

ANALYSIS OF AFTER-SALES SERVICE FOR GLASS HOUSE KARAWANG

ANALISIS PELAYANAN PURNA JUAL RUMAH DI PERUMAHAN GLASS HOUSE KARAWANG

Mohammad Irfan Septiawan¹, Uus MD Fadli², Enjang Suherman³

Universitas Buana Perjuangan Karawang^{1,2,3}

mn16.mohammadseptiawan@mhs.ubpkarawang.ac.id¹, uus.fadli@ubpkarawang.ac.id²,

enjang.suherman@ubpkarawang.ac.id³

ABSTRACT

The number of Indonesians looking for housing is increasing. Various offers from the advantages of each developer are an attraction for consumers, one of which is after-sales service. PT Gala Huma is one of the developers who is aware of being competitive with its competitors, one of its efforts is through after-sales service. The research objective was to identify and analyze the after-sales service of the Glass House Karawang housing. The research implementation used a qualitative descriptive method, supported by field studies, research instruments, questionnaires, interviews and literature studies to obtain primary and secondary data. Total sampling is a sampling technique that is as many as 124 respondents. Researchers analyzed descriptively by using direct interview tools. Guarantee is the main value to attract consumers to have a dream home and become a positive trend for all other housing. Accessories are also a complement to the occurrence of an installation error and will be replaced as soon as possible. Maintenance and repair is one of the responsibilities of consumers and builders in their respective homes so that they are always well maintained and if there is damage, repair it immediately. Facilities and equipment are one thing that must be available because of the added value at home and local residents so they can take advantage of public facilities such as playgrounds, community gatherings, sports and mosques.

Keywords: *After Sales Services*

ABSTRAK

Jumlah orang Indonesia yang mencari perumahan semakin meningkat. Berbagai penawaran dari keunggulan setiap developer menjadi daya tarik bagi konsumen, salah satunya dengan pelayanan purna jual. PT Gala Huma merupakan salah satu developer yang memiliki kesadaran dalam berkompetitif dengan pesaingnya, salah satu upayanya yakni melalui pelayanan purna jual. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui dan menganalisis pelayanan purna jual perumahan Glass House Karawang. Pelaksanaan penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif, ditunjang melalui studi lapangan, instrument penelitian kuesioner wawancara dan studi pustaka untuk mendapatkan data primer serta sekunder. Total sampling merupakan teknik pengambilan sampel yakni sebanyak 124 responden. Peneliti menganalisis secara deskriptif dengan penggunaan alat bantu wawancara secara langsung. Garansi merupakan nilai utama untuk menarik konsumen agar memiliki rumah impian dan menjadi trend positif bagi keseluruhan perumahan lainnya. Aksesoris juga merupakan suatu kelengkapan dari terjadinya kesalahan pemasangan kemudian akan diganti secepatnya. Pemeliharaan dan perbaikan adalah salah satu tanggung jawab konsumen dan tukang di rumahnya masing-masing agar selalu terjaga dengan baik dan jika ada kerusakan maka segera perbaikan. Fasilitas dan perlengkapan jadi satu yang pasti harus ada karena nilai tambahnya di rumah dan warga sekitar agar bisa memanfaatkan fasilitas umum dengan taman bermain, kumpul warga, olahraga dan masjid.

Kata Kunci: *Pelayanan Purna Jual*

PENDAHULUAN

Rumah sebagai tempat tinggal merupakan salah satu dari kebutuhan pokok manusia selain sandang dan pangan. Semua manusia membutuhkan rumah sebagai tempat berlindung, berkumpul dan beraktivitas keluarga. Rumah juga merupakan sarana yang bisa

digunakan sebagai investasi.

Jumlah orang Indonesia yang mencari perumahan semakin meningkat. Oleh karena itu, pengembangan cakupan pemasaran di sektor properti *real estate* menjadi perhatian khusus bagi pengembang (*developer*). Persaingan dalam industri *real estate* menjadi

semakin kompleks dan ketat dengan banyaknya perusahaan yang bermunculan di bidang usaha sejenis.

