginan untuk membeli (*purchase initiation*) dan adanya persepsi terhadap obyek.

### 2.3 Dimensi Servqual

Skala *service quality* telah dikembangkan oleh Parasuraman et al. (1985, 1988), mereka bertujuan untuk menyediakan instrumen umum yang mampu mengukur *service quality* di seluruh wilayah dari berbagai kategori layanan. Mengandalkan informasi dari 12 kelompok fokus konsumen, Parasuraman et al. (1985) melaporkan bahwa konsumen mengevaluasi *service quality* dengan membandingkan ekspektasi (layanan yang akan diterima) dengan persepsi (layanan sebenarnya diterima) pada sepuluh dimensi: bukti fisik, keandalan, daya tanggap, komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi, memahami / mengetahui pelanggan, sopan santun, dan akses. Dalam karya selanjutnya (Parasuraman et al. (1988), penulis mengurangi sepuluh yang asli dimensi menjadi lima dimensi yang daintara lain:

- *Tangibles* → Berhubungan dengan fasilitas fisik, peralatan dan personel
- Keandalan → Berhubungan dengan kemampuan untuk melakukan layanan yang dijanjikan
- Daya Tanggap → Berhubungan dengan kemauan untuk membantu para pelanggan dengan cepat dan tanggap
- Empati → Berhubungan dengan perawatan dan perhatian terhadap pelanggan

- Jaminan → Sebuah pengetahuan dan kemampuan untuk menyampaikan kepercayaan dan keyakinan. Dimensi ini mungkin menjadi perhatian khusus bagi pelanggan layanan kesehatan, keuangan dan hukum

### **2.3.1 SERVQUAL Pada Boarding House**

Sebagai instrumen, SERVQUAL telah menjadi model utama untuk mengukur kualitas layanan dalam penginapan( Kandampully et al., 2011; Wang et al., 2007; Mey et al., 2006). Sebuah pemilihan kualitas layanan yang ditetapkan seringkali didasarkan pada persepsi pengunjung atau perspektif manajemen penginapan ( Chand, 2010; Briggs et al., 2007). ( Tsang dan Qu ,2000 ) memberikan contoh berbagai studi yang menunjukkan bahwa harapan para tamu pada kualitas layanan di industri hotel Cina secara konsisten lebih buruk daripada harapan mereka.

Hal ini menunjukkan bahwa banyak penelitian tentang kualitas layanan telah dilakukan di hotel/penginapan di seluruh dunia. Sangat menarik untuk diketahui bahwa penelitian tentang kualitas layanan pada penginapan sering menggunakan model SERVQUAL dengan hasil yang beragam. Beberapa ahli menganggap model SERVQUAL sebagai model yang andal instrumen, sementara yang lain percaya bahwa ada dimensi layanan di penginapan yang spesifik hilang dalam skala SERVQUAL ( Qu dan Yung-Sit, 2007). Oleh karena itu, sangat penting untuk menyesuaikan skala SERVQUAL dengan kebutuhan yang diperlukan.

Meskipun ada studi yang memodifikasi dan menguji model SERVQUAL di berbagai pengaturan hotel, sebagian besar penelitian dilakukan dinegara bagian barat, yang pola perilaku masyarakatnya berbeda dengan negara berkembang. Perdebatan tentang kualitas layanan masih jauh dari kata selesai dan masih ada peluang berkontribusi untuk literatur kualitas layanan (Samen et al, 2013).

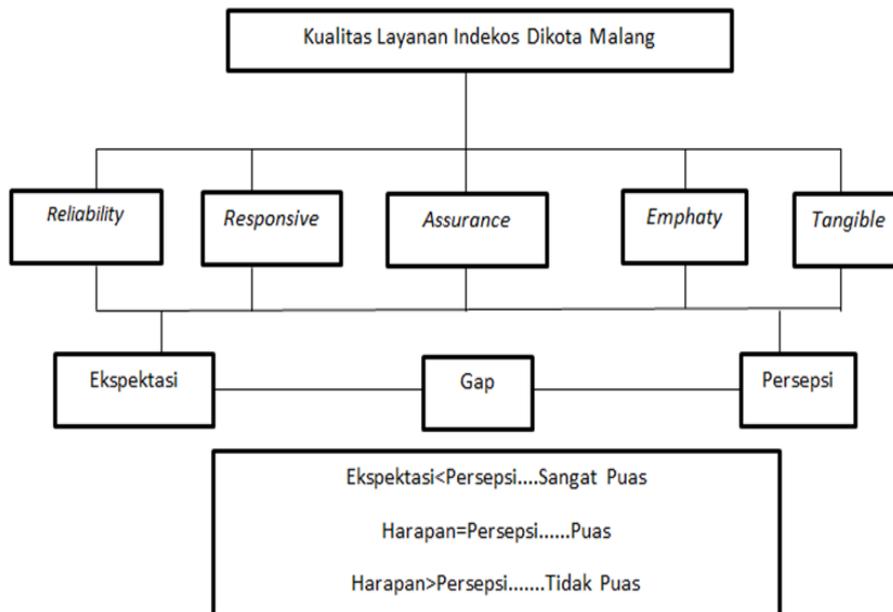
## **2.4 Real Estate Development**

Dalam buku *Real Estate Development, Investment Analysis, Project Management And Architectural Design Practices In Hongkong/China/Asia*, *Real Estate Development* melibatkan penggabungan berbagai proses dan aspek-aspek seperti analisis pasar, analisis keuangan, perencanaan kota / tata kota, administrasi pertanahan dan kepemilikan, pembebasan lahan dan negosiasi, komunitas-politik dan persetujuan administrasi-pemerintah, desain arsitektur, penganggaran konstruksi, kontrak dan tender, bangunan konstruksi dan pengawasan lokasi, manajemen proyek, hunian manajemen, pemasaran dan penyewaan, disposisi, properti dan manajemen fasilitas, dan pajak / akuntansi .

Adapun proyek pengembangan real estat komersial swasta, dengan dasar rumus keuangannya seperti : ( Pendapatan dalam hal hasil penjualan dan pendapatan sewa - Biaya dalam hal tanah keras dan biaya konstruksi dan biaya lunak lainnya seperti biaya profesional dan pembayaran bunga ) = untung (atau rugi).

## **2.5 Metode *Importance Performance Analysis***

Metode *Importance-Performance Analysis* bertujuan untuk mengetahui kesenjangan antara kinerja dengan harapan dari produk layanan untuk menganalisis tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Dalam konsep ini diformulasikan 5 dimensi yaitu *Tangible, Realibility, Responsibility, Assurance* dan *Empathy*. Untuk keterangan lebih lanjut dapat dilihat pada gambar 2.2 sebagai berikut :



Gambar 2.2 Kerangka Berfikir

Gap (+) positif akan diperoleh apabila skor persepsi lebih besar dari skor harapan yang artinya pelanggan puas terhadap pelayanan yang diberikan, sedangkan apabila skor harapan lebih besar daripada skor persepsi akan diperoleh gap (-) negative yang artinya pelanggan tidak puas terhadap pelayanan yang diberikan. Semakin tinggi skor harapan dan semakin rendah skor persepsi, berarti gap semakin besar.

Semakin baik penilaian pelanggan akan semakin kecil selisih skor yang diperoleh dari apa yang dialami (persepsi) dengan apa yang diinginkan (harapan). Semakin kecil selisih tersebut berarti pelanggan semakin puas atas layanan yang diterima atau kualitas pelayanannya sangat bagus. Namun, semakin besar selisih yang dialami dengan yang diharapkan berarti semakin rendah penilaian responden terhadap mutu pelayanan yang diterimanya.

*Importance-Performance Analysis* terdiri atas dua komponen yaitu, analisis kuadran dan analisis kesenjangan (*gap*). Dengan analisis kuadran dapat diketahui respon konsumen terhadap produk layanan yang diplotkan berdasarkan tingkat kepentingan dan kinerja dari produk layanan tersebut. Sedangkan analisis

kesenjangan (*gap*) digunakan untuk melihat kesenjangan antara kinerja suatu produk layanan dengan harapan konsumen terhadap produk layanan tersebut.

Langkah pertama untuk analisis kuadran adalah menghitung rata-rata penilaian kepentingan dan kinerja setiap produk layanan dengan rumus:

$$\bar{X}_i = \frac{\sum_{i=1}^k X_i}{n} \dots\dots\dots (1)$$

$$\bar{Y}_i = \frac{\sum_{i=1}^k Y_i}{n} \dots\dots\dots (2)$$

Di mana:

$\bar{X}_i \bar{X}_i$  = Bobot rata-rata tingkat penilaian kinerja produk layanan ke-i

$\bar{Y}_i \bar{Y}_i$  = Bobot rata-rata tingkat penilaian kepentingan produk layanan

ke-i

n = Jumlah responden

Selanjutnya adalah menghitung rata-rata tingkat kepentingan dan kinerja untuk keseluruhan produk layanan dengan rumus:

$$\bar{\bar{X}} = \frac{\sum_{i=1}^k \bar{X}_i}{n} \dots\dots\dots (3)$$

$$\bar{\bar{Y}} = \frac{\sum_{i=1}^k \bar{Y}_i}{n} \dots\dots\dots (4)$$

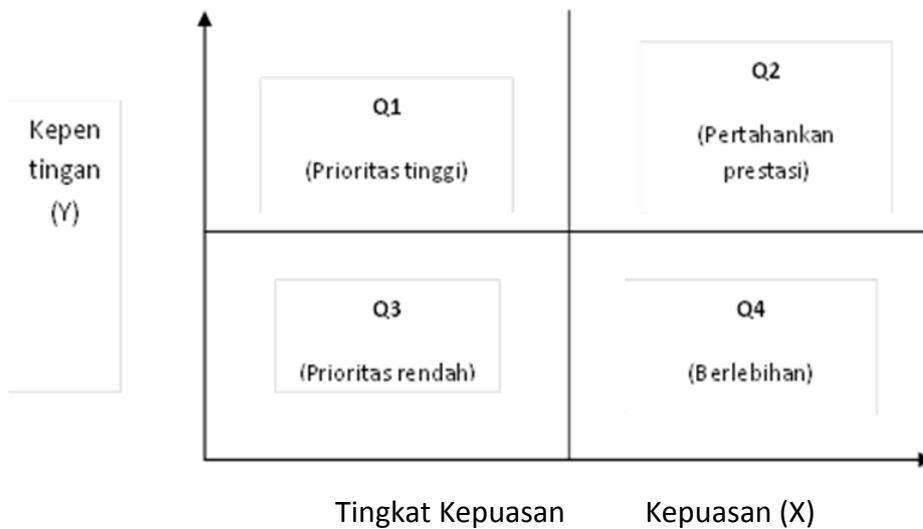
Di mana:

$\bar{X}_i \bar{X}_i$  = Nilai rata-rata kinerja produk layanan

$\bar{Y}_i \bar{Y}_i$  = Nilai rata-rata kepentingan produk layanan

n = Jumlah produk layanan

Nilai  $\bar{\bar{X}}$  ini memotong tegak lurus pada sumbu horizontal, yakni sumbu yang mencerminkan persepsi produk layanan (X) sedangkan nilai  $\bar{\bar{Y}}$  memotong tegak lurus pada sumbu vertikal, yakni sumbu yang mencerminkan harapan produk layanan (Y). Setelah diperoleh bobot kinerja dan kepentingan produk layanan serta nilai rata-rata kinerja dan kepentingan produk layanan, kemudian nilai-nilai tersebut diplotkan ke dalam diagram kartesius seperti yang ditunjukkan pada Gambar 2.3.



Sumber : Adaptasi dari John A. Martilla and John C. James, "Importance Performance Analysis", *Journal of Marketing*, January, 1977

Gambar 2.3. Kuadran *Importance-Performance Analysis*

Dari gambar tersebut terdapat 4 kuadran :

Q1 (Prioritas Tinggi). Kuadran ini memuat layanan dan fasilitas indekos yang dianggap penting oleh pelanggan tetapi pada kenyataannya layanan tersebut belum sesuai dengan harapan para pelanggan. Tingkat kinerja dari produk layanan tersebut lebih rendah daripada tingkat harapan pelanggan terhadap produk layanan tersebut.

Q2 (Pertahankan prestasi). Layanan yang terdapat dalam kuadran ini menunjukkan bahwa produk layanan tersebut penting dan memiliki kinerja yang tinggi. Produk layanan ini perlu dipertahankan untuk waktu yang akan datang.

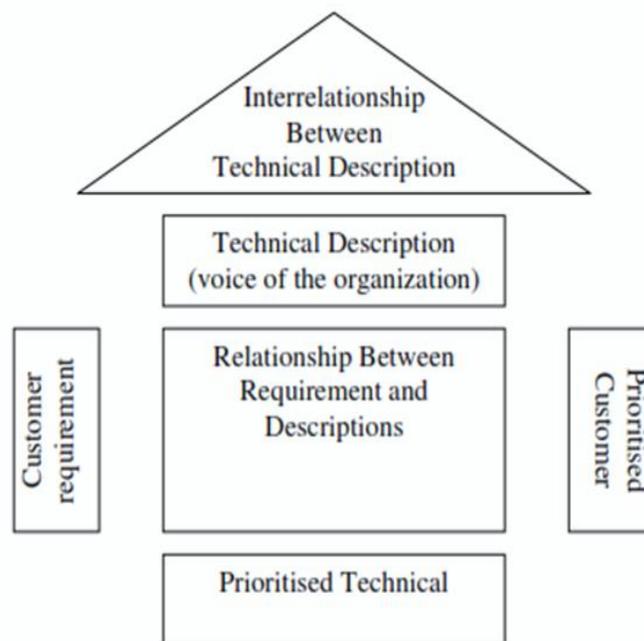
Q3 (Prioritas Rendah). Layanan yang terdapat dalam kuadran ini dianggap tidak penting bagi pelanggan.

Q4 (Berlebihan). Kuadran ini memuat layanan yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan terlalu berlebihan. Peningkatan kinerja pada produk-produk layanan yang terdapat pada kuadran ini hanya akan menyebabkan terjadinya pemborosan sumber daya dan biaya.

## 2.6 Metode *House Of Quality*

QFD menggunakan matriks yang disebut dengan *House of Quality*. Pengertian *House of Quality* (HOQ) adalah suatu bentuk dan peta konseptual yang menyediakan wahana untuk melakukan komunikasi dan perencanaan secara lintas fungsional (Haming, 2002). HOQ menerjemahkan keinginan pelanggan (voice of customer) kedalam bentuk kebutuhan yang selaras dengan hubungan dan nilai yang spesifik. (Heizer, 2001) mengemukakan untuk membangun HOQ, ada 6 langkah dasar yang harus dilakukan, yaitu :

1. Menentukan keinginan konsumen.
2. Mengidentifikasi atribut-atribut barang/jasa.
3. Membuat hubungan antara keinginan konsumen dengan cara barang/ jasa memenuhinya.
4. Mengevaluasi produk-produk saingan.
5. Mengembangkan spesifikasi kinerja atas cara barang/jasa memenuhi keinginan konsumen tersebut.
6. Menerapkan cara-cara tersebut pada tahap perubahan input menjadi output secara tepat



Gambar 2.4 *House of Quality* ( Tjiptono, 1995)

## Matriks Hubungan (Relationship Matriks)

Matriks ini digunakan untuk melihat hubungan sebab akibat yang ditimbulkan antara kebutuhan dan keinginan konsumen (customer needs) dengan karakteristik teknik (technical respons). Hubungan terbentuk antara persyaratan konsumen dan pendeskripsian teknis, persyaratan pelanggan dapat mempengaruhi satu atau lebih pendeskripsian teknis dan sebaliknya. Dalam bentuk matematis penentuan nilai Relationship Matriks adalah:

Relationship Matriks = Nilai Raw Weight \* Bobot Penilaian Tingkat

## Matriks Teknik (Technical Matriks)

Tahap ini merupakan proses penentuan prioritas teknik. Prioritas teknik ini akan menjadi bahan pertimbangan sekolah dalam proses perancangan karakteristik teknik. Dalam bentuk matematis penentuan nilai prioritas teknik adalah:

$$\text{Contributions} = \sum[(\text{Relationship}) \times (\text{Normalized Raw Weight})]$$

$$\text{Normalized Contributions} = \frac{\text{Contributions}}{\text{Contributions Total}}$$

## 2.7 Penelitian Terdahulu

Ahmad (2018) melakukan penelitian yang bertujuan mengukur kualitas layanan dan kepuasan pelanggan pada industri hotel di Uni Emirat Arab. Analisis dilakukan dengan menggunakan teknik analisis deskriptif dan data untuk penelitian ini dikumpulkan dari 253 tamu yang berasal dari berbagai kewarganegaraan yang tinggal di *small and medium size hotel* dari peringkat bintang satu ke tiga di UAE dan Interview dilakukan kepada 15 orang secara tatap muka agar dapat mengetahui pengaruh lima dimensi model SERVQUAL terhadap pengunjung kepuasan dieksplorasi menggunakan pemodelan persamaan struktural.

Hasil menunjukkan bahwa tiga dari lima dimensi SERVQUAL, yaitu, *tangible*, *responsiveness* dan *assurance*, memiliki dampak positif yang signifikan terhadap kepuasan pengunjung terhadap industri *small and medium sized hotel*

Dua dimensi SERVQUAL yang tersisa seperti reliability dan empathy, tidak memiliki dampak signifikan pada kepuasan pengunjung.

Chen ( 2008 ) melakukan penelitian yang bertujuan mempelajari tingkat kesenjangan dalam kualitas layanan antara pengelola dan pelanggan. Analisis dilakukan dengan menggunakan teknik analisis deskriptif dan data diperoleh dengan menggunakan kuesioner yang bertujuan untuk mempelajari para tamu di berbagai jenis hotel di Taiwan. Metode yang digunakan di dalam penelitian ini adalah statistik T-test.

Hasil menunjukkan bahwa tingkat penilaian pada item dan aspek kualitas layanan antara hotel dan pelanggan dengan atribut yang sama, menunjukkan hasil yang sangat berbeda dan terjadi kesenjangan. Perasaan yang berbeda, perbedaan tingkat persepsi tentang kualitas layanan, pertimbangan yang berbeda, persyaratan yang berbeda pada kualitas layanan, dan preferensi pribadi semua mengarah pada perbedaan evaluasi yang berbeda dalam item kualitas layanan.

Jika industri dapat menyediakan dan meningkatkan kualitas layanan mereka berdasarkan evaluasi pelanggan pada item kualitas layanan, maka kesenjangan yang dirasakan mereka akan menjadi lebih kecil, dan hotel-hotel dapat memberikan kualitas layanan optimal bagi pelanggan.

Septiana (2009) melakukan penelitian yang bertujuan mempelajari pengaruh promosi, lokasi, fasilitas, harga dan kelompok acuan terhadap pemilihan tempat kos. Dalam penelitian ini teknik sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dan untuk uji instrumen digunakan pengujian validitas dengan teknik koefisien korelasi *product moment* antara skor butir dengan skor total dan pengujian reliabilitas dengan teknik *split-half*. Berdasarkan hasil analisis presentase diketahui bahwa variabel harga berpengaruh dalam pemilihan tempat kos, sedangkan variabel promosi, lokasi, fasilitas dan kelompok acuan tidak berpengaruh dalam pemilihan tempat kos

One (2016) melakukan penelitian yang bertujuan mempelajari pengaruh kehidupan kos terhadap sikap keberagaman mahasiswa IAIN Salatiga. Penelitian ini merupakan upaya untuk membuktikan ada tidaknya pengaruh

yang signifikan antara Kehidupan Kos terhadap Sikap Keberagamaan Mahasiswa IAIN Salatiga tahun 2016. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan teknik kuesioner, dokumentasi, dan wawancara. Subjek penelitian yang dilibatkan sebanyak 40 responden. Analisis data dilakukan dengan dibantu program SPSS (*Statistical Packade for Social Sciences*) 19 dengan teknik analisis regresi linier sederhana. Dan dihasilkan bahwa hipotesis yang diajukan oleh penulis dapat diterima, bahwa ada pengaruh yang signifikan antara kehidupan kos terhadap sikap keberagamaan mahasiswa IAIN Salatiga tahun 2016.

