

PENERAPAN KUALITAS DAN KEPUASAN PELAYANAN DALAM MEWUJUDKAN STRATEGI
PEMASARAN DAN KOMITMEN TENANT SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PT
METROLAND PERMAI PASAR MAYESTIK



Oleh

Nama : Bella Rullysta Putri Delinda

NIM: 201801094

PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
UNIVERSITAS PROF. DR. MOESTOPO (BERAGAMA)
JAKARTA 2021



UNIVERSITAS PROF. DR. MOESTOPO (BERAGAMA) PROGRAM PASCASARJANA

Program Studi Magister Manajemen
Program Studi Magister Ilmu Administrasi
Program Studi Magister Ilmu Komunikasi

Nomor : 073-01/DIR/PPS-UPDM/VII/2020
Lampiran : -
Hal : **Bimbingan Tesis**

Jakarta, 29 Juli 2020
Yang terhormat
1. Dr. Franky, M.M.
2. Dr. H. Jubery Marwan, SE., M.M.
Dosen PPS-UPDM (B)
di Jakarta

Berknaan telah dipenuhi ketentuan dan persyaratan administrasi untuk penulisan tesis, dengan ini kami mohon kesediaan Saudara untuk dapat memberikan bimbingan tesis kepada:

Nama : Bella Rullysta Putri Delinda
NIM : 201801094
Program Studi/Konsentrasi : Magister Manajemen/Manajemen Strategi
No HP (sekuler)/Email : 08567373112/bellarullysta@gmail.com
Judul Tesis (dusulkan) : Analisa Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Tenan terhadap Loyalitas Tenan pada Masa Physical Distancing (Subyek Pasar Mayestik Jakarta Selatan).

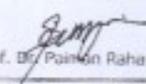
Kami harapkan selesai dalam kurun waktu 6 bulan sejak surat ini dikeluarkan, untuk mengetahui pelaksanaan Bimbingan tesis dimaksud, kami mengharapkan agar perkembangan penulisan tesis dimaksud pada setiap bimbingan dapat diberi catatan-catatan pada "**Buku Bimbingan Tesis**" yang di pegang oleh Mahasiswa yang bersangkutan dan Mahasiswa tersebut wajib membawa "**Surat Bimbingan Tesis**" pada saat proses Bimbingan.

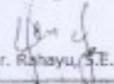
Demikian atas perhatian dan kerjasamanya, kami ucapkan terima kasih.

Mengetahui,

Direktur PPS

Ketua Program Studi MM


Prof. Dr. Paimon Raharjo, M.Si.


Dr. Rahayu, S.E., M.M.

PERSETUJUAN SEBAGAI PEMBIMBING TESIS

Yang berlandatangan dibawah ini :

Nama : 1. Dr. Franky, M.M. 2. Dr. H. Jubery Marwan, SE., M.M.

Menyatakan bersedia sebagai Pembimbing Tesis dari Mahasiswa :

Nama : Bella Rullysta Putri Delinda
NIM : 201801094

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Franky, M.M.

Dr. H. Jubery Marwan, SE., M.M.

*) Dosen Pembimbing Mahasiswa, Anip
harap di bawa setiap bimbingan

DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang
- B. Identifikasi Masalah
- C. Pembatasan Masalah
- D. Perumusan Masalah
- E. Tujuan Penelitian
- F. Manfaat Penelitian
- G. Sistematika Penulisan

BAB II PENELITIAN TERDAHULU, TEORETIK, KERANGKA, DAN HIPOTESIS

- A. Penelitian Terdahulu
- B. Kajian Teoretik
- C. Kerangka Penelitian
- D. Hipotesis

BAB III METODE PENELITIAN

- A. Tempat dan Waktu Penelitian
- B. Metode Penelitian
- C. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel Penelitian
- D. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel
- E. Teknik Pengumpulan Data
- F. Uji Intrumen Penelitian
- G. Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- A. Deskripsi Obyek Penelitian
- B. Hasil Penelitian
 - 1. Uji Validitas dan Reliabilitas
 - 2. Pengujian Persyaratan Analisis
 - 3. Analisis Deskripsi Data
 - 4. Deskripsi Statistik Variabel
 - 5. Pengujian Hipotesis Penelitian
- C. Pembahasan