Berbagai penawaran dari keunggulan setiap developer menjadi daya tarik bagi konsumen, salah satunya yakni dengan pelayanan purna jual. Pelayanan purna jual adalah pelayanan yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumen terhadap barang yang dijual dalam masa daya tahan dan keahlian operasional. Memberikan layanan purna jual kepada konsumen dapat mendatangkan berbagai keuntungan bagi perusahaan. Manfaat mendasar dari layanan ini adalah jaminan kinerja produk untuk memenuhi harapan konsumen. Namun, manfaat lain yang diperoleh perusahaan dari penyediaan layanan purna jual adalah komunikasi dan menjaga hubungan antara perusahaan dan pelanggannya. Perusahaan dapat mengontrol kinerja produk mereka sambil mempelajari variabilitas harapan konsumen untuk produk mereka. Indikator untuk mengukur layanan purna jual adalah garansi, aksesoris, perbaikan produk dan konsultasi lanjutan (Kotler dan Keller, 2016:135).

Alasan konsumen membeli rumah meliputi produk yang dipasarkan atau yang ditentukan oleh rumah, lokasi, dan harga. Jika kualitas rumah menjadi salah satu alasannya, pembeli dapat memutuskan tempat tinggal berdasarkan alasan tersebut. Ketika kepuasan pelanggan tercapai, pelanggan akan percaya pada produk tersebut. Kepuasan pelanggan muncul ketika pemasaran produk, lokasi, harga dan iklan memenuhi harapan saat membeli produk. Kepuasan konsumen dapat digambarkan sebagai konsep multidimensi yang mencakup aspek

harga, kenyamanan, teknologi dan interpersonal. Kepuasan ini disebabkan oleh pengaruh keterampilan, sikap, pengetahuan dan fasilitas penyedia. Tingkat kepuasan konsumen bersifat subyektif, dan adanya perbedaan dari tiap konsumen dengan yang lain. Sejumlah faktor yang mempengaruhinya termasuk: usia, pendidikan, pekerjaan, pendapatan, status sosial dan keuangan, psikologi, budaya dan prioritas pribadi. Banyak penelitian yang menyatakan bahwa kepuasan merupakan salah satu faktor bagaimana konsumen berperilaku atau mengambil keputusan pembelian (Suhaya, 2020).

PT. Gala Huma merupakan salah satu developer yang telah mengembangkan bisnis perumahan di Jawa Barat. Salah satu proyek terbarunya yakni Glass House Karawang yakni pengembangan perumahan di daerah Karawang Timur. PT Gala Huma merupakan salah satu developer yang memiliki kesadaran dalam berkompetitif dengan pesaingnya, salah satu upayanya yakni meningkatkan kepuasan konsumen melalui pelayanan purna jual. Pelayanan purna jual (*post-selling-service*) merupakan strategi populer yang telah berbagai perusahaan terapkan untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

Pelayanan purna jual yang PT. Gala Huma tawarkan bagi konsumen diantaranya garansi perbaikan rumah selama 3 bulan tanpa biaya, pergantian bahan material yang rusak secara gratis dan free hadiah dari developer.

Peneliti telah melaksanakan survei awal terkait perkembangan penjualan rumah pada perusahaan PT Gala Huma Periode 2019-2022 yang tersajikan pada tabel 1 sebagai berikut:

Tabel 1. Data Penjualan Rumah Glass House karawang Periode 2019-2022

No.	Bulan	Tahun			
		2019 terjual	2020 Terjual	2021 Terjual	2022 Terjual

1.	Januari	2	3	2	3
2.	Pebruari	2	2	2	2
3.	Maret	3	4	3	5
4.	April	2	2	3	4
5.	Mei	2	2	4	3
6.	Juni	4	3	5	4
7.	Juli	2	3	2	3
8.	Agustus	3	2	3	4
9.	September	1	2	4	5
10.	Oktober	2	2	1	6
11.	November	0	2	1	2
12.	Desember	2	2	0	1
	Total	25	27	30	42
Tipe Rumah		36/60, 36/66, 45/72			

Sumber: Internal Manajemen PT Gala Huma 2022

Berdasarkan survei awal yang peneliti laksanakan, perkembangan penjualan perumahan di PT. Gala Huma dari tahun 2019 s/d 2022 mengalami peningkatan hingga terjual habis 124 unit. Pesaing yang menawarkan harga yang lebih rendah, lokasi yang kurang strategis, jarak yang jauh dari fasilitas jalan dan kondisi akses jalan yang kurang baik menjadi faktor yang menyebabkan penurunan daftar dan peningkatan konsumen yang membatalkan pembelian rumah mereka. Penurunan dan peningkatan jumlah penjualan rumah oleh PT Gala Huma sebagai developer merupakan wujud dari kepuasan konsumen. Salah satu strategi yang developer lakukan untuk mencapai kepuasan konsumen yakni melalui pelayanan purna jual yang telah developer aplikasikan sejak 2020 hingga saat ini.