## 2.8 Sintesa Variabel

Pada penelitian ini untuk mendapatkan variable penelitian adalah dengan cara membandingkan variable variabel dari penelitian terdahulu dengan mengelompokkan kedalam tabel dan dibandingkan antara peneliti satu dengan peneliti lainnya yang di dapat dijelaskan pada tabel sebagai berikut :

Tabel 2.1 Penelitian terdahulu

No	Preferensi	REFERENSI			
		Tjiptono (2017)	Parasuraman (1988)	Ahmad (2018)	Chen (2008)
<b>1</b>	<b><i>TANGIBLE</i></b>				
	Lingkungan Indekos Bersih	√	√	√	√
	Fasilitas Indekos Mampu Memunjang Kebutuhan Pelanggan	√	√	√	√
	Perabot Pada Indekos Tidak Usang	√	√	√	√
	Area Parkir Indekos Yang Memadai	X	X	√	√
	Desain Interior dan Exterior Indekos Yang Menarik	X	X	X	√
<b>2</b>	<b><i>Reliability</i></b>				
	Terpenuhinya Ekspektasi Pelanggan	√	√	√	X
	Pelayanan Dari Pengelola Indekos Sesuai Dengan Yang Diharapkan	√	√	√	√
	Tersedianya Peralatan P3K	√	√	√	√
	Keamanan Indekos Dapat Diandalkan	√	√	√	√
	Menyediakan Jasa Sesuai Yang Dijanjikan	X	X	X	√

<b>3</b>	<b><i>Responsiveness</i></b>				
	Pengelola Indekos Mampu Memenuhi Permintaan Pelanggan	√	√	√	√
	Pengelola Indekos Merespon Para Pelanggan Dengan Sigap	√	√	√	√
	Pengelola Indekos Berkompetensi Dalam Menyelesaikan Masalah	√	√	√	√
	Pelayanan Dari Pengelola Indekos Memuaskan	√	√	√	√
	Pengelola Indekos Aktif Dalam merespon Feedback Terhadap Keluhan Pelanggan	√	√	√	√
<b>4</b>	<b><i>Assurance</i></b>				
	Pengelola Indekos Menjamin Keamanan Pelanggan	√	√	√	√
	Pengelola Indekos Bersikap Sopan Terhadap Pelanggan	√	√	√	√
	Pelanggan Indekos Merasa Aman Ketika Melakukan Transaksi Pembayaran	√	√	√	√
	Pengelola Indekos Aktif Dalam Memberikan Masukan	√	√	X	X
	Pengelola Indekos Dapat Menjaga Kepercayaan Para Pelanggan	√	√	√	√
<b>5</b>	<b><i>Empathy</i></b>				
	Pengelola Indekos Peduli Terhadap Pelanggan	√	√	√	√
	Pengelola Indekos Dapat Menjaga Komunikasi Dengan Pelanggan	√	√	√	√
	Pengelola Indekos Menyediakan Peraturan Yang Fleksibel	X	√	√	√
	Pengelola Indekos Pahami Terhadap Apa Yang Dilakukan Pelanggan	X	X	√	X
	Pengelola Indekos Sunguh Sunguh Dalam Mengutamakan Kepentingan Pelanggan	√	X	√	X

## 2.9 Posisi Penelitian

Penelitian ini berfokus pada analisis *service quality* dan langkah improvement pada indekos di Kota Malang dengan objek penelitiannya adalah indekos yang berada di Kota Malang dan metode *Importance Performance Analysis* dan *Quality Function Development* digunakan untuk menganalisis persepsi dan ekspektasi terhadap *service quality* yang dilihat dari lima dimensi (*reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangibles*) pada indekos yang berada di Kota Malang. Keterbaruan dari penelitian analisis *service quality* dan langkah improvement ini adalah objek penelitian yang berfokus pada indekos di Indonesia dan perilaku dari para pelanggan selaku pengguna jasa indekos. Teknik analisa yang dilakukan adalah deskriptif kuantitatif dan

data didapatkan dari menyebar kuesioner kepada beberapa pelanggan indekos secara acak ( *Incidental sampling* ) kemudian data akan diolah dengan metode *Importance Performance Analysis* dan *House of Quality*.

Hasil penelitian yang diharapkan adalah mengetahui besarnya nilai gap yang menunjukkan konsumen puas atau tidak terhadap lima dimensi *service quality* (*reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangibles*) pada indekos di Kota Malang. Sehingga hal tersebut dapat dijadikan dasar untuk pengelola indekos untuk melakukan *improvement* pada pelayanan agar mampu mempertahankan pelanggan. Dari hasil pengelompokan penelitian tersebut maka bisa didapatkan variabel-variabel penelitian dari ke lima dimensi *service quality*.

*(Halaman ini sengaja dikosongkan)*

## BAB 3

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian survei dan. pendekatan yang digunakan dalam penelitian adalah pendekatan kuantitatif yang menggunakan *Importance-Performance Analysis* dan *House of Quality*

#### 3.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini berada di Kota Malang

#### 3.3 Variabel Penelitian

Variabel penelitian yang didapatkan dari gabungan survey pendahuluan dan studi literatur adalah diantara berikut :

Tabel 3.1 Variabel Penelitian

No	SERVQUAL	SUMBER	TAHUN
	<b><i>TANGIBLE</i></b>		
1	Lingkungan Indekos Bersih	Ahmad	2018
2	Fasilitas Indekos Mampu Menunjang Kebutuhan Pelanggan	Ahmad	2018
3	Perabot Pada Indekos Tidak Usang	Ahmad	2018
4	Area Parkir Indekos Yang Memadai	Ahmad	2018
5	Desain Interior dan Exterior Indekos Yang Menarik	Ahmad	2018
	<b><i>Reliability</i></b>		
6	Terpenuhinya Ekspektasi Pelanggan	Tjiptono	2017
7	Pelayanan Dari Pengelola Indekos Sesuai Dengan Yang Diharapkan	Tjiptono	2017
8	Tersedianya Peralatan P3K	Tjiptono	2017
9	Keamanan Indekos Dapat Diandalkan	Chen	2008
10	Menyediakan Jasa Sesuai Yang Dijanjikan	Chen	2008

	<b><i>Responsiveness</i></b>		
11	Pengelola Indekos Mampu Memenuhi Permintaan Pelanggan	Ahmad	2018
12	Pengelola Indekos Merespon Para Pelanggan Dengan Sigap	Ahmad	2018
13	Pengelola Indekos Berkompetensi Dalam Menyelesaikan Masalah	Ahmad	2018
14	Pelayanan Dari Pengelola Indekos Memuaskan	Ahmad	2018
15	Pengelola Indekos Aktif Dalam merespon Feedback Terhadap Keluhan Pelanggan	Tjiptono	2018
	<b><i>Assurance</i></b>		
16	Pengelola Indekos Menjamin Keamanan Pelanggan	Chen	2008
17	Pengelola Indekos Bersikap Sopan Terhadap Pelanggan	Chen	2008
18	Pelanggan Indekos Merasa Aman Ketika Melakukan Transaksi Pembayaran	Chen	2008
19	Pengelola Indekos Aktif Dalam Memberikan Masukan	Ahmad	2018
20	Pengelola Indekos Dapat Menjaga Kepercayaan Para Pelanggan	Ahmad	2018
	<b><i>Empathy</i></b>		
21	Pengelola Indekos Peduli Terhadap Pelanggan	Ahmad	2018
22	Pengelola Indekos Dapat Menjaga Komunikasi Dengan Pelanggan	Ahmad	2018
23	Pengelola Indekos Menyediakan Peraturan Yang Fleksibel	Ahmad	2018
24	Pengelola Indekos Paham Terhadap Apa Yang Dilakukan Pelanggan	Ahmad	2018
25	Pengelola Indekos Sunguh Sunguh Dalam Mengutamakan Kepentingan Pelanggan	Ahmad	2018

### **3.4 Pengumpulan Data**

Survey dilakukan dengan menyusun pertanyaan yang dikelompokkan berdasarkan atribut tabel variabel, lalu pertanyaan diuji dengan menggunakan skala likert 1-5 (sangat tidak puas – sangat puas), dari hasil uji tersebut diperoleh validitas dan reliabilitas.

Data yang digunakan adalah data primer. Data primer diambil dari hasil survey statistik melalui kuesioner tertulis yang dibagikan kepada responden pelanggan indekos.

Proses pengumpulan data dilakukan melalui 4 (empat) tahap, yaitu desain kuesioner, penetapan populasi, sampel dan metode *sampling*, penyebaran kuesioner dan melakukan uji validitas dan reliabilitas.

### **3.5 Populasi, Sampel dan Sampling Untuk Responden Dalam Main Survey**

Populasi yang dipilih adalah para responden yang menempati indekos yang sekarang. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu para pelanggan yang menghuni indekos. Sampel penelitian meliputi sejumlah elemen (responden) yang lebih besar dari persyaratan minimal sebanyak 30 elemen/responden. Menurut Cohen, et.al (2007,101) semakin besar sample dari besarnya populasi yang ada adalah semakin baik, akan tetapi ada jumlah batas minimal yang harus diambil oleh para peneliti yaitu sebanyak 30 sampel

### **3.6 Penyebaran Kuisisioner**

Penyebaran kuesioner dilakukan dengan menemui responden secara kebetulan yang sedang berada di area universitas (*incidental sampling*) dan melakukan wawancara tentang penelitian sebelum menyebarkan kuisisioner.

### **3.7 Analisis Data**

#### **3.7.1 Analisis Gap**

Setelah data terkumpul, maka tahap selanjutnya adalah penyusunan variabel data dalam bentuk tabulasi yang diperlukan untuk analisis data. Pertama dilakukan analisis gap untuk mengetahui apakah pengguna indekos puas atau

tidak dengan pelayanan dari pengelola indekos pada setiap variabel. Analisis gap dilakukan dengan melakukan pengurangan nilai persepsi dan nilai ekspektasi yang didapatkan pada kuisisioner. Jika didapatkan nilai gap positif maka pengguna indekos puas terhadap pelayanan indekos yang diberikan dan jika nilai gap yang didapatkan negatif maka pengguna tidak puas dengan pelayanan indekos yang diberikan pada setiap indekos.

### **3.7.2 Metode *Importance Performance Analysis***

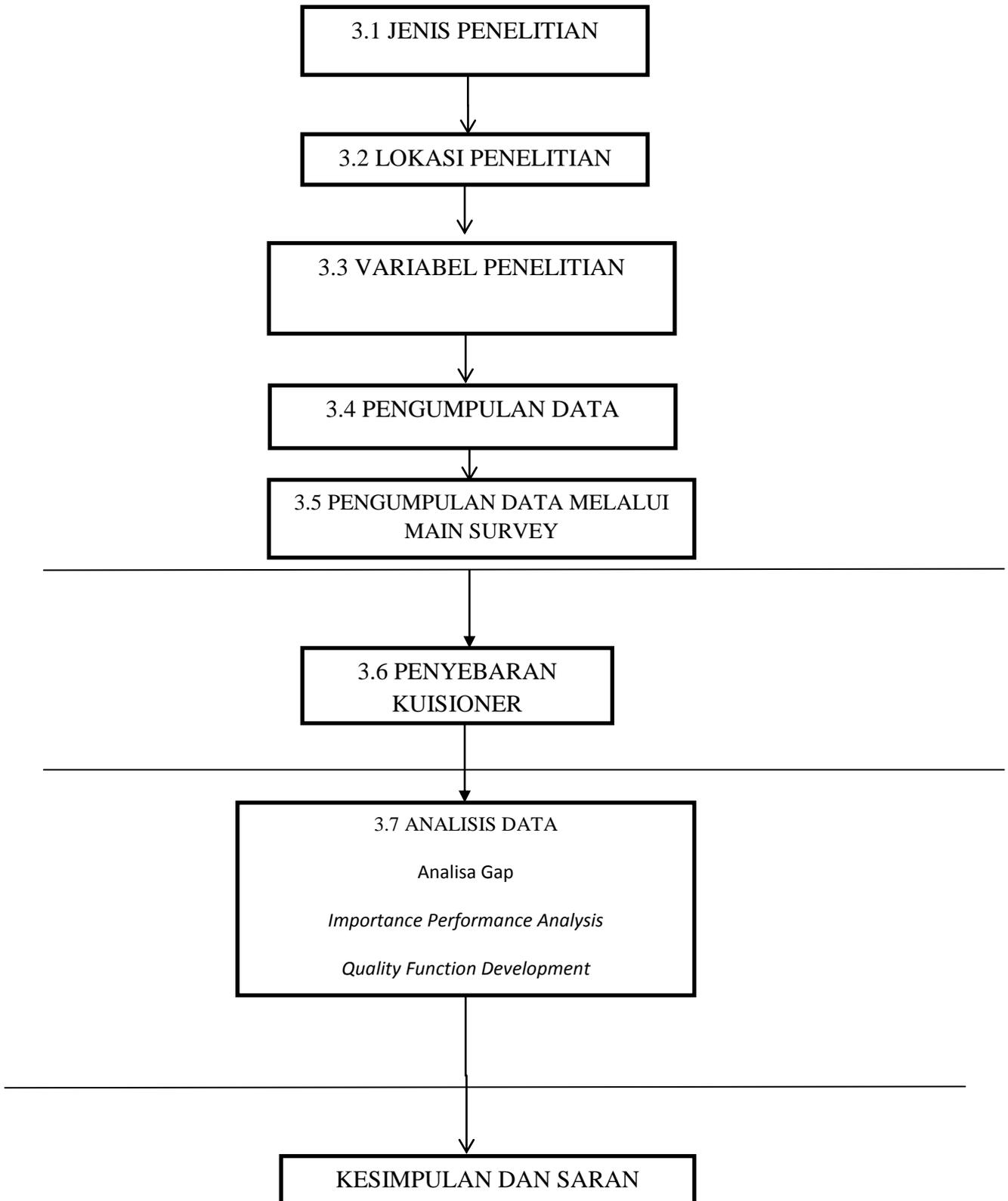
Setelah dilakukan analisis gap, selanjutnya dilakukan analisis *Importance Performance Analysis* (IPA). Analisis IPA dilakukan untuk mengetahui variabel apa saja yang perlu diimprove dan yang harus dipertahankan. Analisis IPA dilakukan dengan melakukan pengurangan rata rata total persepsi dengan persepsi masing masing variabel persepsi dan rata rata total ekspektasi dengan ekspektasi masing masing variabel. Hasil yang didapatkan dari pengurangan tersebut adalah letak titik koordinat dari masing masing variabel dan penggambaran dari grafik letak semua koordinat variabel dibantu dengan program SPSS 23. Dan setelah itu dapat diketahui variabel apa saja yang terletak di kuadran 1 (harus diperbaiki), kuadran 2 (pertahankan), kuadran 3 (tidak penting) , kuadran 4 (berlebihan) setiap tipe indekos.

### **3.7.2 Metode *Quality Function Development***

Setelah analisis IPA dilakukan, maka akan diketahui variabel variabel apa saja yang termasuk dalam kuadran 1 (harus diperbaiki) yang harus diimprove dari 5 jenis servqual (*tangible, reliable, responsiveness, assurance, empathy*). Selanjutnya dilakukan analisis *Quality Function Development* (QFD) dengan menggunakan *Tools House Of Quality*. Pada penelitian ini dalam melakukan analisis QFD dibantu dengan program *House Of Quality* yang dikembangkan oleh QFDOnline™. Langkah awal yang harus dilakukan adalah menentukan item What (apa permasalahannya) dengan cara brainstorming dengan pengguna indekos dan pengelola indekos berdasarkan data variabel yang tersedia. Langkah selanjutnya melakukan pembobotan item “What” dengan skala likert 1-5 dengan

dasar dari hasil pertimbangan ekspektasi para responden yang didapatkan melalui kuisioner. Langkah selanjutnya adalah menetapkan item ” HOW “, yang pada dasarnya adalah faktor-faktor yang menentukan ‘ Bagaimana ‘ memuaskan Kebutuhan Calon Pengguna/Konsumen. Hal ini disebut juga Quality Characteristic. Langkah berikutnya mulai memilih atau menetapkan bagaimana sebaiknya item “How” ini diwujudkan nantinya. Apakah dengan cara meningkatkan kualitasnya, menurunkannya sedikit untuk mencapai harga produksi yang rendah, atau sesuai target standar produksi pada umumnya. Langkah selanjutnya adalah dengan menetapkan hubungan antara item “How” yang terwakili atas 3 kondisi, yakni Korelasi Negative (-), Korelasi Positif (+), dan Korelasi Sangat Positive (++). Kegunaan mekanisme ini adalah membantu membuat komposisi ataupun kebijakan standar kualitas desain secara menyeluruh. Langkah berikutnya adalah menentukan hubungan antara item “What” dan item ”How” dengan memberi simbol lingkaran dengan titik didalamnya yang artinya hubungan sangat kuat, lingkaran yang berarti hubungan kuat, dan segitiga yang artinya tidak berhubungan. Dan langkah terakhir akan didapatkan nilai bobot kepentingan atas masing-masing item Tujuan Desain (How). Nilai yang terbesar berarti nilai yang harus diprioritaskan untuk segera diwujudkan.

### 3.8 Bagan Alir Penelitian



*(Halaman ini sengaja dikosongkan)*

## **BAB 4**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Gambaran Umum Indekos**

Obyek dalam penelitian ini adalah tempat kos. Tempat kos di Kota Malang sudah sangat mudah dijumpai di kota Malang terutama di daerah yang berada didekat kampus terkenal. Usaha indekos telah menjadi ladang bisnis sampingan yang sangat menguntungkan bagi para pengusaha indekos. Karena para pengelola indekos menargetkan mahasiswa dalam usaha bisnisnya. Tempat indekos sangat dicari oleh para mahasiswa rantau di Kota Malang sebagai tempat mereka dapat tinggal sembari mencari ilmu. Pada penelitian ini, kuisioner disebar di daerah Kecamatan Diinoyo, Malang karena di kecamatan ini terdapat beberapa universitas terkenal dan berbagai variasi harga indekos yang ditawarkan.

Berbagai range harga indekos telah ditawarkan dan disediakan oleh para pebisnis indekos di Kota Malang. Ada yang dimulai dengan harga Rp 400.000-Rp 500.000 (Tipe A), Rp 500.000-Rp 600.000 (Tipe B) atau bahkan >Rp 600.000 (Tipe C). Untuk indekos dengan kisaran harga Rp 400.000 – Rp 500.000 fasilitas yang disiapkan bersifat minimalis. Para pengelola indekos hanya menyediakan fasilitas air, listrik dan tempat tidur disetiap kamarnya tetapi pelanggan diperbolehkan membawa perabotan pribadi ke dalam kamarnya dan dikenakan biaya tambahan jika membawa barang elektronik yang memiliki konsumsi daya listrik yang besar serta untuk ukuran kamar indekos dengan kisaran harga ini rata rata memiliki dimensi ukuran 2x3 m. Untuk indekos dengan harga kisaran Rp 500.000 – Rp 600.000 fasilitas yang disiapkan lebih komplit seperti air, listrik, tempat tidur, satu set perabotan belajar, lemari kecil, Wi-fi dan ukuran kamar 3x3 m. Dan untuk indekos dengan kisaran harga >Rp 600.000 fasilitas yang disediakan fasilitas yang disiapkan lebih komplit seperti air, listrik, tempat tidur, satu set perabotan belajar, lemari kecil, Wi-fi dan ukuran kamar umumnya 4x4 m.



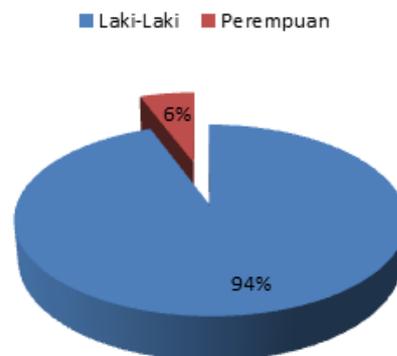
Gambar 4.1 Pemandangan Indekos

## 4.2 Gambaran Umum Responden

Responden dalam penelitian ini adalah Mahasiswa yang menempuh pendidikan di Kota Malang. Dalam penelitian ini, metode pengambilan sampel yang dipakai yaitu *incidental* sampling atau mengambil sampel kepada responden yang bertemu secara kebetulan. Semua kuesioner yang terkumpul telah diisi lengkap oleh responden dan memenuhi kriteria yang diinginkan. Kuisisioner sebagian besar diisi oleh mahasiswa yang berasal dari luar daerah Kota Malang dan tentu memiliki tempat tinggal sementara berupa indekos ataupun rumah sewa lainnya. Responden pada penelitian ini semuanya berada pada tingkat Strata-1 (S-1). Responden sebagian besar berjenis kelamin laki-laki dan sisanya berjenis kelamin perempuan.