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

- A. Kesimpulan
- B. Saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

BAB I

PENDAHULUAN

1. LATAR BELAKANG MASALAH

Seiring dengan perkembangan zaman yang semakin modern menyebabkan banyaknya pembangunan mall dan shopping centre. Dunia usaha berkembang disertai dengan kebutuhan yang semakin meningkat, kebutuhan hidup manusia merupakan hal dasar yang perlu dipenuhi, berbagai macam kebutuhan yang meliputi masyarakat perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang sangat pesat menjadikan bertambahnya dan meningkatnya kebutuhan masyarakat, baik kebutuhan primer maupun sekunder. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut, masyarakat dapat dengan mudah menemukan tempat untuk melakukan transaksi pembelian. Jakarta sebagai kota terbesar di Indonesia, hal ini dapat dilihat dengan banyaknya gedung pencakar langit di setiap sudut kota Jakarta. Dengan tingginya antusiasme masyarakat dan laju pertumbuhan serta peningkatan jumlah penduduk yang semakin padat, Jakarta dengan gencar membangun pusat-pusat perbelanjaan modern, atau yang biasa disebut mall atau plaza. Tempat perbelanjaan mulai banyak bermunculan seiring dengan berkembangnya permintaan pasar, salah satunya adalah Plaza Pasar Mayestik yang dikelola oleh PT. Metroland Permai. Perusahaan ini mengatur dan mengelola pasar dan tenant-tenant toko untuk mencapai kepuasan tenant sebagai penyewa di gedung Pasar Mayestik. Tingkat persaingan yang semakin tinggi membuat perusahaan berfikir inovatif dengan berbagai cara yang menguntungkan dalam meningkatkan kualitas perusahaannya. Merujuk pada berkembangnya wadah dan tempat berjualan, perusahaan tidak hanya fokus pada kualitas Pelayanan saja, namun juga memperhatikan kualitas pelayanan untuk mendorong tenant menambah sewa toko, memperpanjang masa sewa toko ataupun membeli toko. Dalam rangka menjaga nama baik perusahaan maka kepuasan tenant merupakan faktor yang sangat penting bagi perusahaan untuk keberlanjutan dan komitmen tenant. Komitmen tenant adalah keinginan untuk berlanggung lama dalam diri tenant untuk mempertahankan hubungan yang berharga atau hubungan yang memberikan manfaat (valued relationship). Konsep ini menunjukkan bahwa, tenant akan memiliki komitmen yang kuat dan tinggi jika hubungan yang dilakukan dianggap penting. Komitmen yang dilakukan oleh tenant dengan PT Metroland Permai merupakan hubungan yang dipertahankan secara kontinyu. Komitmen tenant dapat memengaruhi loyalitas tenant, dalam hal ini peneliti melihat komitmen tenant Pasar Mayestik yang tetap melanjutkan sewanya di Pasar Mayestik. Komitmen tenant dalam hal ini berbanding lurus dengan kualitas pelayanan yang diberikan PT Metroland Permai. Temuan penelitian Estbrook dan Reily (dalam Tjiptono, 2005) mengemukakan bahwa kepuasan konsumen (tenant) merupakan respon emosional terhadap pengalaman yang berkaitan dengan produk atau jasa yang dibeli. Selanjutnya Gaspers (dalam Nasution,

2005) mengatakan bahwa kepuasan konsumen sangat bergantung kepada persepsi dan harapan konsumen. Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dan harapan konsumen antara lain: a). Kebutuhan dan keinginan yang berkaitan dengan hal-hal yang dirasakan konsumen ketika sedang mencoba melakukan transaksi dengan produsen produk;

b) Pengalaman masa lalu ketika mengonsumsi produk dari perusahaan maupun pesaing-pesaingnya;

c) Pengalaman dari teman-teman. Berbagai cara dilakukan serta stimulus digunakan perusahaan untuk mempertahankan tenant,

salah satunya adalah memastikan kualitas pelayanan dan fasilitas memenuhi harapan tenant.

Menurut Feigenbaume (1992:7) Kualitas keseluruhan karakteristik produk dan jasa dari pemasaran, rekayasa, pembuatan dan pemeliharaan yang membuat produk dan jasa yang digunakan memenuhi harapan-harapan pelanggan. Kepuasan pelanggan (tenant) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang hasil dari perbandingan antara prestasi atau produk yang dirasakan dan diharapkannya. (Kotler, 1997:36).