Layanan purna jual merupakan tugas tanggung jawab penjual atas kualitas barang yang dijual dan dapat diberikan dalam bentuk konsultasi lanjutan atau garansi berupa pergantian barang (suku cadang) yang rusak dan reparasi (bermasalah). Peranan layanan purna jual ini bertujuan untuk memberikan layanan dengan standar dan kualitas yang baik untuk meningkatkan kepercayaan dan kepuasan konsumen. Dalam melakukan layanan purna perusahaan harus mengetahui apa sebenarnya yang diinginkan oleh

konsumen, karena konsumen akan puas terhadap produk yang dibeli serta layanan dan hubungan yang baik dari pihak perusahaan dan mendorong kesetiaan, loyalitas pelanggan terhadap produk dan perusahaannya. Sebaik apapun produk yang dijual oleh perusahaan, jika layanan dari perusahaan tidak dapat memuaskan konsumen, maka pelanggan dengan mudah berpaling dari produk dan perusahaan lain (sumber dari Darayani Ernoputri, Zainul Arifin dan Dahlan Fanani; 2016).

Maka karenanya, peneliti tertarik menganalisis pelayanan purna jual terhadap kepuasan konsumen perumahan Glass House Karawang. Tujuannya ialah untuk mengetahui dan menganalisis pelayanan purna jual rumah di perumahan Glass House Karawang.

KAJIAN TEORI

Kotler (2016:88) menyatakan bahwa layanan purna jual adalah layanan yang diberikan perusahaan kepada konsumen setelah terjadi transaksi penjualan.

Hindle dan Thomas (2015:40) layanan purna jual adalah suatu layanan yang disediakan oleh produsen kepada konsumen setelah konsumen tersebut membeli produk dari perusahaan tersebut.

Menurut Tjiptono (2014: 85) layanan purna jual adalah pelayanan

yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumen setelah proses transaksi terjadi. Layanan purna jual dilakukan perusahaan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, menjalin kerjasama dengan konsumen, menjaga hubungan dengan baik dan menciptakan loyalitas kepada pelanggan. Jadi setiap perusahaan memiliki hubungan dengan baik kepada konsumen mengenai perumahan, jika ada hal yang tidak diinginkan maka pihak developer bisa membantu konsumen dengan baik.

Tjiptono (2014: 91) berpendapat bahwa terdapat beberapa alternatif strategi yang dapat dilakukan perusahaan untuk mengurangi kemungkinan terjadinya ketidakpastian adalah dengan penyediaan pelayanan purna jual yaitu pemberian garansi untuk mengurangi persepsi konsumen terhadap resiko pembelian, jasa reparasi dan penyediaan suku cadang pengganti. Jadi saat konsumen sudah meninjau rumah contohnya, maka akan ada pertimbangan dan pertanyaan kepada pihak marketing dan marketing akan memperjelaskan garansi yang akan diberikan kepada konsumen jika jadi ambil rumah dengan masa perbaikan 3 bulan dengan tanpa biaya sepersenpun.

Menurut Yusup & Sutopo (2011: 10) pelayanan purna jual merupakan tanggung jawab penjual atas kualitas barang yang dijualnya yang dapat diberikan dalam bentuk konsultasi lanjutan atau garansi berupa pengganti barang rusak, pemeliharaan, penyediaan suku cadang dan sebagainya.

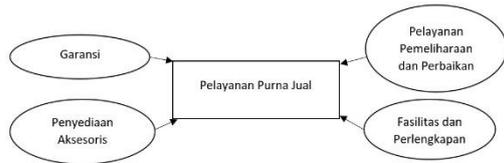
Setiap konsumen berhak memiliki kekuasaan dalam perjanjian jika sudah pasti jadi mengambil unit rumahnya. Kemudian konsumen bisa komplain jika desain rumah yang sedikit berbeda dengan desain yang sudah ditunjukkan sebelumnya.