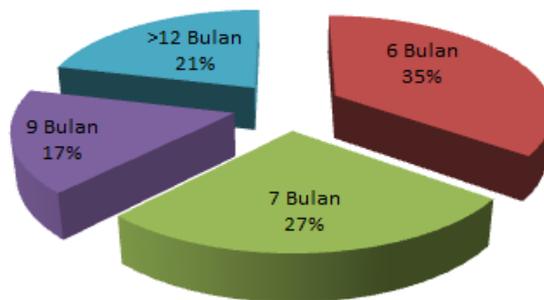
### 4.2.1 Karakteristik Responden dan Deskripsi Indekos

Responden d idalam penelitian ini sebagian besar adalah laki laki dengan jumlah 67 orang dan responden perempuan berjumlah 4 orang. Diagram distribusi responden dapat ditunjukkan pada gambar 4.2 :

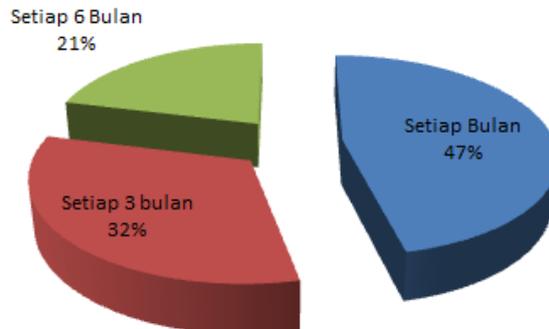


Gambar 4.2 Distribusi Responden

Dari semua responden yang sudah diwawancarai, semua responden sudah menempati indekos yang disewanya lebih dari 6 bulan dengan sistem pembayaran kontrak setiap 3 bulan, pembayaran kontrak setiap 6 bulan dan ada beberapa responded melakukan pembayaran dengan sistem kontrak pembayaran setiap bulan. Untuk distribusi diagramnya dapat ditunjukkan pada gambar 4.3 dan 4.4:



Gambar 4.3 Distribusi Lama Tinggal Responden



Gambar 4.4 Distribusi Kontrak Pembayaran Responden

Sedangkan untuk deskripsi indekos dari para responden, didapatkan ada beberapa macam deskripsi yang diantara lain : Indekos yang menjadi satu dengan rumah induk dengan sistem aturan dan toleransi jam malam yang minim , Indekos yang tidak menjadi satu dengan rumah induk, tetapi ada yang selalu menjaga dan tetap menerapkan sistem jam malam dan indekos yang tidak diawasi

oleh pemilik tetapi kebersihan, keamanan, dan aturan jam malam pada indekos menjadi tanggung jawab pengguna indekos yang bersangkutan.

Terdapat 23 orang mahasiswa yang ber jenis kelamin laki-laki dengan tingkat semester 3-4 melakukan pembayaran tiap bulan pada indekos tipe A dan 4 orang mahasiswa laki laki dengan tingkat semester 3-4 melakukan pembayaran setiap bulan pada indekos tipe B. Berdasarkan hasil crosstabulasi data, mayoritas pengguna indekos pada penelitian ini adalah mahasiswa tingkat semsester 3-4 yang rata rata menempati indekos lebih dari 6 bulan dan dari hasil uji crosstabulasi data mayoritas pengguna indekos masih melakukan pembayaran setiap bulan . Untuk hasil data keseluruhan cross tabulasi dan data grafik pengguna indekos dapat dilihat pada lembar lampiran halaman 10-29.

#### **4.3 Deskriptif Analisis Data**

Analisis data dalam penelitian ini salah satunya menggunakan metode *GAP Analysis*. *GAP Analysis* menurut Stolzer et al., (2011), gap positif akan diperoleh apabila nilai persepsi konsumen lebih besar dari nilai harapan. Konsumen dianggap puas terhadap perusahaan. Sedangkan gap negatif akan diperoleh apabila nilai harapan konsumen lebih besar dari nilai persepsi. Hal ini menunjukkan konsumen kurang atau tidak puas terhadap perusahaan. Dan untuk pengkategorian indekos didekati dengan konsep bauran pemasaran yang menurut Kotler dan Keller (2012:25) terdiri dari 4P, yaitu yaitu product (produk), price (harga), place (tempat), dan promotion (promosi). Harga (price) adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar menawar, atau ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli. Sedangkan tempat (place) diasosiasikan sebagai saluran distribusi yang ditujukan untuk mencapai target konsumen. Sistem distribusi ini mencakup lokasi, transportasi, pergudangan, dan sebagainya. Maka dari itu dalam penelitian ini dilakukan pengumpulan data harga indekos dari para responden yang kebanyakan dekat dari universitas yang dituju. Berikut adalah hasil uji metode *GAP Analysis* yang ditunjukkan pada tabel 4.1,4.2,4.3 :

Tabel 4.1 Hasil Uji *GAP Analysis* Pada Indekos Tipe A

NO	PERTANYAAN	EKSPEKTASI	PERSEPSI	GAP
1	Lingkungan Indekos Bersih	4.44	4.32	-0.12
2	Fasilitas Indekos Mampu Menunjang Kebutuhan Pelanggan	3.84	4.20	0.36
3	Perabot Pada Indekos Tidak Usang	3.64	4.00	0.36
4	Area Parkir Indekos Yang Memadai	3.92	4.10	0.18
5	Desain Interior dan Exterior Indekos Yang Menarik	3.20	3.83	0.63
6	Terpenuhi Ekspektasi Pelanggan	3.72	4.15	0.43
7	Pelayanan Dari Pengelola Indekos Sesuai Dengan Yang Diharapkan	3.88	3.84	-0.04
8	Tersedianya Peralatan P3K	3.16	3.73	0.57
9	Keamanan Indekos Dapat Diandalkan	4.08	4.05	-0.03
10	Menyediakan Jasa Sesuai Yang Dijanjikan	4.04	4.20	0.16
11	Pengelola Indekos Mampu Memenuhi Permintaan Pelanggan	3.80	4.00	0.20
12	Pengelola Indekos Merespon Para Pelanggan Dengan Sigap	3.72	4.20	0.48
13	Pengelola Indekos Berkompetensi Dalam Menyelesaikan Masalah	3.68	4.10	0.42
14	Pelayanan Dari Pengelola Indekos Memuaskan	3.68	4.30	0.62
15	Pengelola Indekos Aktif Dalam merespon Feedback Terhadap Keluhan Pelanggan	4.00	4.00	0.00
16	Pengelola Indekos Menjamin Keamanan Pelanggan	4.08	4.30	0.22
17	Pengelola Indekos Bersikap Sopan Terhadap Pelanggan	4.04	4.00	-0.04
18	Pelanggan Indekos Merasa Aman Ketika Melakukan Transaksi Pembayaran	4.12	4.40	0.28
19	Pengelola Indekos Aktif Dalam Memberikan Masukan	3.76	4.05	0.29
20	Pengelola Indekos Dapat Menjaga Kepercayaan Para Pelanggan	3.96	4.26	0.30
21	Pengelola Indekos Peduli Terhadap Pelanggan	4.08	4.30	0.22
22	Pengelola Indekos Dapat Menjaga Komunikasi Dengan Pelanggan	3.88	4.00	0.12
23	Pengelola Indekos Menyediakan Peraturan Yang Fleksibel	3.96	4.20	0.24
24	Pengelola Indekos Paham Terhadap Apa Yang Dilakukan Pelanggan	3.60	4.30	0.70
25	Pengelola Indekos Sungguh Sungguh Dalam Mengutamakan Kepentingan Pelanggan	3.92	4.10	0.18

Dari tabel diatas terdapat 25 variabel dalam pengamatan nilai gap yang masing masing variabel terdiri dari 5 variabel Servqual *tangible* (1-5), 5 variabel servqual *reliability* (6-10), 5 variabel *responsiveness* (11-15), 5 variabel *assurance* (16- 20) dan 5 variabel *emphaty* (21-25) yang dapat direkap pada tabel 4.2

Tabel 4.2 Tabel SERVQUAL Indekos tipe A

SERVQUAL Indekos Harga Rp 400.000 - Rp 500.000/Tipe A	Rata - Rata Nilai GAP
Tangible	0.282
Reliability	0.218
Responsiveness	0.344
Assurance	0.21
Empathy	0.3

Dapat disimpulkan bahwa pengguna indekos Tipe A secara keseluruhan cukup puas dengan SERVQUAL yang diberikan oleh pengelola indekos kepada

pengguna. Hal tersebut ditunjukkan dengan didapatkan semua hasil nilai gap positif terhadap masing masing variabel terutama nilai SERVQUAL responsiveness dan empathy yang menempati 2 posisi tertinggi. Hal ini menunjukkan kelebihan/keuatan dari indeks Tipe A berasal dari SERVQUAL *Responsiveness* dan *Empathy*.

Tabel 4.3 Hasil Uji *GAP Analysis* Pada Indeks Harga Tipe B

NO	PERTANYAAN	EKSPEKTASI	PERSEPSI	GAP
1	Lingkungan Indeks Bersih	4.58	4.38	-0.21
2	Fasilitas Indeks Mampu Memenuhi Kebutuhan Pelanggan	4.25	3.96	-0.29
3	Perabot Pada Indeks Tidak Usang	4.33	4.00	-0.33
4	Area Parkir Indeks Yang Memadai	4.25	3.92	-0.33
5	Desain Interior dan Exterior Indeks Yang Menarik	4.10	3.75	-0.35
6	Terpenuhinya Ekspektasi Pelanggan	4.54	4.17	-0.37
7	Pelayanan Dari Pengelola Indeks Sesuai Dengan Yang Diharapkan	4.45	3.83	-0.62
8	Tersedianya Peralatan P3K	3.37	3.83	0.46
9	Keamanan Indeks Dapat Diandalkan	4.41	4.17	-0.24
10	Menyediakan Jasa Sesuai Yang Dijanjikan	4.50	4.20	-0.30
11	Pengelola Indeks Mampu Memenuhi Permintaan Pelanggan	4.58	4.13	-0.46
12	Pengelola Indeks Merespon Para Pelanggan Dengan Sigap	4.63	4.13	-0.50
13	Pengelola Indeks Berkompetensi Dalam Menyelesaikan Masalah	4.58	4.38	-0.21
14	Pelayanan Dari Pengelola Indeks Memuaskan	4.50	4.04	-0.46
15	Pengelola Indeks Aktif Dalam merespon Feedback Terhadap Keluhan Pelanggan	4.58	4.33	-0.25
16	Pengelola Indeks Menjamin Keamanan Pelanggan	4.58	3.95	-0.63
17	Pengelola Indeks Bersikap Sopan Terhadap Pelanggan	4.67	4.45	-0.22
18	Pelanggan Indeks Merasa Aman Ketika Melakukan Transaksi Pembayaran	4.83	4.13	-0.71
19	Pengelola Indeks Aktif Dalam Memberikan Masukan	4.30	4.00	-0.30
20	Pengelola Indeks Dapat Menjaga Kepercayaan Para Pelanggan	4.63	4.13	-0.50
21	Pengelola Indeks Peduli Terhadap Pelanggan	4.63	4.33	-0.29
22	Pengelola Indeks Dapat Menjaga Komunikasi Dengan Pelanggan	4.62	3.92	-0.70
23	Pengelola Indeks Menyediakan Peraturan Yang Fleksibel	4.75	4.00	-0.75
24	Pengelola Indeks Paham Terhadap Apa Yang Dilakukan Pelanggan	4.58	3.92	-0.66
25	Pengelola Indeks Sungguh Sungguh Dalam Mengutamakan Kepentingan Pelanggan	4.75	4.00	-0.75

Dari tabel diatas terdapat 25 variabel dalam pengamatan nilai gap yang masing masing variabel terdiri dari 5 variabel Servqual *tangible* (1-5), 5 variabel servqual *reliability* (6-10), 5 variabel *responsiveness* (11-15), 5 variabel *assurance* (16- 20) dan 5 variabel *emphaty* (21-25) yang dapat direkap pada tabel 4.4

Tabel 4.4 Tabel SERVQUAL Indeks tipe B

SERVQUAL Indekos Harga Rp 500.000 - Rp 600.000/Tipe B	Rata - Rata Nilai GAP
Tangible	-0.32
Reliability	-0.398
Responsiveness	-0.376
Assurance	-0.486
Empathy	-0.63

Dapat disimpulkan bahwa pengguna indekos Tipe B sangat tidak puas dengan semua kategori SERVQUAL yang diberikan oleh pengelola indekos . Hal tersebut ditunjukkan dengan didaptkannya semua hasil nilai gap negatif terhadap masing masing variabel SERVQUAL. Dan SERVQUAL *emphaty* menempati urutan tertinggi dalam hasil nilai gap negatif. Hal ini menunjukkan bahwa ada masalah dengan hubungan antara pengelola indekos dengan pelanggan yang harus diperbaiki.

Tabel 4.5 Hasil Uji *GAP Analysis* Pada Indekos Tipe C

NO	PERTANYAAN	EKSPEKTASI	PERSEPSI	GAP
1	Lingkungan Indekos Bersih	4.53	4.32	-0.21
2	Fasilitas Indekos Mampu Menunjang Kebutuhan Pelanggan	4.22	4.20	-0.02
3	Perabot Pada Indekos Tidak Usang	4.27	4.00	-0.27
4	Area Parkir Indekos Yang Memadai	4.27	4.10	-0.17
5	Desain Interior dan Exterior Indekos Yang Menarik	4.05	3.83	-0.22
6	Terpenuhinya Ekspektasi Pelanggan	4.53	4.15	-0.38
7	Pelayanan Dari Pengelola Indekos Sesuai Dengan Yang Diharapkan	4.45	3.84	-0.61
8	Tersedianya Peralatan P3K	3.47	3.73	0.26
9	Keamanan Indekos Dapat Diandalkan	4.50	4.05	-0.45
10	Menyediakan Jasa Sesuai Yang Dijanjikan	4.60	4.20	-0.40
11	Pengelola Indekos Mampu Memenuhi Permintaan Pelanggan	4.74	4.00	-0.74
12	Pengelola Indekos Merespon Para Pelanggan Dengan Sigap	4.65	4.20	-0.45
13	Pengelola Indekos Berkompetensi Dalam Menyelesaikan Masalah	4.53	4.10	-0.43
14	Pelayanan Dari Pengelola Indekos Memuaskan	4.80	4.30	-0.50
15	Pengelola Indekos Aktif Dalam merespon Feedback Terhadap Kehuhan Pelanggan	4.65	4.00	-0.65
16	Pengelola Indekos Menjamin Keamanan Pelanggan	4.65	4.30	-0.35
17	Pengelola Indekos Bersikap Sopan Terhadap Pelanggan	4.71	4.00	-0.71
18	Pelanggan Indekos Merasa Aman Ketika Melakukan Transaksi Pembayaran	4.78	4.40	-0.38
19	Pengelola Indekos Aktif Dalam Memberikan Masukan	4.45	4.05	-0.40
20	Pengelola Indekos Dapat Menjaga Kepercayaan Para Pelanggan	4.63	4.26	-0.37
21	Pengelola Indekos Peduli Terhadap Pelanggan	4.70	4.30	-0.40
22	Pengelola Indekos Dapat Menjaga Komunikasi Dengan Pelanggan	4.63	4.00	-0.63
23	Pengelola Indekos Menyediakan Peraturan Yang Fleksibel	4.63	4.20	-0.43
24	Pengelola Indekos Paham Terhadap Apa Yang Dilakukan Pelanggan	4.68	4.30	-0.38
25	Pengelola Indekos Sunguh Sunguh Dalam Mengutamakan Kepentingan Pelanggan	4.73	4.10	-0.63

Dari tabel diatas terdapat 25 variabel dalam pengamatan nilai gap yang masing masing variabel terdiri dari 5 variabel Servqual *tangible* (1-5), 5 variabel servqual *reliability* (6-10), 5 variabel *responsiveness* (11-15), 5 variabel *assurance* (16- 20) dan 5 variabel *emphaty* (21-25) yang dapat direkap pada tabel 4.6 :

Tabel 4.6 Tabel SERVQUAL Tipe C

SERVQUAL Indekos Harga Rp >600.000/Tipe C	Rata - Rata Nilai GAP
Tangible	-0.178
Reliability	-0.42
Responsiveness	-0.554
Assurance	-0.442
Empathy	-0.494

Dapat disimpulkan bahwa pengguna indekos pada harga Tipe C sangat tidak puas dengan semua kategori SERVQUAL. Hal tersebut ditunjukkan dengan didaptkannya semua hasil nilai gap negatif terhadap masing masing variabel SERVQUAL. Dan SERVQUAL *responsiveness* menempati urutan tertinggi dalam hasil nilai gap negatif. Hal ini menunjukkan bahwa respon yang diberikan kepada pengelola indekos kepada pelanggan sangat buruk dan sekaligus menjadi dimensi *servqual* yang harus diimprovisasi.

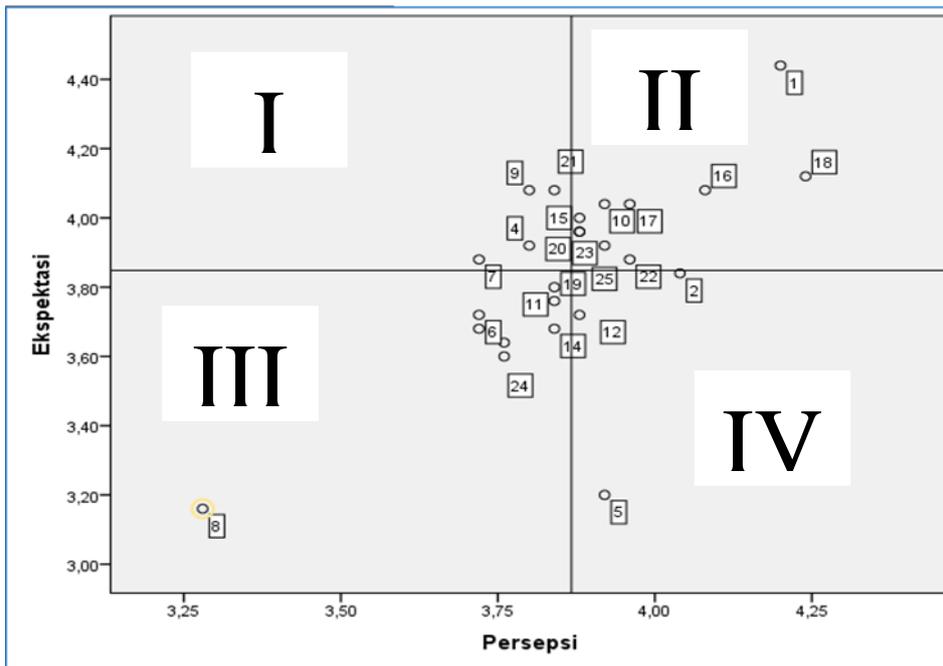
Tabel 4.7 Tabel gabungan SERVQUAL

SERVQUAL	SERVQUAL Indekos Harga Rp 400.000 - Rp 500.000/Tipe A	SERVQUAL Indekos Harga Rp 500.000 - Rp 600.000/Tipe B	SERVQUAL Indekos Harga Rp >600.000/Tipe C
	Rata - Rata Nilai GAP	Rata - Rata Nilai GAP	Rata - Rata Nilai GAP
Tangible	0.282	-0.32	-0.178
Reliability	0.218	-0.398	-0.42
Responsiveness	0.344	-0.376	-0.554
Assurance	0.21	-0.486	-0.442
Empathy	0.3	-0.63	-0.494

Dari hasil uji GAP analisis pada tabel diatas, para pengguna indekos pada indekos Tipe B dan Tipe C kebanyakan tidak puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh pengelola indekos yang didasarkan dari 5 dimensi servqual. Hal tersebut ditunjukkan dengan adanya nilai GAP negatif pada seluruh variabel terutama pada kualitas layanan indekos kategori harga Tipe B dan Tipe C. Nilai GAP diperoleh dari selisih nilai rata rata persepsi dikurangi dengan nilai rata rata ekspektasi. Nilai GAP negatif dapat diartikan bahwa ekspektasi pelanggan terhadap pelayanan indekos lebih besar daripada apa yang diterima para pelanggan.