Hubungan yang hangat bisa mencairkan kebekuan. Hubungan itu harus berdasarkan oleh prinsip-prinsip ketulusan dan saling mendukung, bukan sekedar hubungan transaksional yang semu dan semata-mata karena perintah kerja atau hanya untuk mencari keuntungan semata. Pemasar berdiri dipihak pelanggan (tenant) dan memandang masalah yang dihadapi pelanggan (tenant)

juga sebagai masalahnya lalu berusaha memecahkan secara bersama-sama, maka hubungan jangka panjang ini akan dirasakan oleh kedua belah pihak.

Dengan naiknya tenant di pasar mayestik, perusahaan PT

Metroland Permai berupaya untuk mempertahankan tenant-tenant lama dengan menerapkan Customer Relationship Management

(CRM). Mempertahankan tenant lebih mudah daripada mencari tenant baru, menurut penelitian diperlukan biaya lima kali lipat untuk mendapatkan satu tenant dari pada mempertahankan tenant yang sudah lama. (Ratnasari, 2011:9)

Sebagai perusahaan yang mengatur dan pengelolaan manajemen pasar maka PT

Metroland Permai mengidentifikasi berbagai permasalahan yang disebabkan kelemahan faktor internal, intensitas persaingan yang tinggi dan perubahan perilaku tenant yang berakibat pada pemunduran.

Permasalahan yang muncul adalah bahwa apakah dengan berbagai macam ketersediaan, fasilitas dan kegiatan yang dilakukan oleh pengelola tersebut menjadikan tenant nyaman, aman dan puas. Kepuasan tenant dipengaruhi oleh banyak faktor, maka belum tentu perjalanannya pengelola pusat pembelanjaan memenuhi semua keinginan tenant, atau juga pengelola dapat memuaskan semua tenant nya, karena untuk mendapatkan itu sudah pasti mereka harus melakukan perencanaan dan evaluasi secara terus menerus, artinya perlu pengendalian dan pengawasan yang ketat terhadap point-point penting yang berhubungan dengan pelayanan dan kios yang di tawarkan.

Hal-hal yang dapat menjadi bukti bahwa beberapa indikasi menunjukkan bahwa PT

Metroland Permai cabang Pasar Mayestik menghadapi permasalahan, terutama dengan semakin menurunnya tingkat kepuasan tenant. Indikasi-indikasi yang menunjukkan kecenderungan menurunnya tingkat kepuasan tenant, dapat diuraikan sebagai berikut: Pertama, dilihat dari aspek kepercayaan menunjukkan bahwa beberapa tenant merasa kurang puas; dilihat banyak tenant

yang mengundurkan diri karena harga sewa yang dianggap mahal

dan pembayaran sewa selama 3 bulan; Kedua, dilihat dari aspek kualitas layanan masih kurangnya pela

yanan karena minimnya pemasar (sales marketing) dan sulitnya mendapatkan informasi mengenai store yang kosong.

Berdasarkan hal tersebut peneliti mengambil judul:

“Penerapan Kualitas dan Kepuasan Pelayanan dalam Mewujudkan Strategi Pemasaran dan Komitmen Tenant sebagai Variabel Intervening pada PT Metroland Permai Pasar Mayestik”.

2. Identifikasi Masalah

Permasalahan sebagaimana diuraikan dalam latar belakang di atas, maka masalah-masalah dalam penelitian dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Identifikasi dari faktor-faktor penyewaan tempat bahwa masih terdapat tenant-tenant yang merasa kurang puas; dilihat banyak tenant yang mengundurkan diri karena harga sewa yang dianggap mahal dan pembayaran sewa yang lama yaitu selama 3 bulan
2. Identifikasi dari faktor kepuasan tenant. Kepuasan tenant dipengaruhi oleh faktor hubungan antara perusahaan dengan tenant. Para pegawai harus memahami kepuasan yang berhubungan dengan kebijakan yang diberikan sebagai pendekatan kepada tenant untuk mendukung kesinambungan bisnis.
3. Komitmen Tenant Pasar Mayestik merupakan lokasi yang strategis dengan karakteristik penduduk yang beraneka ragam, sehingga banyaknya masyarakat yang berkunjung, akan tetapi menjadi tidak maksimal terutama di hari-hari besar atau pun hari libur karena area parkir yang secukupnya. Komitmen tenant adalah hasil dari kualitas dan kepuasan, di tengah masa resesi ekonomi dan banyaknya tenant yang keluar masuk, dengan melihat tenant yang tetap bertahan
4. Banyak komplain pelanggan sebagai ungkapan ketidakpuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan dan kepuasan yang diberikan perusahaan.