Menurut Diana (2018:57) layanan purna jual meliputi defect, reject, return,

replacement, garansi produk, layanan pelanggan, layanan perbaikan segera, program perawatan dan perbaikan berkala, ketersediaan komponen dan suku cadang. Berdasarkan pendapat para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa layanan purna jual mencakup penawaran layanan terkait produk yang dibeli konsumen yang meliputi garansi produk, layanan pelanggan, program perawatan dan perbaikan berkala, serta ketersediaan komponen dan suku cadang. Komponen dari Purna jual Service terdiri dari :

1. Garansi, ditunjukkan untuk meyakinkan pelanggan bahwa produk dalam keadaan baik atau bebas dari kerusakan akibat ketidaktepatan pengerjaan atau penggunaan material yang kurang baik dan berlaku untuk jangka waktu tertentu.
2. Penyediaan Aksesoris, sering kali disebut juga dengan suku cadang (Spare Part), merupakan komponen yang mungkin dibutuhkan sewaktu-waktu untuk menjaga suatu produk agar dapat beroperasi.
3. Pelayanan Pemeliharaan dan Perbaikan, diberikan oleh teknisi ketika melaksanakan dan memberikan layanan purna jual.
4. Fasilitas dan Perlengkapan, sebagai penunjang kelancaran pelayanan seperti ruang *service center* dan unit demo selalu tersedia untuk melakukan layanan purna jual.

Pada dasarnya purna jual atau penjualan di atas merupakan pendekatan antara konsumen dengan developer atau marketing atas produk atau perumahan yang ditawarkan dan dapat menciptakan loyalitas pelanggan atas perumahan yang dipilih. Kemudian pelayanan yang diberikan oleh developer kepada konsumen setelah pembelian untuk mengurangi ketidakpuasan dengan memberi garansi atau komplain, jasa reparasi dan penyediaan bahan cadangan.



Gambar 1. Bagan Pelayanan Purna Jual

METODE PENELITIAN

Pendataan menggunakan metode deskriptif, penelitian ini akan menganalisis data dan metode secara wawancara langsung dalam suatu keadaan atau peristiwa (Nazir, 2011:43) untuk perumahan Glass House Karawang. Populasinya adalah seluruh konsumen yang sudah membeli unit perumahan di Glass House Karawang. Sampelnya adalah himpunan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi. Penentuan sampel dilakukan dengan metode *total*

sampling, sehingga didapatkan jumlah sampel yakni 4 orang responden. Peneliti sebagai alat bantu perhitungan analisis data.

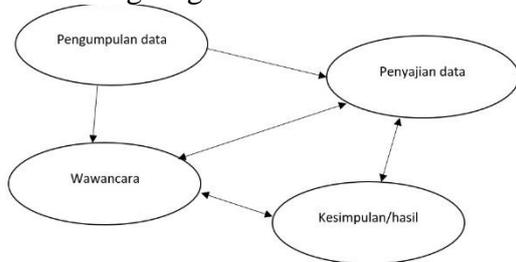
Analisis data adalah proses pengambilan dan pengorganisasian data dari hasil wawancara, catatan lapangan dan sumber lain agar lebih mudah dipahami dan diketahui orang lain (Sugiyono, 2013: 88). Analisis dilakukan berdasarkan teori yang mempunyai kaitan erat dengan aspek yang diteliti. Untuk mengetahui dan menganalisis pelayanan purna jual perumahan Glass House Karawang yang sudah dijelaskan terdahulu kepada Diana (2018) penelitian secara langsung dengan metode wawancara ini digunakan komponen dari layanan purna jual yang, meliputi: garansi, penyediaan aksesoris, layanan pemeliharaan dan perbaikan, fasilitas dan perlengkapan.

Tabel 2. Pedoman Wawancara

No	Indikator	Pertanyaan	Responden	Alat Bantu	Keterangan
1.	Garansi	1. Apakah ada setiap isi rumah yang rusak pasti diganti tanpa biaya dan berlaku 3 bulan? 2. Apakah setiap kerusakan diganti barang baru atau beda dengan merk yang dipakai?	Karyawan Swasta HRD Perusahaan Wirausaha	Menggunakan pulpen, kertas dan papan board (alas bantu kertas)	Sesuai
2.	Penyediaan Aksesoris	1. Apakah type rumah shappire mendapatkan bonus ac ½ pk? 2. Apakah type rumah diamond mendapatkan bonus kanopi, toren dan lampu mini?	Karyawan Swasta HRD Perusahaan Wirausaha	Menggunakan pulpen, kertas dan papan board (alas bantu kertas)	Sesuai
3.	Pelayanan Pemeliharaan dan Perbaikan	1. Apakah perumahan Glass House memiliki masa perbaikan tanpa biaya? 2. Apakah benar masa garansi perumahan Glass House memiliki 3 bulan dari terisi atau menempati?	Karyawan Swasta HRD Perusahaan Wirausaha	Menggunakan pulpen, kertas dan papan board (alas bantu kertas)	Sesuai