#### **4.3.1 Analisis Data Dengan Metode IPA**

Berdasarkan hasil dari *GAP analysis* diatas, *Improvement* pelayanan sangat perlu dilakukan oleh para pengelola indekos agar pengelola indekos tidak kehilangan pelanggan dan mendapatkan nilai rekomendasi yang buruk dari para pelanggan indekos. Pentingnya IPA digunakan untuk memetakan hubungan antara minat atau tingkat harapan konsumen dengan kinerja masing-masing indikator Untuk mengetahui langkah *improvement* apa yang perlu dilakukan ( Jienardy, 2017) , maka dalam penelitian ini didekati dengan Metode *Importance-Performance Analysis*. Metode *Importance-Performance Analysis* bertujuan untuk mengetahui kesenjangan antara kinerja dengan harapan dari produk layanan untuk menganalisis tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Dalam konsep ini diformulasikan 5 dimensi yaitu *Tangible, Realibility, Responsibility, Assurance* dan *Empathy*. Nilai rata-rata ekspektasi dan nilai rata-rata ekspektasi dijadikan garis pembatas pada *importance performance analysis matrix*. Karena ada berbagai variasi harga indekos dari para responden, maka dibuat analisis IPA dilakukan berdasarkan kelompok harga indekos yang dibayar oleh responden. Untuk perhitungan IPA lebih detail dapat dilihat pada Lampiran 1 dan berikut adalah hasil uji metode IPA yang ditunjukkan pada gambar 4.5,4.6,4.7 :



Gambar 4.5 Diagram Persebaran Variabel Tipe A

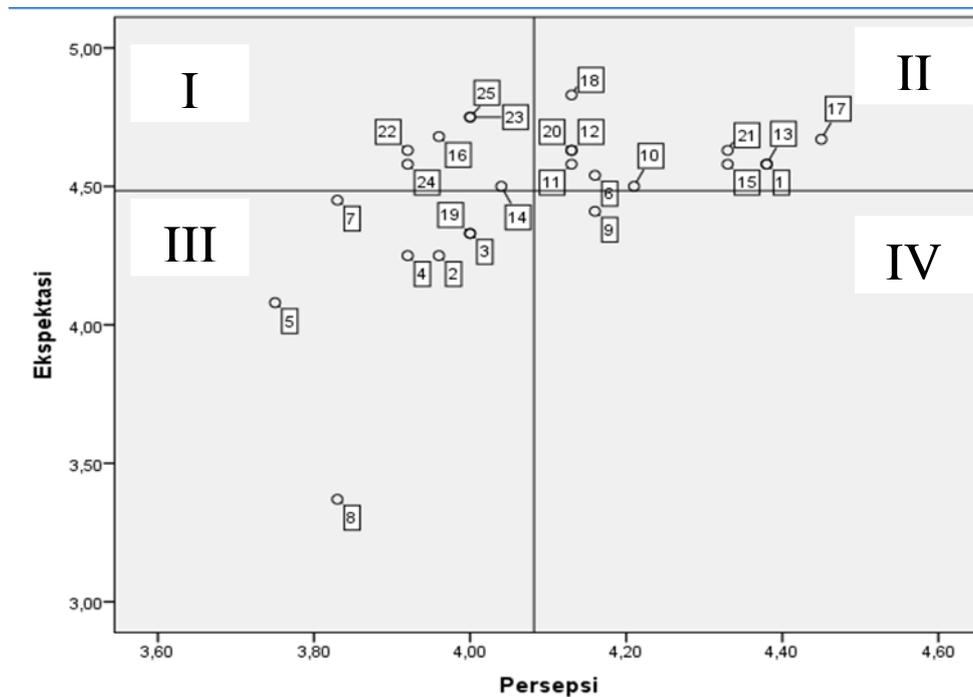
Berdasarkan gambar 4.5 , 25 variabel SERVQUAL tersebar kedalam 4 kuadran matriks IPA dan dapat dijelaskan lebih lanjut pada tabel 4.6 :

Tabel 4.6 IPA Pada Indekos Tipe A

SERVQUAL Indekos Harga Rp 400.000 - Rp 500.000	Kuadran 1 (Perbaikan/improvement)	Kuadran 2(Pertahanan)	Kuadran 3(Prioritas Rendah)	Kuadran 4(Berlebihan)
Tangible	1	1	2	1
Reliability	2	1	1	1
Responsiveness	1	0	2	2
Assurance	1	3	1	0
Empathy	2	2	0	1
Total	7	7	6	5

Berdasarkan tabel 4.6 dapat disimpulkan bahwa perbaikan/improvement ( kuadran 1) yang perlu diprioritaskan adalah SERVQUAL *reliability* dan *emphaty*

dan SERVQUAL yang perlu dipertahankan atau yang menjadi kekuatan utama (kuadran 2) dari indeks Tipe A menurut para responden adalah SERVQUAL Assurance. Untuk beberapa variabel yang tergolong pada prioritas rendah (kuadran 3) dan berlebihan (kuadran 4) para pengelola indeks mungkin dapat menghilangkan pelayanan tersebut atau lebih memprioritaskan improvement dari sisi *reliability* dan *emphaty*.



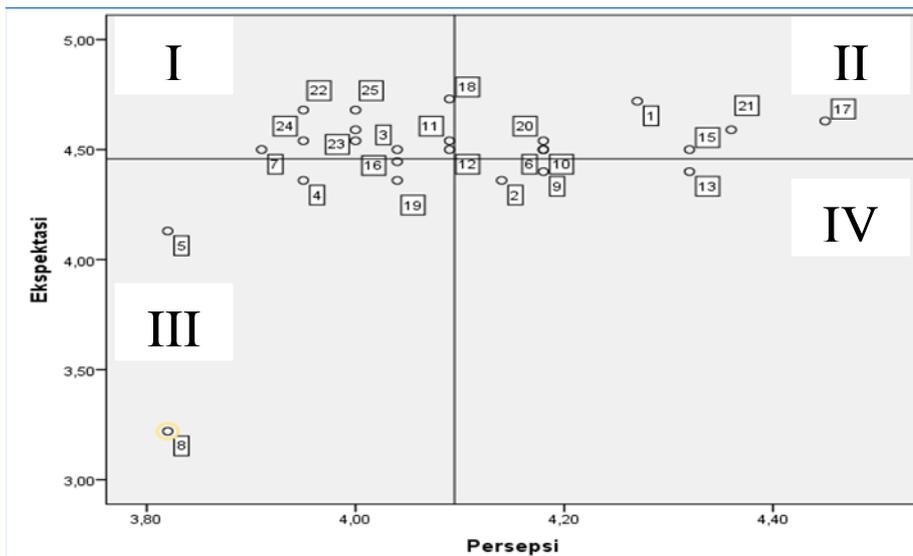
Gambar 4.6 Diagram Persebaran Variabel Tipe B

Berdasarkan gambar 4.6 , 25 variabel SERVQUAL tersebar kedalam 4 kuadran matriks IPA dan dapat dijelaskan lebih lanjut pada tabel 4.6 :

Tabel 4.7 IPA Pada Indekos Tipe B

SERVQUAL Indekos Harga Rp 500.000 - Rp 600.000	Kuadran 1 (Perbaikan/improvement)	Kuadran 2(Pertahanan)	Kuadran 3(Prioritas Rendah)	Kuadran 4(Berlebihan)
Tangible	0	1	4	0
Reliability	0	2	2	1
Responsiveness	1	4	0	0
Assurance	2	1	1	1
Empathy	4	1	0	0
Total	7	9	7	2

Berdasarkan tabel 4.7 dapat disimpulkan bahwa perbaikan/improvement (kuadran 1) yang perlu diprioritaskan adalah SERVQUAL *Assurance* dan *emphaty* dan SERVQUAL yang perlu dipertahankan atau yang menjadi kekuatan utama (kuadran 2) dari indekos Tipe B menurut para responden adalah SERVQUAL *responsiveness*. Untuk beberapa variabel yang tergolong pada prioritas rendah (kuadran 3) dan berlebihan (kuadran 4) para pengelola indekos mungkin dapat menghilangkan pelayanan tersebut atau lebih memprioritaskan improvement dari sisi *Assurance* dan *emphaty*.



Gambar 4.7 Diagram Persebaran Variabel Tipe C

Berdasarkan gambar 4.7 , 25 variabel SERVQUAL tersebar kedalam 4 kuadran matriks IPA dan dapat dijelaskan lebih lanjut pada tabel 4.6 :

Tabel 4.8 IPA Pada Indeks Tipe C

SERVQUAL Indekos Harga Rp >600.000	Kuadran 1 (Perbaikan/improvement)	Kuadran 2(Pertahanan)	Kuadran 3(Prioritas Rendah)	Kuadran 4(Berlebihan)
Tangible	0	1	3	1
Reliability	0	2	3	0
Responsiveness	3	2	0	0
Assurance	1	2	1	1
Empathy	2	3	0	0
Total	6	10	7	2

Berdasarkan tabel 4.8 dapat disimpulkan bahwa perbaikan/improvement ( kuadran 1) yang perlu diprioritaskan adalah SERVQUAL *responsiveness* dan SERVQUAL yang perlu dipertahankan atau yang menjadi kekuatan utama ( kuadran 2) dari indeks Tipe C menurut para responden adalah SERVQUAL

*emphaty*. Untuk beberapa variabel yang tergolong pada prioritas rendah (kuadran 3) dan berlebihan (kuadran 4) para pengelola indeks mungkin dapat menghilangkan pelayanan tersebut atau lebih memprioritaskan improvement dari sisi *responsiveness* dan *emphaty*.

Tabel 4.9 Rangking Variabel Setiap Tipe Indeks Berdasarkan Persepsi

No	SERVQUAL	RANGKING		
		Indekos A	Indekos B	Indekos C
	<b>TANGIBLE</b>			
1	Lingkungan Indekos Bersih	2	2	2
2	Fasilitas Indekos Mampu Menunjang Kebutuhan Pelanggan	8	18	9
3	Perabot Pada Indekos Tidak Usang	22	17	19
4	Area Parkir Indekos Yang Memadai	13	19	13
5	Desain Interior dan Exterior Indekos Yang Menarik	24	25	24
	<b>Reliability</b>			
6	Terpenuhinya Ekspektasi Pelanggan	12	7	12
7	Pelayanan Dari Pengelola Indekos Sesuai Dengan Yang Diharapkan	23	24	23
8	Tersedianya Peralatan P3K	25	23	25
9	Keamanan Indekos Dapat Diandalkan	16	8	17
10	Menyediakan Jasa Sesuai Yang Dijanjikan	10	6	10

	<b><i>Responsiveness</i></b>			
11	Pengelola Indekos Mampu Memenuhi Permintaan Pelanggan	21	10	20
12	Pengelola Indekos Merespon Para Pelanggan Dengan Sigap	11	9	11
13	Pengelola Indekos Berkompetensi Dalam Menyelesaikan Masalah	15	3	14
14	Pelayanan Dari Pengelola Indekos Memuaskan	4	13	3
15	Pengelola Indekos Aktif Dalam merespon Feedback Terhadap Keluhan Pelanggan	20	5	21
	<b><i>Assurance</i></b>			
16	Pengelola Indekos Menjamin Keamanan Pelanggan	6	22	6
17	Pengelola Indekos Bersikap Sopan Terhadap Pelanggan	19	1	16
18	Pelanggan Indekos Merasa Aman Ketika Melakukan Transaksi Pembayaran	1	11	1
19	Pengelola Indekos Aktif Dalam Memberikan Masukan	17	14	18
20	Pengelola Indekos Dapat Menjaga Kepercayaan Para Pelanggan	7	12	7
	<b><i>Empathy</i></b>			
21	Pengelola Indekos Peduli Terhadap Pelanggan	3	4	4
22	Pengelola Indekos Dapat Menjaga Komunikasi Dengan Pelanggan	18	20	22
23	Pengelola Indekos Menyediakan Peraturan Yang Fleksibel	9	15	8
24	Pengelola Indekos Paham Terhadap Apa Yang Dilakukan Pelanggan	5	21	5
25	Pengelola Indekos Sunguh Sunguh Dalam Mengutamakan Kepentingan Pelanggan	14	16	15

Berdasarkan pengamatan dari hasil uji metode IPA dari 3 tabel variasi harga diatas, SERVQUAL *emphaty* menjadi SERVQUAL yang paling utama untuk diimprove/diperbaiki dan diurutkan kedua SERVQUAL yang harus diimprove adalah SERVQUAL *Assurance* dan diurutkan ketiga adalah SERVQUAL *Responsiveness*.

#### **4.3.2 Improvement Dengan Metode *Quality Function Development***

Berdasarkan hasil uji metode IPA diatas didapatkan bahwa variabel keamanan, komitmen pelayanan pengelola indekos, dan komunikasi antar pelanggan dan pengelola menjadi variabel yang sangat penting untuk diimprove. Keamanan adalah keadaan aman dan tenteram (Tarwoto dan Wartonah, 2010). Keamanan tidak hanya mencegah rasa sakit atau cedera tapi keamanan juga dapat membuat individu aman dalam aktifitasnya, mengurangi stres dan meningkatkan kesehatan umum. Keamanan fisik (biologic safety) merupakan keadaan fisik yang aman terbebas dari ancaman kecelakaan dan cedera (injury) baik secara mekanis, thermis, elektrik maupun bakteriologis. Kebutuhan keamanan fisik merupakan kebutuhan untuk melindungi diri dari bahaya yang mengancam kesehatan fisik, yang pada pembahasan ini akan difokuskan pada providing for safety atau memberikan lingkungan yang aman (Fatmawati, 2009). Kualitas layanan menyatakan bahwa ini adalah hasil perbandingan yang dibuat pelanggan antara harapan mereka tentang suatu layanan dan persepsi mereka tentang cara layanan telah dilakukan (Caruana,2014).

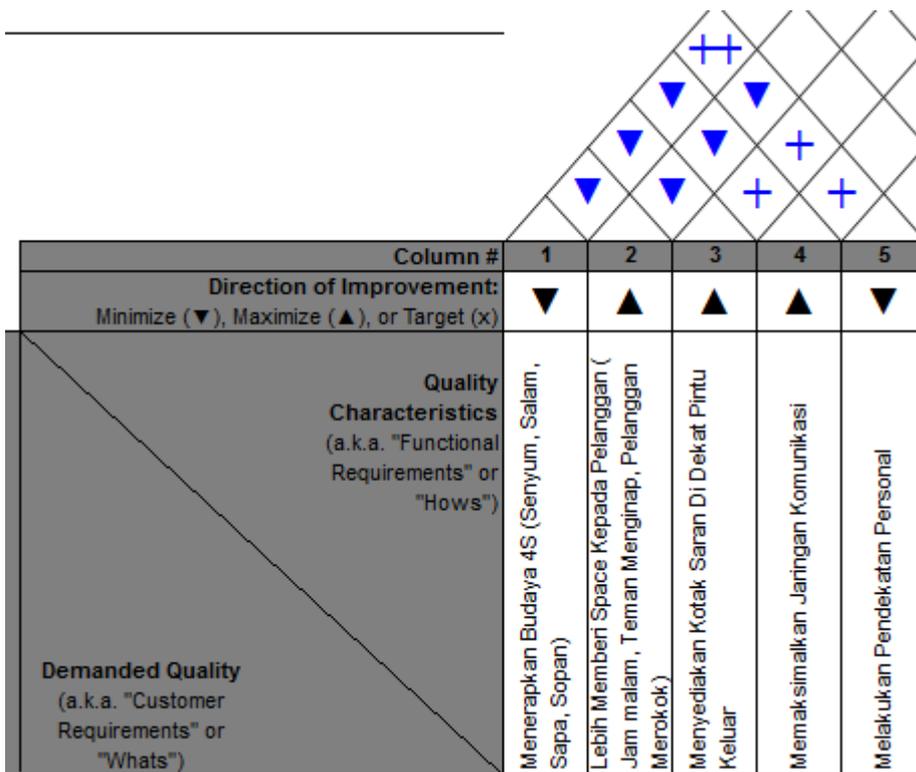
Maka langkah selanjutnya adalah mempertimbangkan langkah *improvement* dengan pendekatan metode *Quality Function Development* (QFD). QFD menggunakan matriks yang disebut dengan *House of Quality* . Berdasarkan hasil identifikasi variabel dengan metode IPA, diperoleh beberapa variabel yang tersebar di 4 kuadran. Dari hasil pemetaan/identifikasi variabel-variabel ini, selanjutnya ditetapkan variabel pada kuadran 1 ( Ekspektasi (+) dan Persepsi (-) ) atau zona prioritas perbaikan yang akan diinput sebagai *customer requirement* dalam matrik *house of quality* (hoq). Pada penelitian ini *Tools house of quality*

(hoq) dibantu dengan aplikasi yang dikembangkan oleh QFDOnline™ dan pengisian *house of quality* membutuhkan data dari para pengguna indeks dalam menentukan item what dan pengelola indeks dalam menentukan item how.

Weight / Importance	Demanded Quality (a.k.a. "Customer Requirements" or "Whats")
3.0	Ketanggapan Pengelola Indeks Dalam Pelayanan
4.0	Kesigapan Pengelola Indeks Dalam Komunikasi
3.0	Pengelola Indeks Lebih Memberikan Toleransi
4.0	Menjaga Komitmen Dalam Pelayanan
4.0	Perhatian Terhadap Keluhan Yang Disampaikan

Gambar 4.7 Item What Pada *House Of Quality*

Nilai weight/importance didapatkan berdasarkan pertimbangan hasil kuisisioner ekspektasi para pengguna indeks yang didapatkan dan menggunakan skala likert 1-5.



Gambar 4.10 Penentuan Item How dan Hubungan Antar Item

Langkah selanjutnya adalah penentuan item How. Item how didapatkan melalui brainstorming dengan pengelola indeks serta korelasi/hubungan antar item how juga dilakukan dengan bertukar pendapat dengan para pengelola indeks sebagai dasar untuk menentukan apakah hubungan item sangat kuat (++), kuat (+) atau tidak berhubungan dengan lambang segitiga.

Quality Characteristics (a.k.a. "Functional Requirements" or "Hows")	D demanded Quality (a.k.a. "Customer Requirements" or "Whats")	Menerapkan Budaya 4S (Senyum, Salam, Sapa, Sopan)	Lebih Memberi Space Kepada Pelanggan (Jam malam, Teman Menginap, Pelanggan Merokok)	Menyediakan Kotak Saran Di Dekat Pintu Keluar	Memaksimalkan Jaringan Komunikasi	Melakukan Pendekatan Personal
Ketanggapan Pengelola Indeks Dalam Pelayanan		▲	▲	○	○	○
Kesigapan Pengelola Indeks Dalam Komunikasi		○	▲	○	○	○
Pengelola Indeks Lebih Memberikan Toleransi		▲	○	▲	▲	▲
Menjaga Komitmen Dalam Pelayanan		▲	○	○	○	○
Perhatian Terhadap Keluhan Yang Disampaikan		▲	○	○	▲	○

Gambar 4.11 Hubungan antar item What dan How

Langkah selanjutnya adalah menentukan apakah item what dan how memiliki hubungan atau tidak. Jika antar item memiliki hubungan yang kuat maka dilambangkan dengan lingkaran dengan titik didalamnya, memiliki hubungan yang kuat dilambangkan dengan lingkaran dan jika tidak berhubungan dilambangkan dengan lambang segitiga.

Max Relationship Value in Column	3	9	9	9	3
Weight / Importance	144.4	455.6	400.0	355.6	266.7
Relative Weight	8.9	28.1	24.7	21.9	16.4

Gambar 4.12 Hasil Akhir Sebagai Dasar Improvement

Dan langkah terakhir dari QFD adalah ditemukannya nilai Relative weight terbesar dan nilai weight/importance terbesar. Untuk gambar HOQ dapat dilihat lebih lanjut pada lembar lampiran halaman 30 . Dapat dilihat bahwa hasil akhir dari nilai weight/importance yang paling tinggi adalah nilai dari variabel ‘‘Lebih

memberikan space dan fleksibilitas terhadap aturan” dengan nilai weight/importance 455,6 yang berarti menjadi prioritas utama yang harus diimprovisasi.