3. PEMBATASAN MASALAH

Menjelaskan variabel komitmen konsumen (Y) dibatasi oleh variabel (X1) dan (X2). Hal ini disebabkan oleh keterbatasan yang penulis hadapi seperti keterbatasan waktu, dana, tenaga, biaya serta literature. Penelitian ini hanya dibatasi dengan 2 (dua) variabel terikat (X) yang diduga dapat mempengaruhi variabel komitmen konsumen (Y), dengan asumsi bahwa variabel lainnya yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini dianggap tetap (konstan).

Hal ini dikarenakan keterbatasan waktu, biaya, tenaga dan literatur yang peneliti hadapi.

4. PERUMUSAN MASALAH

Identifikasi masalah sebagaimana disebutkan di atas, masalah-masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh langsung variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelayanan terhadap komitmen tenant?
2. Bagaimana pengaruh langsung variabel kualitas pelayanan dan kepuasan terhadap strategi pemasaran?
3. Bagaimana pengaruh tidak langsung variabel kualitas pelayanan melalui komitmen konsumen terhadap strategi pemasaran?

4. Bagaimana pengaruh tidak langsung variabel kepuasan pelayanan melalui komitmen konsumen terhadap strategi pemasaran?
5. Apakah variabel kualitas pelayanan (X1) dan kepuasan pelayanan (X2) mempengaruhi variabel komitmen konsumen (Y) ?

5. MANFAAT PENELITIAN

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan yang berarti baik terhadap bidang keilmuan, maupun bidang-bidang terapan. Manfaat yang diharapkan dari seluruh rangkaian kegiatan penelitian dan hasil penelitian adalah berikut :

1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritik dari hasil penelitian ini adalah untuk meningkatkan kemampuan kognitif, yaitu kemampuan mengetahui, kemampuan memahami, kemampuan menerapkan, kemampuan menganalisis, kemampuan menarik kesimpulan dan kemampuan mengevaluasi pengaruh dari kualitas pelayanan dan kepuasan pelayanan Pasar Mayestik PT. Metroland Permai.

2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis hasil penelitian ini adalah untuk memecahkan atau mengantisipasi kepuasan tenant PT. Metroland Permai Cabang Pasar Mayestik, pemecahan atauantisipasi masalah ini dapat diprediksi melalui perbaikan pada kualitas pelayanan dan kepuasan pelayanan.

6. SISTEMATIKA PENULISAN

Sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pendahuluan adalah bagian dalam suatu laporan hasil penelitian yang berisi uraian singkat tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, rumusan masalah, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : PENELITIAN TERDAHULU, TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PENELITIAN, DAN HIPOTESIS

Bab ini membahas mengenai penelitian terdahulu yang relevan, konsep-konsep dan atau teori-teori yang relevan dan yang mendukung dalam penelitian ini. Kerangka pemikiran dan pendekatan model penelitian terkait dengan pengaruh antar variabel baik langsung ataupun dengan tidak langsung yang berhubungan dengan judul yang akan diteliti, kemudian dijabarkan dalam kerangka teoritis dan hipotesis

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi Penelitian adalah cara bagaimana suatu penelitian dilakukan, mulai dari alat dan bahan, tempat, dan waktu penelitian, serta cara kerja, yaitu mengenai Tujuan Penelitian, Tempat dan Waktu Penelitian, Metode Penelitian, Variabel Penelitian, Instrumen Penelitian dan Teknik Analisis Data.

BAB IV : HASIL ANALISIS PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pembahasan hasil menjabarkan tentang: Deskripsi data hasil Penelitian, Pengajuan Persyaratan Analisis, Pengujian Hipotesis, Penelitian, Keterbatasan Penelitian.

BAB V : KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

Kesimpulan, Implikasi, Dan

Saran adalah rangkuman dari intisari yang dihasilkan oleh penelitian yang dilakukan yang itu dirangkum pada kesimpulan, implikasi dan saran.