4. Fasilitas dan Perlengkapan	1. Apakah keamanan perumahan Glass House 24 jam? 2. Apakah gerbang perumahan Glass House hanya memiliki 1 dan tidak ada gerbang lainnya?	Karyawan Swasta HRD Perusahaan Wirausaha	Menggunakan pulpen, kertas dan papan board (alas bantu kertas)	Sesuai
-------------------------------	---	---	--	--------

Selain itu penggunaan data wawancara juga harus sesuai dengan perencanaan kepada responden apa saja yang akan dilakukan saat pas waktu wawancara secara langsung. Karena dalam data harus ada namanya pengumpulan data, penyajian data, wawancara dan keimpulan atau hasil data yang sudah dilakukan wawancara secara langsung.



Gambar 2. Bagan Pedoman Wawancara

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Perumahan Glass House Karawang merupakan rumah dengan model yang lain dari perumahan lainnya seluruh Karawang. Perumahan ini dengan type model diamond atau shappire yang diketahui bahwa model diamond adalah komponen desain rumah dengan posisi dapur di depan dekat dengan ruang tamu, kemudian memiliki sisa halaman belakang yang luas dan bisa digunakan untuk membuat taman kecil atau jemuran pakaian kemudian penggunaan bahan materialnya adalah bata merah dengan kualitas yang baik untuk pondasi rumahnya, sedangkan untuk model shappire adalah rumah yang memiliki runagan kamar depan dan belakang luas dan bersebelahan serta

posisi dapur yang masih alami belum ditembok atau belum ditutup full kemudian dengan bahan bangunan bata hebel yang pembangunannya rapat, rapih dan terjamin kualitasnya. Type rumah model diamond memiliki 3 type yaitu dengan type 45/72, type 36/66 dan 36/60, sedangkan type rumah model shappire hanya 1 saja yaitu type 36/60

Dalam pembahasan ini dilaksanakan secara dadakan dengan responden pembelian unit rumah Glass House Karawang dilokasi perumahannya. Dari semua yang sudah membeli atau sudah menempati rumahnya hanya diambil 4 responden saja untuk menanyakan apa yang di nilai setelah pemilik menempatnya.

Pedoman wawancara ini ditujukan kepada konsumen saat memilih atau mengambil rumah di Glass house Karawang. Pada saat ada waktunya, kemudian menghampiri responden untuk mempertanyakan kepada konsumen tersebut untuk penilaian terhadap perumahan Glass House Karawang.

Berikut adalah data responden yang bisa membagi waktu untuk diwawancarai secara langsung pas saat datang ke perumahan Glass House Karawang dan tidak ada janji.

Tabel 3. Data Nama Responden

No	Nama Inisial	Status	Usia	Jenis Klamim	Agama	Pekerjaan
1	RW	Pemilik Perumahan	57 Tahun	Laki-Laki	Islam	Pengusaha
2	Ng	Staff	33 Tahun	Wanita	Islam	Marketing
3	NS	Konsumen	30 Tahun	Laki-Laki	Islam	Pengusaha
4	AH	Konsumen	33 Tahun	Laki-Laki	Islam	Pengusaha

Data pertama konsumen dengan nama inisial NS adalah seorang pengusaha di Jakarta, NS ini berusia 30 tahun dan sudah memiliki istri, NS

sebelumnya sudah memiliki rumah di Karawang (Summarecon Karawang) kemudian dijual kembali dan kemudian mencari rumah pengganti di Karawang juga, akhirnya NS setelah memilih-milih rumah sudah suka dengan perumahan Glass House Karawang. Data yang kedua dengan nama inisial AH adalah pengusaha kecil-kecilan yang berkerjasama dengan beberapa teman-temannya di Subang, AH ini sudah memiliki istri dan sebelumnya tinggal sama orang tuanya di Subang, kemudian AH mencari rumah pertamanya dan awal melihat perumahan Glass House AH langsung tertarik.