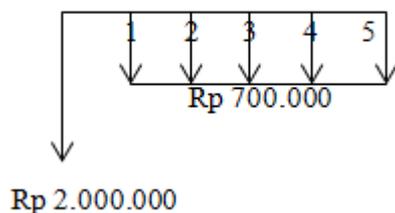
#### 4.4 Investasi Yang Dikeluarkan Guna Melakukan Improvement Yang Dibutuhkan

Dari hasil pengisian *House Of Quality* didapatkan bahwa langkah *improvement* yang paling penting adalah lebih memberikan space kepada mahasiswa tentang aturan jam malam dan tamu yang menginap di indekos yang mereka tempati. Hal tersebut dapat diselesaikan salah satunya dengan memasang CCTV online sehingga pengelola indekos setiap saat dapat mengecek keadaan indekos dengan sedikit memberi space kepada pelangganya. Untuk tabel perhitungan penggunaan CCTV perbulan dapat ditunjukkan dengan tabel 4.9 sebagai berikut :

Tabel 4.9 Tabel LCC Dari CCTV

Harga	CCTV
Harga Pembelian+Pemasangan	Rp2,000,000
Harga Perawatan Tahunan	Rp700,000
Umur Perkiraan	5 Tahun
Suku Bunga	9%/Tahun

Sumber: Olahan Penulis,2019



Gambar 4.4 Cashflow LCC CCTV

$$\text{Present Worth} = -2.000.000 + -700.000 (P/A, 9\%, 5) = 4.722.756$$

$$\text{Annual Worth} = -700.000 + -2000.000 (A/P, 9\%, 5) = 1.214.185$$

Biaya yang perlu dikeluarkan untuk paket CCTV beserta perawatannya demi memberikan space terhadap para pengguna indekos dalam kurun waktu 5 tahun adalah Rp 4.722.756. Dan nilai annual worth tahunan yang didapatkan sebesar Rp 1.214.185. Yang berarti jika semisal indekos memiliki 10 kamar, maka per orang dikenakan charge tambahan sebesar Rp 10.116 atau mungkin dapat dibulatkan menjadi Rp 15.000 yang masing masing tergantung kebijakan pengelola indekos.

#### **4.5 Pembahasan Penelitian**

Disamping minimnya penelitian tentang analisa kepuasan tentang indekos dan untuk mengetahui apakah hasil dari penelitian ini dapat diandalkan atau tidak maka para responden yang terlibat dalam pengisian kuisisioner dihubungi kembali dan diberitahu secara detail tentang hasil penelitian yang didapatkan. Total 16 responden yang bersedia meluangkan waktu untuk diwawancarai kembali. Dari 17 responden tersebut diantaranya 7 orang pengguna indekos dengan harga Tipe A, 5 orang pengguna indekos dengan harga Tipe B dan 4 orang pengguna indekos dengan harga Tipe C.

##### **4.5.1 Pembahasan Indekos Tipe A**

Pada indekos Tipe A, angka rata rata persepsi secara keseluruhan yang dihasilkan adalah 4.12 dan angka rata rata ekspektasi secara keseluruhan yang dihasilkan adalah 3.85. Nilai persepsi yang didapatkan lebih tinggi dari pada nilai ekspektasi. Hal ini menunjukkan bahwa rata rata pelanggan indekos Tipe A sudah puas secara keseluruhan terhadap pelayanan yang diberikan oleh pengelola indekos. Tetapi ada beberapa variabel yang memiliki nilai gap negatif. Hal itu berarti ada beberapa variabel yang memiliki nilai ekspektasi lebih besar dari pada persepsi yang menunjukkan ketidak puasan pengguna indekos. Seperti contoh variabel yang memiliki nilai gap negatif yang paling besar adalah variabel lingkungan indekos yang bersih. Hal ini dibenarkan oleh para responden karena

lingkungan indekos yang mereka tempati berada di lingkungan kampung dan dengan akses jalan yang sempit dan masih banyak orang yang membuang sampah di luar tempat sampah. Tetapi secara keseluruhan mereka puas dengan indekos Tipe A karena disamping murah, aturan yang fleksibel, dan jarak indekos mereka rata rata sangat dekat dengan universitas mereka dan mereka merasa fasilitas pada indekos tersebut sudah cukup membantu memenuhi kebutuhan mereka sehari hari. Untuk hasil *Important Performance Analysis*, para responden ditunjukkan beberapa variabel *servqual* yang masuk dalam kuadran 1 yang artinya harus ada *improvement* pada variabel *servqual* tersebut. Para responden lebih mengharapkan *improvement* pada kesungguhan pengelola indekos dalam melayani pelanggan (*Emphaty*) dan keamanan pada indekos (*Reliable*).<sup>7</sup>

#### **4.5.2 Pembahasan Indekos Tipe B**

Pada indekos Tipe B, angka rata rata persepsi secara keseluruhan yang dihasilkan adalah 4.08 dan angka rata rata ekspektasi secara keseluruhan yang dihasilkan adalah 4.88. Nilai persepsi yang didapatkan lebih rendah dari pada nilai ekspektasi. Hal ini menunjukkan bahwa rata rata pelanggan indekos Tipe B tidak puas secara keseluruhan terhadap pelayanan yang diberikan oleh pengelola indekos dan semua variabel memiliki nilai gap negatif.. Seperti contoh variabel yang memiliki nilai gap negatif yang paling besar adalah variabel Pengelola menyediakan aturan yang fleksibel. Hal ini dibenarkan oleh para responden karena ada beberapa responden yang harus memanjat pagar jika ingin memasuki indekos tetapi melewati jam malam dan ada juga responden yang dikenakan charge Rp 50.000 karena ada temanya yang menginap untuk kerja kelompok dan pengguna pengelola indekos susah untuk diajak kompromi. Untuk hasil *Important Performance Analysis*, para responden ditunjukkan beberapa variabel *servqual* yang masuk dalam kuadran 1 yang artinya harus ada *improvement* pada variabel *servqual* tersebut. Para responden lebih mengharapkan *improvement* pada kesungguhan pengelola indekos dalam melayani pelanggan (*Emphaty*),

Pengelola indekos mampu memenuhi permintaan pelanggan (*responsiveness*),Pengelola indekos menyediakan aturan yang fleksibel(*Emphaty*).

### 4.5.3 Pembahasan Indekos Tipe C

Pada indekos Tipe C, angka rata rata persepsi secara keseluruhan yang dihasilkan adalah 4.12 dan angka rata rata ekspektasi secara keseluruhan yang dihasilkan adalah 4.51. Nilai persepsi yang didapatkan lebih rendah dari pada nilai ekspektasi. Hal ini menunjukkan bahwa rata rata pelanggan indekos Tipe C tidak puas secara keseluruhan terhadap pelayanan yang diberikan oleh pengelola indekos dan hampir semua variabel memiliki nilai gap negatif. Seperti contoh variabel yang memiliki nilai gap negatif yang paling besar adalah variabel Pengelola indekos mampu memenuhi permintaan pelanggan. Hal ini dibenarkan oleh para responden karena ada beberapa responden yang merasa sudah membayar mahal tetapi jikaada permasalahan seperti fasilitas air mati, Wi-Fi trouble,dll maka respon dari pengelola indekos sangat lambat dan selain itu ada responden yang menjadi pelanggan indekos dengan harga Tipe C merasa kurang puas karena kualitas fasilitas perabot yang kurang baik. Untuk hasil *Important Performance Analysis*, para responden ditunjukan beberapa variabel *servqual* yang masuk dalam kuadran 1 yang artinya harus ada *improvement* pada variabel *servqual* tersebut. Para responden lebih mengharapkan *improvement* pada kesungguhan pengelola indekos dalam melayani pelanggan(*Emphaty*), Pengelola indekos mampu memenuhi permintaan pelanggan (*responsiveness*),Pengelola indekos menyediakan aturan yang fleksibel(*Emphaty*).

*(Halaman ini sengaja dikosongkan)*

## BAB 5

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

1) Pada penelitian ini ditemukan nilai gap yang berbeda dari tiap tipe indeks dan pada penelitian ini juga ditemukan perbedaan dimensi *service quality* yang paling penting untuk diimprove dari setiap tipe indeks. Hal tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a) Nilai rata rata gap variabel SERVQUAL pada indeks Tipe A adalah 0,27. Hal ini menunjukkan bahwa layanan pada indeks dengan harga Rp 400.000-500.000 secara keseluruhan telah memenuhi harapan pelanggan walaupun ada beberapa variabel yang memiliki gap negatif. Nilai gap negatif yang paling tinggi terletak pada variabel "Lingkungan indeks yang bersih" (-0,12) tetapi berdasarkan matriks IPA, variabel " Lingkungan indeks yang bersih " terletak di kuadran 2/pertahankan.
- b) Nilai rata rata gap variabel SERVQUAL pada indeks Tipe B adalah -0,40. Hal ini menunjukkan bahwa layanan pada indeks dengan harga Tipe B secara keseluruhan tidak memenuhi harapan pelanggan. Nilai gap negatif tertinggi terletak pada variabel "Pengelola indeks menyediakan peraturan yang fleksibel" (-0,75) dan "Pengelola indeks bersungguh sungguh dalam , mengutamakan kepentingan pelanggan" (-0,75) berdasarkan matriks IPA, variabel " Pengelola indeks menyediakan peraturan yang fleksibel" terletak di kuadran 1/Harus diperbaiki.
- c) Nilai rata rata gap variabel SERVQUAL pada indeks dengan harga Tipe C adalah -0,40. Hal ini menunjukkan bahwa layanan pada indeks dengan harga Rp > 600.000 secara keseluruhan tidak memenuhi harapan pelanggan. Nilai gap negatif tertinggi terletak pada variabel "Pengelola indeks mampu memenuhi permintaan pelanggan" (-0,74) dan

berdasarkan matriks IPA, variabel " Pengelola indekos mampu memenuhi permintaan pelanggan " terletak di kuadran 1/harus diperbaiki.

2) Pada penelitian ini ditemukan dimensi *service quality* yang harus diimprove dan solusi improvement berdasarkan hasil IPA dan diskusi dengan beberapa pengelola indekos yang dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a) Berdasarkan hasil metode Importance Performance Analysis pada indekos tipe A dimensi *service quality* yang menempati urutan tertinggi dalam prioritas improvement adalah dimensi *servqual empathy*. Hal ini menunjukkan bahwa ada permasalahan hubungan antara pengelola indekos dan pengguna indekos. Solusi dari permasalahan ini adalah melakukan pendekatan personal kepada pengguna indekos serta memberikan space dan rasa kompromi kepada pelanggan.
- b) Berdasarkan hasil metode Importance Performance Analysis pada indekos tipe B dimensi *service quality* yang menempati urutan tertinggi dalam prioritas improvement adalah dimensi *servqual empathy*. Hal ini menunjukkan bahwa ada permasalahan hubungan antara pengelola indekos dan pengguna indekos. Solusi dari permasalahan ini adalah melakukan pendekatan personal kepada pengguna indekos serta memberikan space dan rasa kompromi kepada pelanggan.
- c) Berdasarkan hasil metode Importance Performance Analysis pada indekos tipe C dimensi *service quality* yang menempati urutan tertinggi dalam prioritas improvement adalah dimensi *servqual responsiveness*. Hal ini menunjukkan bahwa ada permasalahan dengan lambatnya respon pengelola indekos dan pengguna indekos. Solusi dari permasalahan ini adalah dengan mengatur nada dering pribadi khusus untuk pengguna indekos sehingga pengelola dapat menanggapi permasalahan apa yang sedang dialami pengguna indekos.

Secara keseluruhan kategori servqual yang paling banyak ditemukan masalah adalah *Responsiveness*, dan *Emphaty. Service quality emphaty* ( Lebih memberikan space dan fleksibilitas terhadap aturan ) berdasarkan *analisa quality function development* menjadi dimensi yang paling penting untuk diimprovisasi dalam meningkatkan pelayanan indekos dan pemasangan CCTV Online menjadi alternatif yang bisa digunakan untuk mengatasi masalah space dan fleksibilitas terhadap aturan pengguna indekos.

### **5.1 Saran**

Adapun beberapa saran yang perlu diperhatikan bagi peneliti selanjutnya yang tertarik meneliti tentang analisis *service quality* dan improvement pada indekos di kota malang :

1. Peneliti selanjutnya diharapkan untuk mengkaji lebih banyak sumber maupun referensi yang terkait dengan *service quality* indekos agar hasil penelitiannya dapat lebih baik dan lebih lengkap lagi.
2. Peneliti selanjutnya diharapkan lebih mempersiapkan diri dalam proses pengambilan dan pengumpulan data sehingga penelitian dapat dilaksanakan dengan lebih baik. Peneliti selanjutnya diharapkan ditunjang pula dengan wawancara dengan sumber yang kompeten dalam mengumpulkan data.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, S. Z., Ahmad, N. and Papastathopoulos, A. (2018) 'Measuring service quality and customer satisfaction of the small- and medium-sized hotels (SMSHs) industry: lessons from United Arab Emirates (UAE)', *Tourism Review*.
- Augustyn, M. M. and Seakhoa-King, A. (2005) 'Is the Servqual Scale an Adequate Measure of Quality in Leisure, Tourism and Hospitality?', *Advances in Hospitality and Leisure*, 1, pp. 3–24. doi: 10.1016/S1745-3542(04)01001-X.
- Baines, T. S. L. H. (2009) 'Article information: To cite this document':, *Emerald insight*, 29(5), pp. 494–519. doi: 10.1108/JFM-03-2013-0017.
- Barber, N. and Scarcelli, J. M. (2010) 'Enhancing the assessment of tangible service quality through the creation of a cleanliness measurement scale', *Managing Service Quality*, 20(1), pp. 70–88. doi: 10.1108/09604521011011630.
- Eccles, G., Durand, P. and Durand, P. (2006) 'Celebrate and record Improving service quality : lessons and practice from the hotel', pp. 2–6.
- Ekinci, Y. and Riley, M. (1999) 'Measuring hotel quality: Back to basics', *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 11(6), pp. 287–294. doi:10.1108/09596119910281775.
- Ganguli, S. and Roy, S. K. (2010) 'Service quality dimensions of hybrid services', *Managing Service Quality: An International Journal*, 20(5), pp. 404–424. doi:10.1108/09604521011073713.
- Hapsari, R., Clemes, M. D. and Dean, D. (2017) 'The impact of service quality, customer engagement and selected marketing constructs on airline passenger loyalty', *International Journal of Quality and Service Sciences*, 9(1), pp. 21–40. doi: 10.1108/IJQSS-07-2016-0048.

- Hume, M. (2008) 'Understanding core and peripheral service quality in customer repurchase of the performing arts', *Managing Service Quality*, 18(4), pp. 349–369. doi: 10.1108/09604520810885608.
- Jienardy, C. (2017) 'GAP ANALISIS PERSEPSI DAN EKSPEKTASI KONSUMEN'.
- Kim, S. S. and Oh, J. (2008) 'How does Efficiency in Service Business Influence Service Quality?', *Asian Journal on Quality*, 9(2), pp. 149–160. doi:10.1108/15982688200800023.
- Ladhari, R. (2008) 'Alternative measures of service quality: A review', *Managing Service Quality*, 18(1), pp. 65–86. doi: 10.1108/09604520810842849.
- Min, H., Min, H. and Chung, K. (2002) 'Dynamic benchmarking of hotel service quality', *Journal of Services Marketing*, 16(4), pp. 302–321. doi: 10.1108/08876040210433211.
- Ojekalu, S. O. *et al.* (2018) 'Factors influencing service quality', *Property Management*, p. PM-05-2018-0035. doi: 10.1108/PM-05-2018-0035.
- Rauch, D. A. *et al.* (2015) 'Measuring service quality in mid-scale hotels', *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 27(1), pp. 87–106. doi: 10.1108/IJCHM-06-2013-0254.
- S.W. Chan, E. (2013) *Gap analysis of green hotel marketing*, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. doi: 10.1108/ijchm-09-2012-0156.

Data Indekos Tipe A (Rp 400.000-Rp 500.000)

NO	PERTANYAAN	EKSPEKTASI	PERSEPSI	GAP	IMPORTANCE (EKSPEKTASI)	ARTI NILAI EKSPEKTASI (SUMBU Y)	PERFORMANCE (PERSEPSI)	ARTI NILAI PERSEPSI (SUMBU X)	KUADRAN IPA
1	Lingkungan Indekos Bersih	4.44	4.32	-0.12	0.59	EKSPEKTASI Tinggi	0.20	PERSEPSI Tinggi	Kuadran 2
2	Fasilitas Indekos Mampu Menunjang Kebutuhan Pelanggan	3.84	4.20	0.36	-0.01	EKSPEKTASI Rendah	0.08	PERSEPSI Tinggi	Kuadran 4
3	Perabot Pada Indekos Tidak Usang	3.64	4.00	0.36	-0.21	EKSPEKTASI Rendah	-0.12	PERSEPSI Rendah	Kuadran 3
4	Area Parkir Indekos Yang Memadai	3.92	4.10	0.18	0.07	EKSPEKTASI Tinggi	-0.02	PERSEPSI Rendah	Kuadran 1
5	Desain Interior dan Exterior Indekos Yang Menarik	3.20	3.83	0.63	-0.65	EKSPEKTASI Rendah	-0.29	PERSEPSI Rendah	Kuadran 3
6	Terpenuhinya Ekspektasi Pelanggan	3.72	4.15	0.43	-0.13	EKSPEKTASI Rendah	0.03	PERSEPSI Tinggi	Kuadran 4
7	Pelayanan Dari Pengelola Indekos Sesuai Dengan Yang Diharapkan	3.88	3.84	-0.04	0.03	EKSPEKTASI Tinggi	-0.28	PERSEPSI Rendah	Kuadran 1
8	Tersedianya Peralatan P3K	3.16	3.73	0.57	-0.69	EKSPEKTASI Rendah	-0.39	PERSEPSI Rendah	Kuadran 3
9	Keamanan Indekos Dapat Diandalkan	4.08	4.05	-0.03	0.23	EKSPEKTASI Tinggi	-0.07	PERSEPSI Rendah	Kuadran 1
10	Menyediakan Jasa Sesuai Yang Dijanjikan	4.04	4.20	0.16	0.19	EKSPEKTASI Tinggi	0.08	PERSEPSI Tinggi	Kuadran 2
11	Pengelola Indekos Mampu Memenuhi Permintaan Pelanggan	3.80	4.00	0.20	-0.05	EKSPEKTASI Rendah	-0.12	PERSEPSI Rendah	Kuadran 3
12	Pengelola Indekos Merespon Para Pelanggan Dengan Sigap	3.72	4.20	0.48	-0.13	EKSPEKTASI Rendah	0.08	PERSEPSI Tinggi	Kuadran 4
13	Pengelola Indekos Berkompetensi Dalam Menyelesaikan Masalah	3.68	4.10	0.42	-0.17	EKSPEKTASI Rendah	-0.02	PERSEPSI Rendah	Kuadran 3
14	Pelayanan Dari Pengelola Indekos Memuaskan	3.68	4.30	0.62	-0.17	EKSPEKTASI Rendah	0.18	PERSEPSI Tinggi	Kuadran 4
15	Pengelola Indekos Aktif Dalam merespon Feedback Terhadap Keluhan Pelanggan	4.00	4.00	0.00	0.15	EKSPEKTASI Tinggi	-0.12	PERSEPSI Rendah	Kuadran 1
16	Pengelola Indekos Menjamin Keamanan Pelanggan	4.08	4.30	0.22	0.23	EKSPEKTASI Tinggi	0.18	PERSEPSI Tinggi	Kuadran 2
17	Pengelola Indekos Bersikap Sopan Terhadap Pelanggan	4.04	4.00	-0.04	0.19	EKSPEKTASI Tinggi	-0.12	PERSEPSI Rendah	Kuadran 1
18	Pelanggan Indekos Merasa Aman Ketika Melakukan Transaksi Pembayaran	4.12	4.40	0.28	0.27	EKSPEKTASI Tinggi	0.28	PERSEPSI Tinggi	Kuadran 2
19	Pengelola Indekos Aktif Dalam Memberikan Masukan	3.76	4.05	0.29	-0.09	EKSPEKTASI Rendah	-0.07	PERSEPSI Rendah	Kuadran 3
20	Pengelola Indekos Dapat Menjaga Kepercayaan Para Pelanggan	3.96	4.26	0.30	0.11	EKSPEKTASI Tinggi	0.14	PERSEPSI Tinggi	Kuadran 2
21	Pengelola Indekos Peduli Terhadap Pelanggan	4.08	4.30	0.22	0.23	EKSPEKTASI Tinggi	0.18	PERSEPSI Tinggi	Kuadran 2
22	Pengelola Indekos Dapat Menjaga Komunikasi Dengan Pelanggan	3.88	4.00	0.12	0.03	EKSPEKTASI Tinggi	-0.12	PERSEPSI Rendah	Kuadran 1
23	Pengelola Indekos Menyediakan Peraturan Yang Fleksibel	3.96	4.20	0.24	0.11	EKSPEKTASI Tinggi	0.08	PERSEPSI Tinggi	Kuadran 2
24	Pengelola Indekos Paham Terhadap Apa Yang Dilakukan Pelanggan	3.60	4.30	0.70	-0.25	EKSPEKTASI Rendah	0.18	PERSEPSI Tinggi	Kuadran 4
25	Pengelola Indekos Sunguh Sunguh Dalam Mengutamakan Kepentingan Pelanggan	3.92	4.10	0.18	0.07	EKSPEKTASI Tinggi	-0.02	PERSEPSI Rendah	Kuadran 1