Kemudian setelah dari data responden yang telah memiliki latar belakang akan dijadikan hasil observasi dari masing-masing konsumen, berikut observasinya;

RW selaku pemilik (developer) telah diwawancara mengenai penjualan unit rumah Glass House Karawang, dari semua yang dia miliki rumah untuk sejauh ini perumahan Glass House Karawang lah dia anggap penjualan yang sangat baik. Konsumen percaya kepada pemilik rumah ini secara dia memiliki masa garansi rumah yang lain dari semua perumahan lainnya. RW memberikan garansi rumah sampai 3 bulan lamanya untuk perbaikan rumah yang mungkin kurang cocok atau kurang sesuai dengan kemauan konsumen dan responden masa garansinya cepat tanpa hambatan dan garansi itu terus berlaku sampai masanya (3 bulan). Jika masa garansi 3 bulan sudah habis, maka komplainannya sudah tidak berlaku lagi dan akan diluar pertanggung jawaban. Mengenai fasilitas yang diberikan untuk perumahan Glass House Karawang juga lumayan baik apalagi ada taman bermain anak-anak yang cukup digunakan dengan sepenuh hati, kemudian ada fasum yang dapat digunakan untuk kebutuhan rapat, kebutuhan untuk

olahraga dan lain-lain. Perumahan Glass House Karawang juga diadakan masjid untuk ibadah bagi penghuni atau pembeli rumah, jadi saat tiba idul fitri, idul adha dan lain-lain tidak usah keluar dari perumahan tersebut. Untuk keamanan di perumahan Glass House Karawang juga hanya memiliki 1 gerbang saja yang digunakan untuk keluar dan masuk penghuni serta memiliki 4 security yang dibagi 3 shift kerja dan 1 libur atau pengganti jadwal security yang ada acara atau halangan. Mengenai perbaikan rumah yang mungkin alat-alat rumah yang rusak juga langsung diganti dengan masa garansi yang berlaku tersebut, kecuali alat-alat rumah yang berat atau lainnya paling dikenakan biaya sebab diluar tanggung jawab jika yang merusaknya penghuni, kalau pemasangannya dilakukan oleh tukang maka akan diganti 100% tanpa biaya.

Ng selaku staff dari perumahan Glass House Karawang yang dipercayakan kepada pemilik (RW) adalah seorang yang memasarkan, mengurus dan mengembangkan perumahan Glass House Karawang. Beliau adalah kepercayaan yang sangat baik dibidang properti salah satunya perumahan ini, beliau yang awalnya hanya ikut semua perintah pemilik kemudian beliau mencari informasi dan merencanakannya kepada pemilik bagaimana cara perumahan ini agar dapat dijual dengan strategi yang mungkin akan berhasil dikemudiannya. Awal mulainya penjualan rumah ini, beliau masih sendiri memasarkan dengan cara *door to door* (dari rumah ke rumah) yang dekat dengan kontrakan, kemudian mencoba ke perusahaan untuk mempromosikan dan mempresentasikan perumahan ini agar bisa memiliki rumah yang sesuai keinginan. Setelah 1 tahun berjalan akhirnya beliau ingin memiliki team marketing agar bisa menyebarluaskan promosi dan

pemasaran perumahan Glass House Karawang, agar bisa lebih luas lagi pemasaran perumahan ini. Kemudian beberapa waktu kedepan, beliau sudah tidak memegang lagi team marketing dan naik ke posisi staff atau kepercayaan dari pemilik dan mengurus berkas-berkas serta serah dokumen kepada notaris-notaris yang sudah bekerjasama sebelumnya dengan pemilik.

NS adalah konsumen dengan status pekerjaannya adalah seorang pengusaha, dia membeli rumah Glass House Karawang karena dekat dengan usahanya yang berada di Purwasari. Sebelumnya dia survei rumah di tempat yang berbeda-beda, namun setelah beberapa kali survei akhirnya dia mencoba liat perumahan Glass House dan dia melihat-lihat dalam dan desainnya terus dia liat type dan model rumah yang berbeda-beda. Awalnya sempat ragu untuk membeli perumahan ini karena pembuatan rumah ini belum kelihatan apakah akan jadi atau tidak. Kemudian dia memberanikan diri untuk membeli rumah Glass House dengan yakin, sebab dia senang dengan modelnya dan bahan bangunannya yang terjamin kokoh. Dia mengambil karena dengan pemberitahuan mengenai garansi yang bisa sampai 3 bulan setelah rumah jadi dan siap huni, lalu aksesoris atau alat rumah yang ready bila terjadi kerusakan dari pemasangan atau barang cacat langsung diganti, perbaikannya juga langsung cepat tanggap seperti genteng yg rusak atau adonan aci yang masih kurang matang langsung ditangani dengan baik dan mengenai fasilitas dan keamanan juga terjamin dengan adanya 4 security (3 jaga, 1 libur atau cadangan) dan gerbang yang hanya 1 akses saja baik masuk ataupun keluar perumahan. Maka dia memilih rumah Glass House karena pelayanan servis, perbaikan, garansi dan keamanan terjaga dan

berjalan dengan baik jika dibandingkan dengan perumahan lainnya.