Data Indeks Tipe B (Rp 500.000 – Rp 600.000)

NO	PERTANYAAN	EKSPEKTASI	PERSEPSI	GAP	IMPORTANCE (EKSPEKTASI)	ARTI NILAI EKSPEKTASI (SUMBU Y)	PERFORMANCE (PERSEPSI)	ARTI NILAI PERSEPSI (SUMBU X)	KUADRAN IPA
1	Lingkungan Indeks Bersih	4.58	4.38	-0.21	0.10	EKSPEKTASI Tinggi	0.29	PERSEPSI Tinggi	Kuadran 2
2	Fasilitas Indeks Mampu Menunjang Kebutuhan Pelanggan	4.25	3.96	-0.29	-0.23	EKSPEKTASI Rendah	-0.12	PERSEPSI Rendah	Kuadran 3
3	Perabot Pada Indeks Tidak Usang	4.33	4.00	-0.33	-0.15	EKSPEKTASI Rendah	-0.08	PERSEPSI Rendah	Kuadran 3
4	Area Parkir Indeks Yang Memadai	4.25	3.92	-0.33	-0.23	EKSPEKTASI Rendah	-0.16	PERSEPSI Rendah	Kuadran 3
5	Desain Interior dan Exterior Indeks Yang Menarik	4.10	3.75	-0.35	-0.38	EKSPEKTASI Rendah	-0.33	PERSEPSI Rendah	Kuadran 3
6	Terpenuhinya Ekspektasi Pelanggan	4.54	4.17	-0.37	0.06	EKSPEKTASI Tinggi	0.09	PERSEPSI Tinggi	Kuadran 2
7	Pelayanan Dari Pengelola Indeks Sesuai Dengan Yang Diharapkan	4.45	3.83	-0.62	-0.03	EKSPEKTASI Rendah	-0.25	PERSEPSI Rendah	Kuadran 3
8	Tersedianya Peralatan P3K	3.37	3.83	0.46	-1.11	EKSPEKTASI Rendah	-0.25	PERSEPSI Rendah	Kuadran 3
9	Keamanan Indeks Dapat Diandalkan	4.41	4.17	-0.24	-0.07	EKSPEKTASI Rendah	0.09	PERSEPSI Tinggi	Kuadran 4
10	Menyediakan Jasa Sesuai Yang Dijanjikan	4.50	4.20	-0.30	0.02	EKSPEKTASI Tinggi	0.12	PERSEPSI Tinggi	Kuadran 2
11	Pengelola Indeks Mampu Memenuhi Permintaan Pelanggan	4.58	4.13	-0.46	0.10	EKSPEKTASI Tinggi	0.04	PERSEPSI Tinggi	Kuadran 2
12	Pengelola Indeks Merespon Para Pelanggan Dengan Sigap	4.63	4.13	-0.50	0.15	EKSPEKTASI Tinggi	0.04	PERSEPSI Tinggi	Kuadran 2
13	Pengelola Indeks Berkompetensi Dalam Menyelesaikan Masalah	4.58	4.38	-0.21	0.10	EKSPEKTASI Tinggi	0.29	PERSEPSI Tinggi	Kuadran 2
14	Pelayanan Dari Pengelola Indeks Memuaskan	4.50	4.04	-0.46	0.02	EKSPEKTASI Tinggi	-0.04	PERSEPSI Rendah	Kuadran 1
15	Pengelola Indeks Aktif Dalam merespon Feedback Terhadap Keluhan Pelanggan	4.58	4.33	-0.25	0.10	EKSPEKTASI Tinggi	0.25	PERSEPSI Tinggi	Kuadran 2
16	Pengelola Indeks Menjamin Keamanan Pelanggan	4.58	3.95	-0.63	0.10	EKSPEKTASI Tinggi	-0.13	PERSEPSI Rendah	Kuadran 1
17	Pengelola Indeks Bersikap Sopan Terhadap Pelanggan	4.67	4.45	-0.22	0.19	EKSPEKTASI Tinggi	0.37	PERSEPSI Tinggi	Kuadran 2
18	Pelanggan Indeks Merasa Aman Ketika Melakukan Transaksi Pembayaran	4.83	4.13	-0.71	0.35	EKSPEKTASI Tinggi	0.04	PERSEPSI Tinggi	Kuadran 2
19	Pengelola Indeks Aktif Dalam Memberikan Masukan	4.30	4.00	-0.30	-0.18	EKSPEKTASI Rendah	-0.08	PERSEPSI Rendah	Kuadran 3
20	Pengelola Indeks Dapat Menjaga Kepercayaan Para Pelanggan	4.63	4.13	-0.50	0.15	EKSPEKTASI Tinggi	0.04	PERSEPSI Tinggi	Kuadran 2
21	Pengelola Indeks Peduli Terhadap Pelanggan	4.63	4.33	-0.29	0.15	EKSPEKTASI Tinggi	0.25	PERSEPSI Tinggi	Kuadran 2
22	Pengelola Indeks Dapat Menjaga Komunikasi Dengan Pelanggan	4.62	3.92	-0.70	0.14	EKSPEKTASI Tinggi	-0.16	PERSEPSI Rendah	Kuadran 1
23	Pengelola Indeks Menyediakan Peraturan Yang Fleksibel	4.75	4.00	-0.75	0.27	EKSPEKTASI Tinggi	-0.08	PERSEPSI Rendah	Kuadran 1
24	Pengelola Indeks Paham Terhadap Apa Yang Dilakukan Pelanggan	4.58	3.92	-0.66	0.10	EKSPEKTASI Tinggi	-0.16	PERSEPSI Rendah	Kuadran 1
25	Pengelola Indeks Sungguh Sungguh Dalam Mengutamakan Kepentingan Pelanggan	4.75	4.00	-0.75	0.27	EKSPEKTASI Tinggi	-0.08	PERSEPSI Rendah	Kuadran 1

Data Indeks Tipe C (> Rp 600.000)

NO	PERTANYAAN	EKSPEKTASI	PERSEPSI	GAP	IMPORTANCE (EKSPEKTASI)	ARTI NILAI EKSPEKTASI (SUMBU Y)	PERFORMANCE (PERSEPSI)	ARTI NILAI PERSEPSI (SUMBU X)	KUADRAN IPA
1	Lingkungan Indeks Bersih	4.53	4.32	-0.21	0.02	EKSPEKTASI Tinggi	0.20	PERSEPSI Tinggi	Kuadran 2
2	Fasilitas Indeks Mampu Menunjang Kebutuhan Pelanggan	4.22	4.20	-0.02	-0.29	EKSPEKTASI Rendah	0.08	PERSEPSI Tinggi	Kuadran 4
3	Perabot Pada Indeks Tidak Usang	4.27	4.00	-0.27	-0.24	EKSPEKTASI Rendah	-0.12	PERSEPSI Rendah	Kuadran 3
4	Area Parkir Indeks Yang Memadai	4.27	4.10	-0.17	-0.24	EKSPEKTASI Rendah	-0.02	PERSEPSI Rendah	Kuadran 3
5	Desain Interior dan Exterior Indeks Yang Menarik	4.05	3.83	-0.22	-0.46	EKSPEKTASI Rendah	-0.29	PERSEPSI Rendah	Kuadran 3
6	Terpenuhinya Ekspektasi Pelanggan	4.53	4.15	-0.38	0.02	EKSPEKTASI Tinggi	0.03	PERSEPSI Tinggi	Kuadran 2
7	Pelayanan Dari Pengelola Indeks Sesuai Dengan Yang Diharapkan	4.45	3.84	-0.61	-0.06	EKSPEKTASI Rendah	-0.28	PERSEPSI Rendah	Kuadran 3
8	Tersedianya Peralatan P3K	3.47	3.73	0.26	-1.04	EKSPEKTASI Rendah	-0.39	PERSEPSI Rendah	Kuadran 3
9	Keamanan Indeks Dapat Diandalkan	4.50	4.05	-0.45	-0.01	EKSPEKTASI Rendah	-0.07	PERSEPSI Rendah	Kuadran 3
10	Menyediakan Jasa Sesuai Yang Dijanjikan	4.60	4.20	-0.40	0.09	EKSPEKTASI Tinggi	0.08	PERSEPSI Tinggi	Kuadran 2
11	Pengelola Indeks Mampu Memenuhi Permintaan Pelanggan	4.74	4.00	-0.74	0.23	EKSPEKTASI Tinggi	-0.12	PERSEPSI Rendah	Kuadran 1
12	Pengelola Indeks Merespon Para Pelanggan Dengan Sigap	4.65	4.20	-0.45	0.14	EKSPEKTASI Tinggi	0.08	PERSEPSI Tinggi	Kuadran 2
13	Pengelola Indeks Berkompetensi Dalam Menyelesaikan Masalah	4.53	4.10	-0.43	0.02	EKSPEKTASI Tinggi	-0.02	PERSEPSI Rendah	Kuadran 1
14	Pelayanan Dari Pengelola Indeks Memuaskan	4.80	4.30	-0.50	0.29	EKSPEKTASI Tinggi	0.18	PERSEPSI Tinggi	Kuadran 2
15	Pengelola Indeks Aktif Dalam merespon Feedback Terhadap Keluhan Pelanggan	4.65	4.00	-0.65	0.14	EKSPEKTASI Tinggi	-0.12	PERSEPSI Rendah	Kuadran 1
16	Pengelola Indeks Menjamin Keamanan Pelanggan	4.65	4.30	-0.35	0.14	EKSPEKTASI Tinggi	0.18	PERSEPSI Tinggi	Kuadran 2
17	Pengelola Indeks Bersikap Sopan Terhadap Pelanggan	4.71	4.00	-0.71	0.20	EKSPEKTASI Tinggi	-0.12	PERSEPSI Rendah	Kuadran 1
18	Pelanggan Indeks Merasa Aman Ketika Melakukan Transaksi Pembayaran	4.78	4.40	-0.38	0.27	EKSPEKTASI Tinggi	0.28	PERSEPSI Tinggi	Kuadran 2
19	Pengelola Indeks Aktif Dalam Memberikan Masukan	4.45	4.05	-0.40	-0.06	EKSPEKTASI Rendah	-0.07	PERSEPSI Rendah	Kuadran 3
20	Pengelola Indeks Dapat Menjaga Kepercayaan Para Pelanggan	4.63	4.26	-0.37	0.12	EKSPEKTASI Tinggi	0.14	PERSEPSI Tinggi	Kuadran 2
21	Pengelola Indeks Peduli Terhadap Pelanggan	4.70	4.30	-0.40	0.19	EKSPEKTASI Tinggi	0.18	PERSEPSI Tinggi	Kuadran 2
22	Pengelola Indeks Dapat Menjaga Komunikasi Dengan Pelanggan	4.63	4.00	-0.63	0.12	EKSPEKTASI Tinggi	-0.12	PERSEPSI Rendah	Kuadran 1
23	Pengelola Indeks Menyediakan Peraturan Yang Fleksibel	4.63	4.20	-0.43	0.12	EKSPEKTASI Tinggi	0.08	PERSEPSI Tinggi	Kuadran 2
24	Pengelola Indeks Paham Terhadap Apa Yang Dilakukan Pelanggan	4.68	4.30	-0.38	0.17	EKSPEKTASI Tinggi	0.18	PERSEPSI Tinggi	Kuadran 2
25	Pengelola Indeks Sungguh Sungguh Dalam Mengutamakan Kepentingan Pelanggan	4.73	4.10	-0.63	0.22	EKSPEKTASI Tinggi	-0.02	PERSEPSI Rendah	Kuadran 1

Surat Izin

**Kepada Yth.  
Bapak/Ibu Responden Penelitian  
Di Tempat**

Perkenalkan nama saya **Ryan Cakra Pamungkas** saat ini sedang menempuh studi Pascasarjana di Departemen Magister Manajemen Teknologi, Fakultas Bisnis dan Manajemen Teknologi, Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS), Surabaya. Saat ini Saya sedang melakukan penelitian untuk menganalisa **ANALISIS SERVICE QUALITY DAN IMPROVEMENT PADA INDEKOS DI KOTA MALANG**).

Responden pada penelitian ini adalah siswa/mahasiswa yang sedang menempati indekos di Kota Malang. Untuk itu apabila Saudara/Saudari termasuk dalam kriteria responden tersebut, dimohon agar Anda dapat mengeluarkan sedikit waktu guna berpartisipasi dalam kuisioner ini sehingga dapat bermanfaat bagi pengembangan pengetahuan di bidang konstruksi bangunan di Indonesia. Apabila Anda bersedia berpartisipasi pada survei ini, silahkan melengkapi kuisioner dan mengirimkan kembali ke Saya dengan balasan yang telah disertakan pada kuisioner ini.

Saya informasikan bahwa partisipasi dalam survei ini adalah sifat sukarela dan semua informasi yang diberikan akan dijaga kerahasiaannya serta hanya digunakan untuk kepentingan akademis. Hasil penelitian mungkin akan disampaikan pada konferensi akademik, tesis, jurnal ilmiah maupun bab buku. Mengenai informasi tambahan penelitian ini, Bapak/Ibu dapat langsung menghubungi saya melalui nomor HP: +6281231783449, email: [ryanpamungkas94@yahoo.com](mailto:ryanpamungkas94@yahoo.com). Demikian, saya sampaikan terima kasih atas perhatian dan partisipasi Bapak/Ibu.

Hormat Kami,

Kuisisioner

## **A. PERNYATAAN RESPONDEN**

### *Petunjuk umum pengisian*

Saudara/Saudari dapat menjawab kuisisioner dengan **mengisi jawaban maupun memberi tanda centang (✓)** pada salah satu alternatif jawaban yang disediakan. Kami informasikan bahwa **tidak ada jawaban yang benar atau salah**, sehingga Anda dimohon dapat memilih jawaban yang paling mendekati pemahaman Anda. **Mohon Saudara/Saudari dapat menjawab semua pertanyaan dalam kuisisioner ini agar data dapat dianalisis dengan baik.**

Keterangan:     = Sangat tidak setuju  
2 = Tidak setuju  
3 = Cukup setuju  
4 = Setuju  
5 = Sangat setuju

1. Berapa Lama Anda Tinggal ? .....
2. Berapakah Biaya Yang Anda Bayar Perbulan?.....
3. Dimanakah Alamat Indekos Responden?.....(Jika keberatan maka tidak perlu di isi)

**Variabel Tangible**

<b><i>TANGIBLE</i></b>	5	4	3	2	1
<u>Lingkungan Indekos Bersih</u>					
<u>Fasilitas Indekos Mampu Menunjang Kebutuhan Pelanggan</u>					
<u>Perabot Pada Indekos Tidak Usang</u>					
<u>Area Parkir Indekos Yang Memadai</u>					
<u>Desain Interior dan Exterior Indekos Yang Menarik</u>					

**Variabel Reliability**

<b>Reliability</b>	5	4	3	2	1
Terpenuhinya Ekspektasi Pelanggan					
Pelayanan Dari Pengelola Indekos Sesuai Dengan Yang Diharapkan					
Tersedianya Peralatan P3K					
Keamanan Indekos Dapat Diandalkan					
Menyediakan Jasa Sesuai Yang Dijanjikan					

**Variabel Responsiveness**



<b>Responsiveness</b>	5	4	3	2	1
Pengelola Indekos Mampu Memenuhi Permintaan Pelanggan					
Pengelola Indekos Merespon Para Pelanggan Dengan Sigap					
Pengelola Indekos Berkompetensi Dalam Menyelesaikan Masalah					
Pelayanan Dari Pengelola Indekos Memuaskan					
Pengelola Indekos Aktif Dalam merespon Feedback Terhadap Keluhan Pelanggan					

**Variabel Assurance**

<i>Assurance</i>	5	4	3	2	1
<u>Pengelola Indekos Menjamin Keamanan Pelanggan</u>					
<u>Pengelola Indekos Bersikap Sopan Terhadap Pelanggan</u>					
<u>Pelanggan Indekos Merasa Aman Ketika Melakukan Transaksi Pembayaran</u>					
<u>Pengelola Indekos Aktif Dalam Memberikan Masukan</u>					
<u>Pengelola Indekos Dapat Menjaga Kepercayaan Para Pelanggan</u>					

**Variabel Emphaty**

<i>Empathy</i>	5	4	3	2	1
<u>Pengelola Indekos Peduli Terhadap Pelanggan</u>					
<u>Pengelola Indekos Dapat Menjaga Komunikasi Dengan Pelanggan</u>					
<u>Pengelola Indekos Menyediakan Peraturan Yang Fleksibel</u>					
<u>Pengelola Indekos Paham Terhadap Apa Yang Dilakukan Pelanggan</u>					
<u>Pengelola Indekos Sunguh Sunguh Dalam Mengutamakan Kepentingan Pelanggan</u>					

Hasil Crosstabs

Lama_Tinggal	Pembayaran	Gender	Tingkat_Semester		Tipe_Indekos			Total
					A	B	C	
6 Bulan	Setiap Bulan	Laki-Laki	Tingkat_Semester	3-4	13	0		13
				4-5	0	5		5
			Total	13	5		18	
		Perempuan	Tingkat_Semester	3-4	1	0		1
				4-5	0	1		1
			Total	1	1		2	
	Total	Tingkat_Semester	3-4	14	0		14	
			4-5	0	6		6	
		Total	14	6		20		
	Setiap 3 Bulan	Laki-Laki	Tingkat_Semester	3-4	5			5
				Total	5			5
			Total	5			5	
Total		Tingkat_Semester	3-4	5			5	
			Total	5			5	
		Total	5			5		
Total	Laki-Laki	Tingkat_Semester	3-4	18	0		18	
			4-5	0	5		5	
			Total	18	5		23	
		Perempuan	Tingkat_Semester	3-4	1	0		1
				4-5	0	1		1
			Total	1	1		2	
	Total	Tingkat_Semester	3-4	19	0		19	
			4-5	0	6		6	
		Total	19	6		25		



7 Bulan	Setiap Bulan	Laki-Laki	Tingkat_Semester	3-4	1	0	0	1	
				4-5	0	3	0	3	
				>6	0	0	3	3	
			Total		1	3	3	7	
		Perempuan	Tingkat_Semester	>6			1	1	
			Total				1	1	
		Total	Tingkat_Semester	3-4	1	0	0	1	
				4-5	0	3	0	3	
				>6	0	0	4	4	
				Total	1	3	4	8	
	Setiap 3 Bulan	Laki-Laki	Tingkat_Semester	3-4	2	0	0	2	
				4-5	1	2	0	3	
				>6	0	0	2	2	
			Total	3	2	2	7		
		Total	Tingkat_Semester	3-4	2	0	0	2	
				4-5	1	2	0	3	
				>6	0	0	2	2	
				Total	3	2	2	7	
		Setiap 6 Bulan	Laki-Laki	Tingkat_Semester	4-5			1	1
					>6			3	3
Total					4	4			
Total	Tingkat_Semester		4-5			1	1		
			>6			3	3		
			Total			4	4		
Total	Laki-Laki	Tingkat_Semester	3-4	3	0	0	3		
			4-5	1	5	1	7		
			>6	0	0	8	8		
		Total	4	5	9	18			
	Perempuan	Tingkat_Semester	>6			1	1		

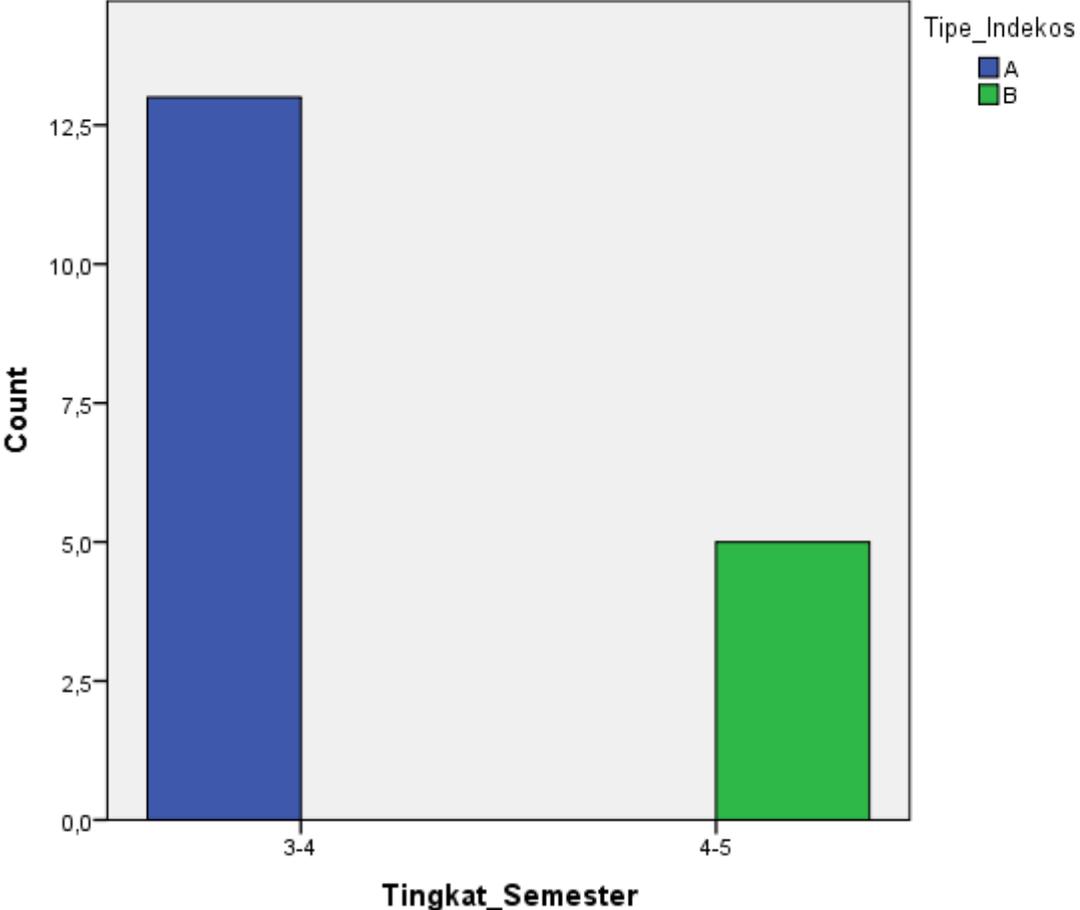
9 Bulan	Setiap 3 Bulan	Laki-Laki	Tingkat_Semester	3-4	1	2		3
				4-5	0	4		4
			Total		1	6		7
	Total	Laki-Laki	Tingkat_Semester	3-4	1	2		3
				4-5	0	4		4
			Total		1	6		7
	Setiap 6 Bulan	Laki-Laki	Tingkat_Semester	4-5		1	0	1
				>6		0	4	4
			Total			1	4	5
	Total	Laki-Laki	Tingkat_Semester	4-5		1	0	1
				>6		0	4	4
			Total			1	4	5
	Total	Laki-Laki	Tingkat_Semester	3-4	1	2	0	3
				4-5	0	5	0	5
				>6	0	0	4	4
Total		1	7	4	12			
Total	Laki-Laki	Tingkat_Semester	3-4	1	2	0	3	
			4-5	0	5	0	5	
			>6	0	0	4	4	
Total		1	7	4	12			

>12 Bulan	Setiap Bulan	Laki-Laki	Tingkat_Semester	4-5		1	0	1	
				>6		0	4	4	
			Total			1	4	5	
	Total	Laki-Laki	Tingkat_Semester	4-5		1	0	1	
				>6		0	4	4	
			Total			1	4	5	
	Setiap 3 Bulan	Laki-Laki	Tingkat_Semester	3-4	1	1	0	2	
				4-5	0	0	1	1	
				>6	0	0	1	1	
		Total	Laki-Laki	Total		1	1	2	4
				Tingkat_Semester	3-4	1	1	0	2
					4-5	0	0	1	1
Total		Laki-Laki		>6	0	0	1	1	
			Total		1	1	2	4	
			Tingkat_Semester	3-4	1	1	0	2	
Setiap 6 Bulan	Laki-Laki	Tingkat_Semester	3-4		1	0	1		
			4-5		1	1	2		
			>6		0	2	2		
	Total	Laki-Laki	Total			2	3	5	
			Tingkat_Semester	4-5			1	1	
			Total				1	1	
	Total	Laki-Laki	Tingkat_Semester	3-4		1	0	1	
				4-5		1	2	3	
				>6		0	2	2	
Total	Laki-Laki	Total			2	4	6		
		Tingkat_Semester	3-4	1	2	0	3		
			4-5	0	2	2	4		
Total	Laki-Laki		>6	0	0	7	7		
		Total		1	4	9	14		
		Tingkat_Semester	4-5			1	1		
Total	Perempuan	Tingkat_Semester	4-5				1	1	

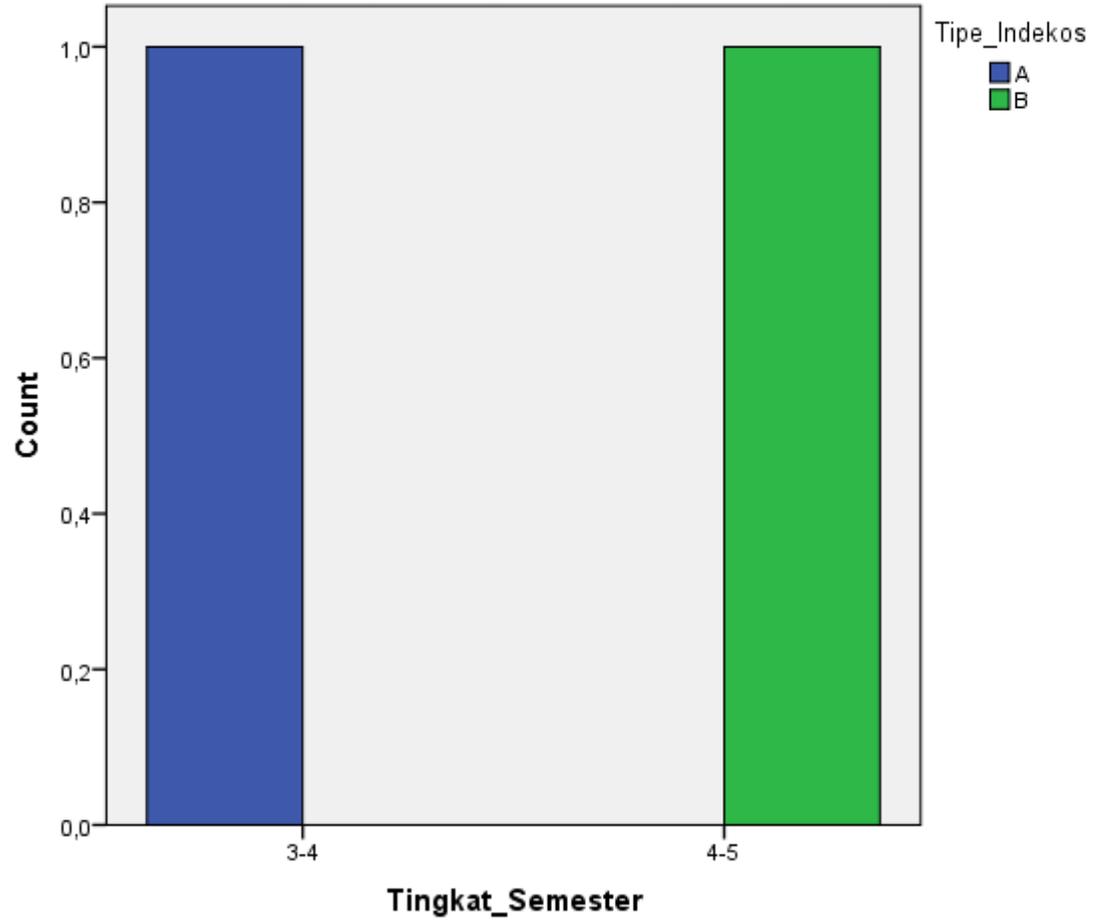
Total	Setiap Bulan	Laki-Laki	Tingkat_Semester	3-4	14	0	0	14
			4-5	0	9	0	9	
			>6	0	0	7	7	
			Total	14	9	7	30	
	Perempuan	Tingkat_Semester	3-4	1	0	0	1	
		4-5	0	1	0	1		
		>6	0	0	1	1		
		Total	1	1	1	3		
	Total	Tingkat_Semester	3-4	15	0	0	15	
		4-5	0	10	0	10		
		>6	0	0	8	8		
		Total	15	10	8	33		
Setiap 3 Bulan	Laki-Laki	Tingkat_Semester	3-4	9	3	0	12	
		4-5	1	6	1	8		
		>6	0	0	3	3		
		Total	10	9	4	23		
	Total	Tingkat_Semester	3-4	9	3	0	12	
		4-5	1	6	1	8		
		>6	0	0	3	3		
		Total	10	9	4	23		
	Setiap 6 Bulan	Laki-Laki	Tingkat_Semester	3-4		1	0	1
			4-5		2	2	4	
			>6		0	9	9	
			Total		3	11	14	
Perempuan		Tingkat_Semester	4-5			1	1	
		Total			1	1		
Total		Tingkat_Semester	3-4		1	0	1	
		4-5			2	3	5	

			>6		0	9	9
		Total			3	12	15
Total	Laki-Laki	Tingkat_Semester	3-4	23	4	0	27
			4-5	1	17	3	21
			>6	0	0	19	19
			Total	24	21	22	67
	Perempuan	Tingkat_Semester	3-4	1	0	0	1
			4-5	0	1	1	2
			>6	0	0	1	1
			Total	1	1	2	4
Total	Total	Tingkat_Semester	3-4	24	4	0	28
			4-5	1	18	4	23
			>6	0	0	20	20
			Total	25	22	24	71

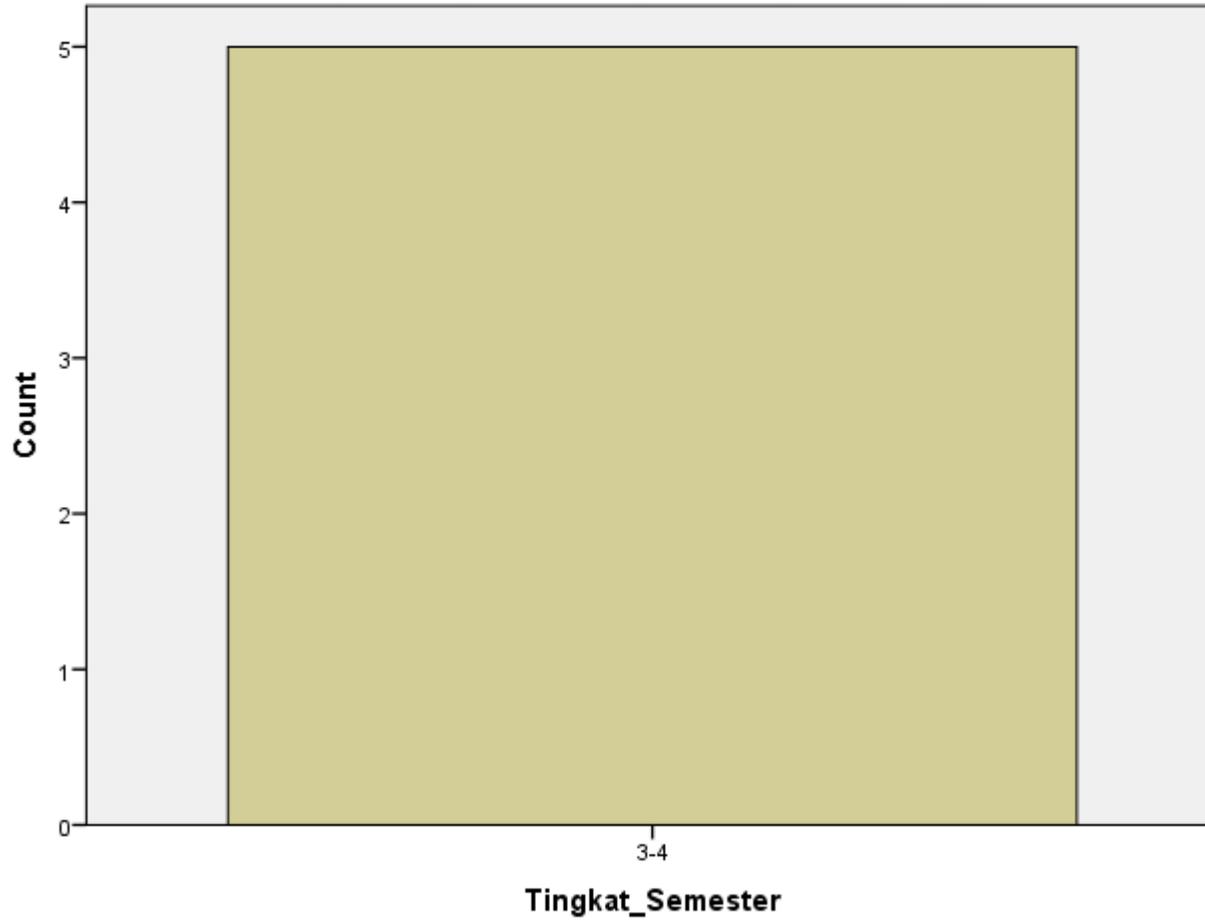
Gender=Laki-Laki, Pembayaran=Setiap Bulan, Lama\_Tinggal=6 Bulan



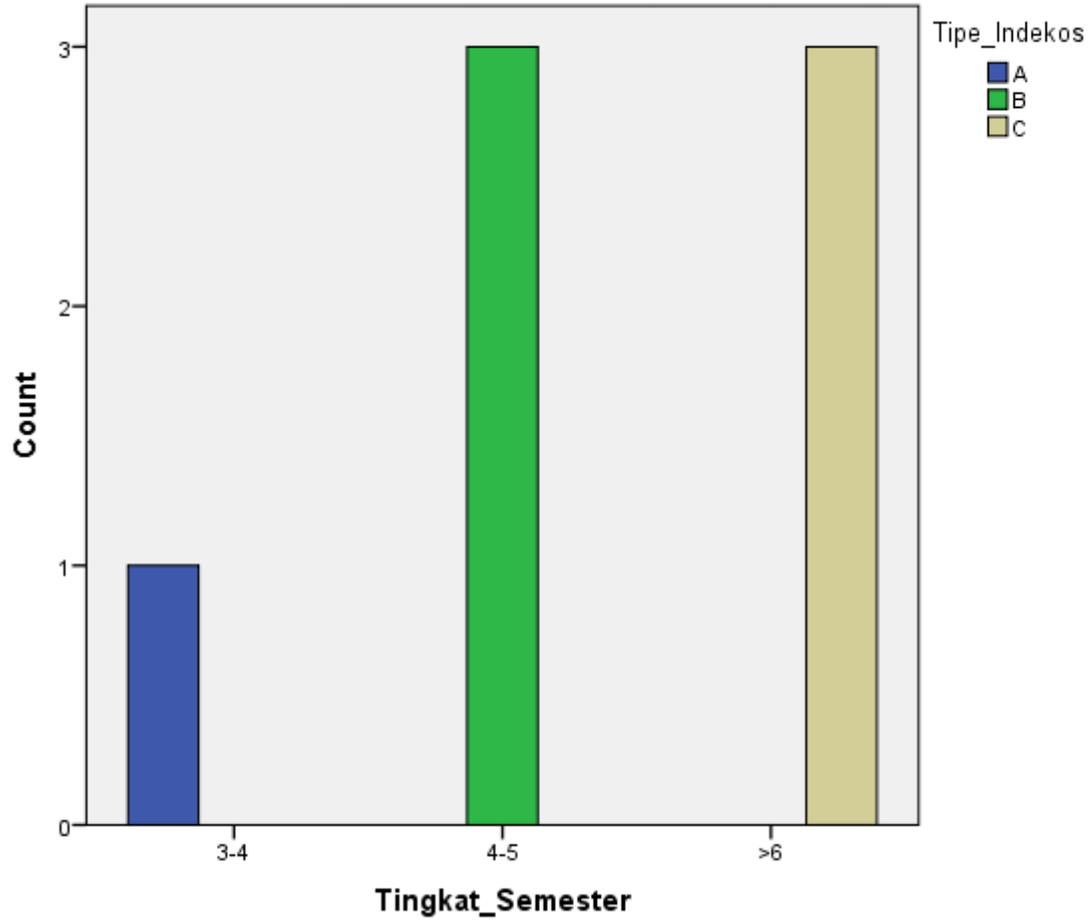
Gender=Perempuan, Pembayaran=Setiap Bulan, Lama\_Tinggal=6 Bulan



Gender=Laki-Laki, Pembayaran=Setiap 3 Bulan, Lama\_Tinggal=6 Bulan



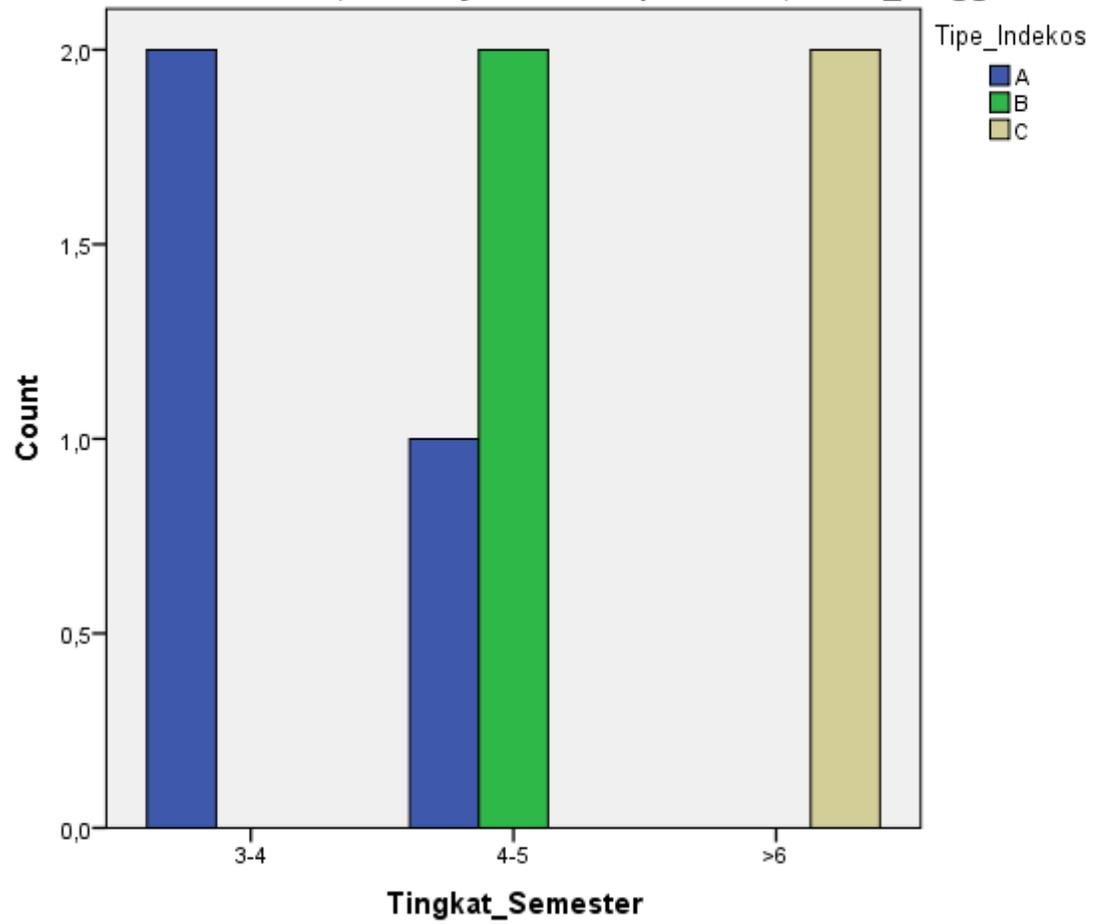
Gender=Laki-Laki, Pembayaran=Setiap Bulan, Lama\_Tinggal=7 Bulan



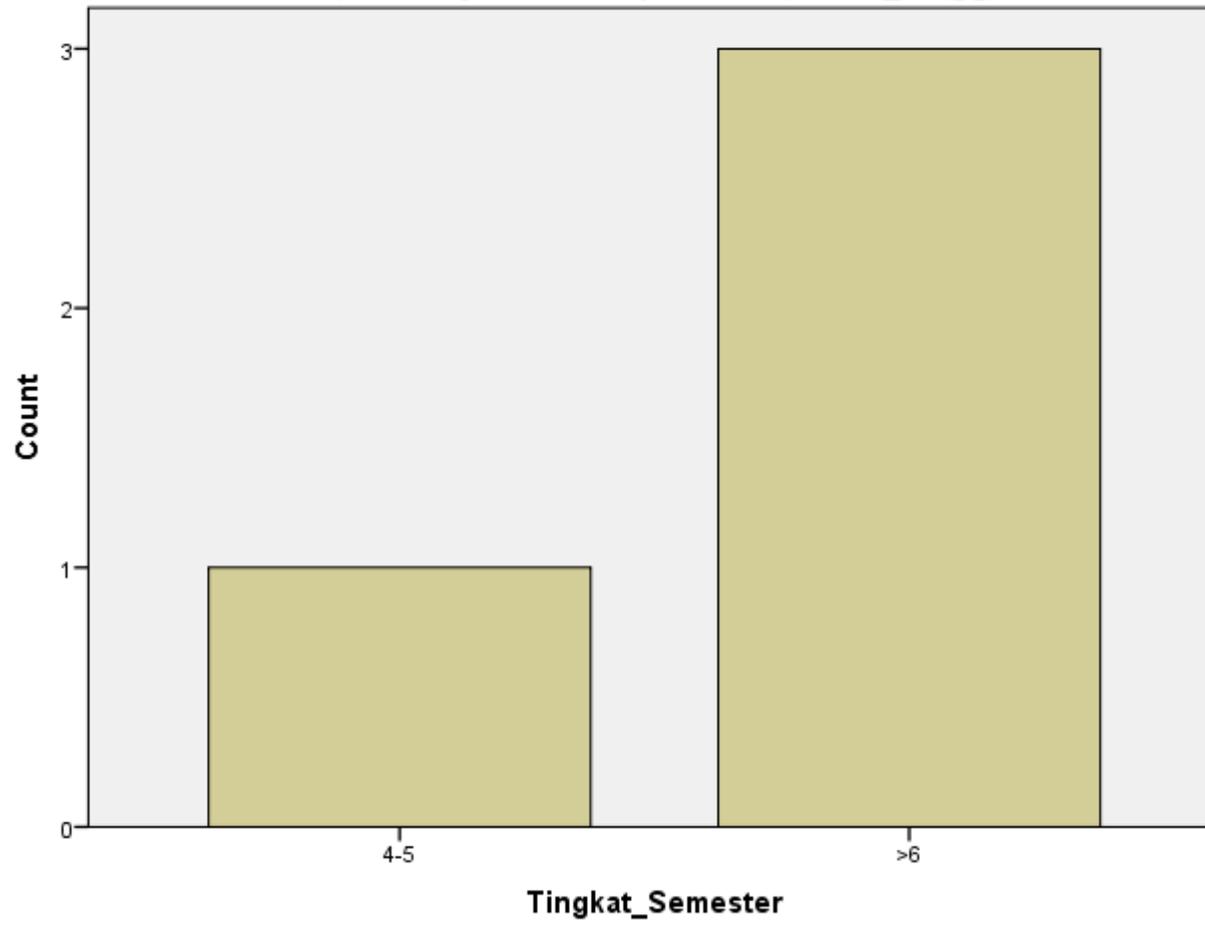
Gender=Perempuan, Pembayaran=Setiap Bulan, Lama\_Tinggal=7 Bulan



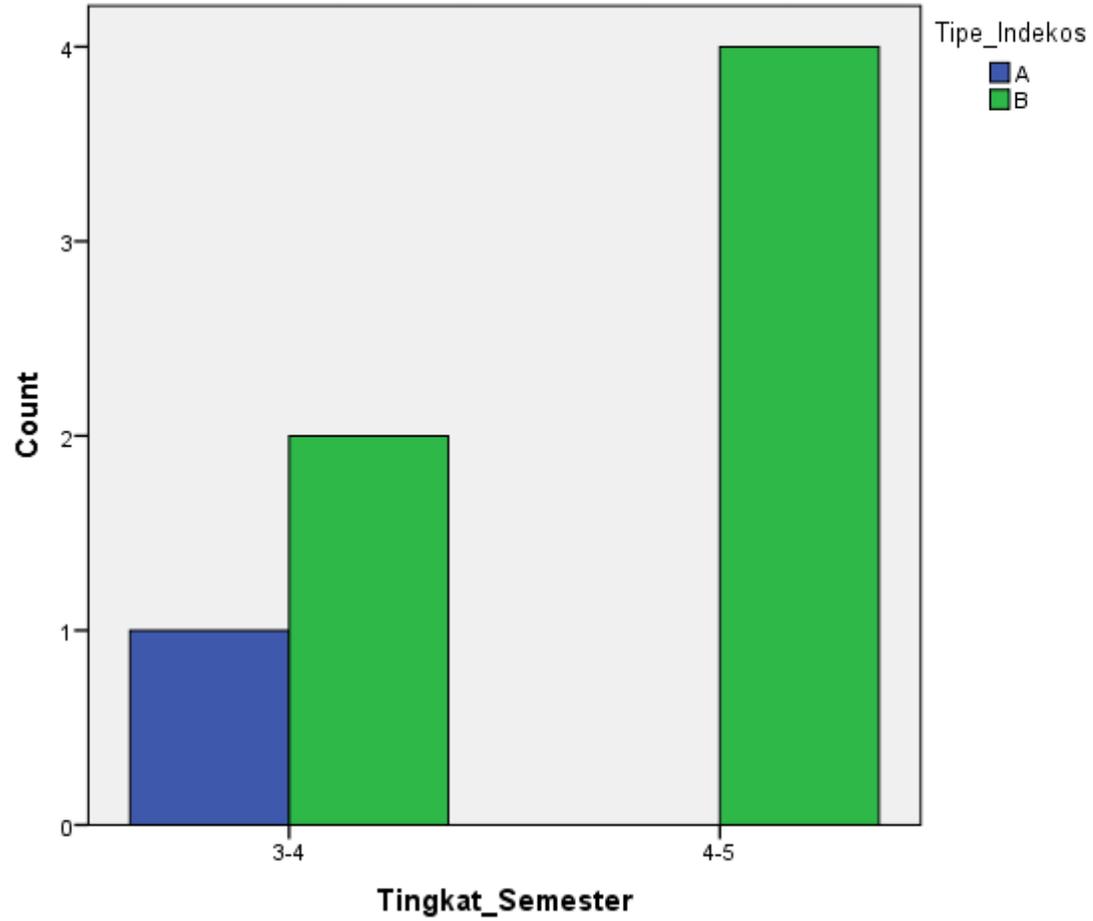
Gender=Laki-Laki, Pembayaran=Setiap 3 Bulan, Lama\_Tinggal=7 Bulan



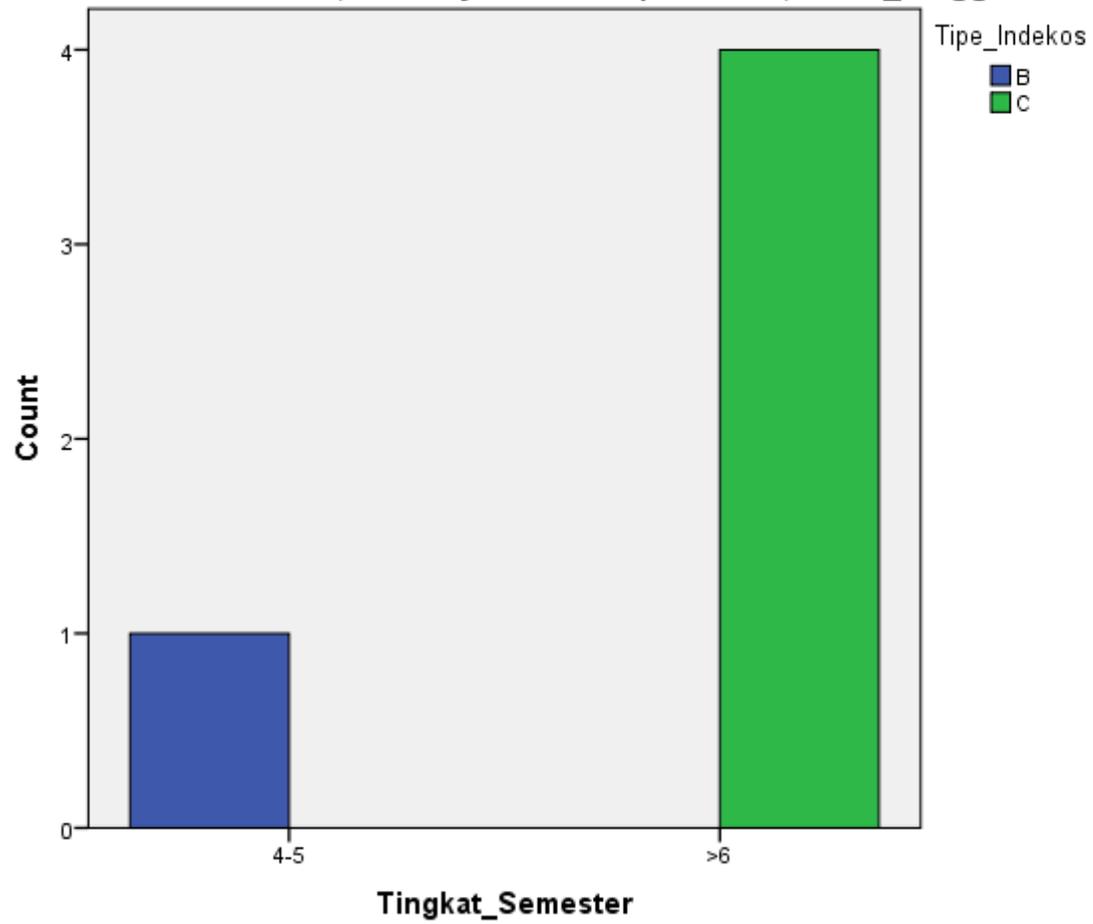
Gender=Laki-Laki, Pembayaran=Setiap 6 Bulan, Lama\_Tinggal=7 Bulan



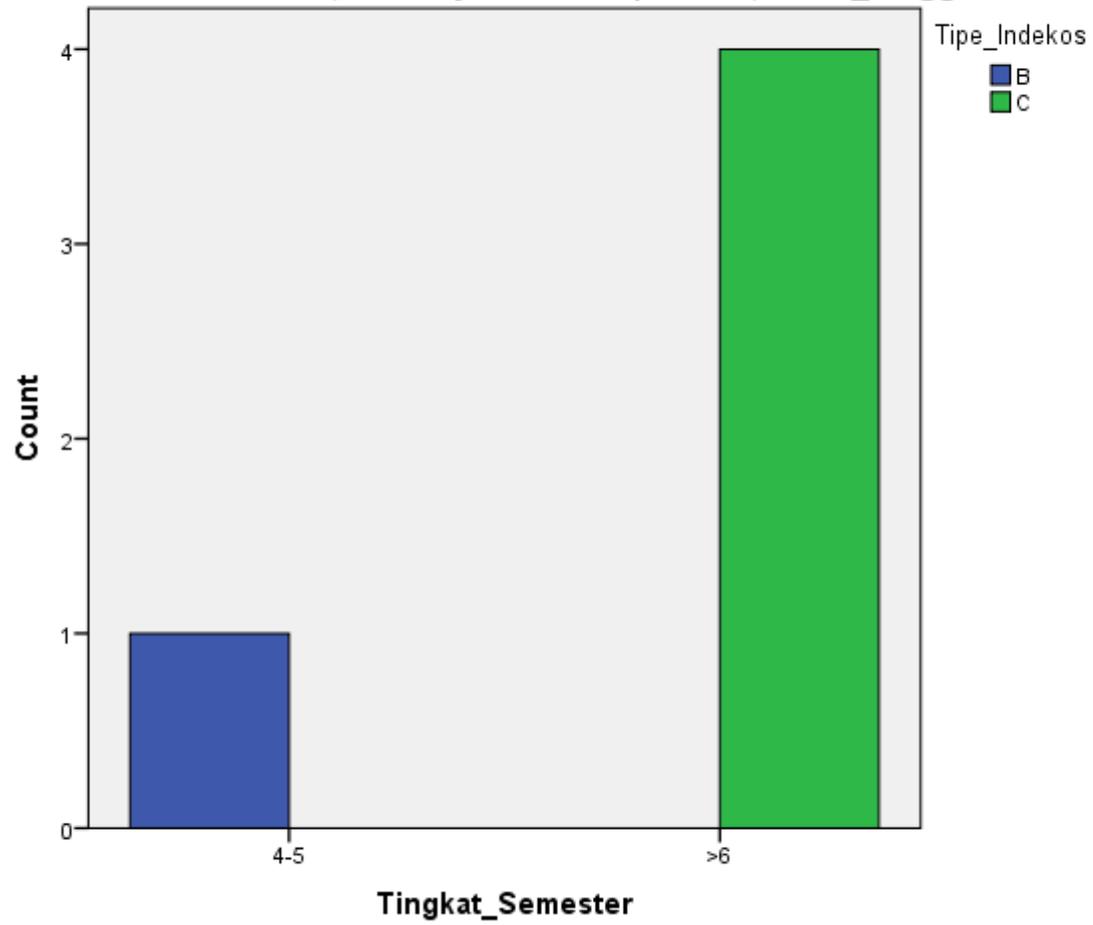
Gender=Laki-Laki, Pembayaran=Setiap 3 Bulan, Lama\_Tinggal=9 Bulan



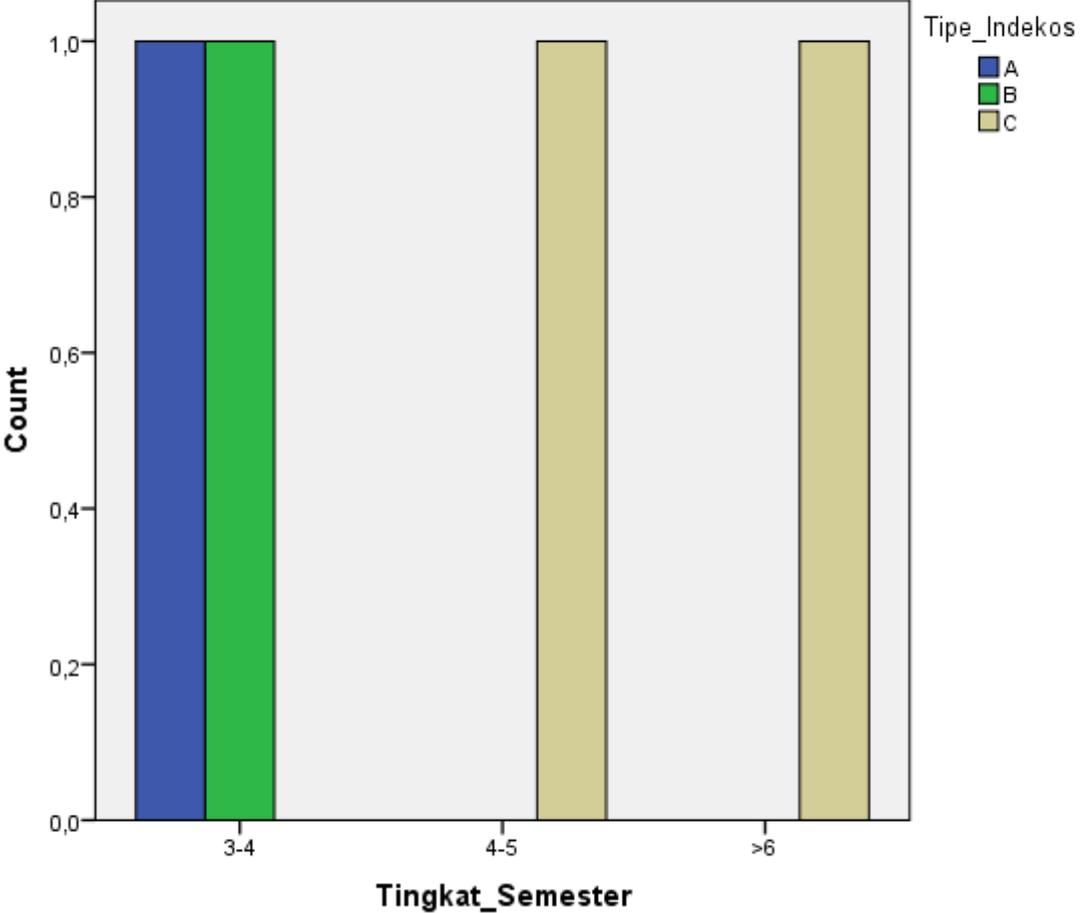
Gender=Laki-Laki, Pembayaran=Setiap 6 Bulan, Lama\_Tinggal=9 Bulan



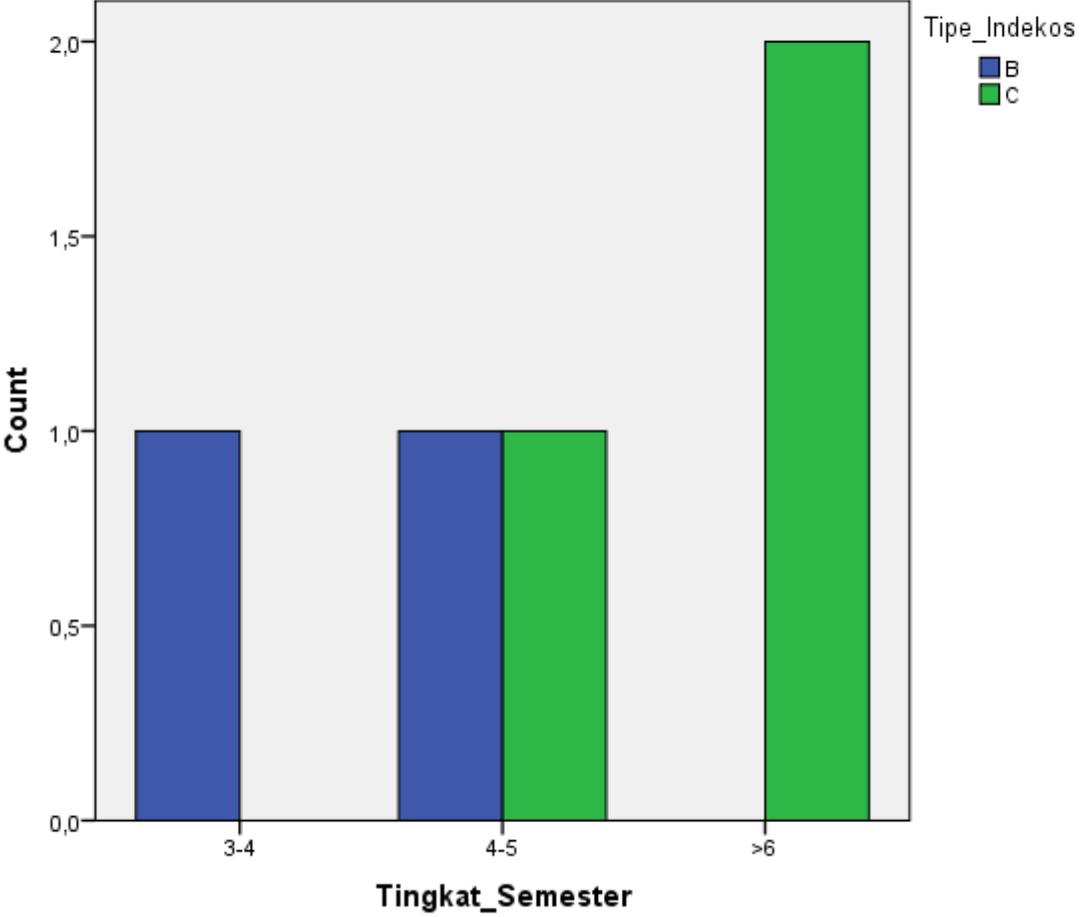
Gender=Laki-Laki, Pembayaran=Setiap Bulan, Lama\_Tinggal=>12 Bulan



Gender=Laki-Laki, Pembayaran=Setiap 3 Bulan, Lama\_Tinggal=>12 Bulan



Gender=Laki-Laki, Pembayaran=Setiap 6 Bulan, Lama\_Tinggal=>12 Bulan



Gender=Perempuan, Pembayaran=Setiap 6 Bulan, Lama\_Tinggal=>12 Bulan