AH adalah seorang pekerja dan memiliki beberapa bisnis di berbagai tempat, dia melihat-lihat rumah yang langsung tujuannya adalah perumahan Glass House Karawang, karena dia mendapatkan informasi dari media sosial dan langsung survei unit rumahnya. Dia ingin mengambil rumah di Glass House karena dekat dengan kerjaan istrinya dan gampang dalam akses jalan tol, kemudian mengenai garansi yang diberikan dari developer selama 3 bulan tersebut juga dia senang, soalnya jarang sekali rumah yang berani memberikan garansi selama 3 bulan. Selain garansi juga ada aksesoris atau suku cadang yang stoknya sesuai dengan rumah yang dia beli, jika ada masalah dengan rumahnya dia akan langsung lapor ke developer dan langsung diperbaiki dengan tukang. Masalah perbaikan dan pemeliharaan juga sangat bagus untuk perumahan sekalas ini, yang dimana cepat tanggap mengenai rumah yang mungkin masih sebagian belum rapih atau pemasangan tukang yang terburu-buru. Lalu masalah keamanan dia juga senang karena 1 akses pintu gerbang dan security yang banyak serta menjaga dengan baik perumahan Glass House.

Dari semua hasil penelitian ini secara wawancara begitu baik dan sudah bisa diberitahukan sebelumnya kepada para konsumen yang telah ambil unit rumah di Glass House Karawang. Untuk developer, staff dan responden 4 orang ini sangat baik dengan jawaban yang begitu berbeda-beda dan juga hal positif untuk perumahan Glass House Karawang. Walaupun dalam bidang pekerjaan 4 orang responden ini berbeda, tetapi tetap memiliki rumah adalah salah satu tujuan utama untuk tempat tinggal maupun bisnis jangka panjang.

PENUTUP

Kesimpulan

Garansi adalah salah satu kepastian setiap perumahan baik perumahan subsidi ataupun perumahan komersil. Karena dengan adanya garansi, maka penjualan perumahan akan terus meingkat dari tahun ke tahun selanjutnya. Jika tidak adanya masa garansi perumahan tidak akan terjadi dengan desain dan model yang sesuai keinginan konsumen. Maka garansi harus selalu ada di semua perumahan yang sedang dibangun atau yang sudah jadi. Penyediaan aksesoris adalah salah satu suku cadang berupa alat bahan perumahan yang berbentuk kecil ataupun besar. Penyediaan aksesoris biasanya kalau ada yang bermasalah kemudian dipesan, tetapi lain untuk perumahan Glass House. Penyediaan aksesoris perumahan ini sangat baik dan selalu ada segala model rumah yang di bangun, barang rumah kecil atau besar selalu ada dan disimpan di gudang sementara. Dengan adanya aksesoris maka semua perumahan akan selalu membuat daya tarik agar bisa memiliki atau bisa membeli rumahnya. Pelayanan pemeliharaan dan perbaikan ini sangat perlu, karena dalam properti perumahan ini wajib ada dan harus selalu diberikan yang terbaik kepada konsumen agar bisa menilai dengan baik di perumahan. Dengan masa perbaikan yang diberikan tergantung perumahan lain, tetapi di Glass House terjamin sampai 3 bulan kedepan. Dengan perbaikan yang bisa diberikan secara berkali-kali karena ingin memberi pelayanan terbaik kepada konsumen dan nilai plus yang akan diterimanya. Fasilitas dan perlengkapan di setiap perumahan pasti ada, baik fasum, taman bermain, taman tanaman, masjid, keamanan dan lain-lain. Karena jika fasilitas tidak ada bagaimana bisa jadi daya tarik konsumen untuk menghuni rumah tersebut. Makanya

dengan adanya fasilitas dan perlengkapan lainnya akan menjadi segi yang positif buat developer dan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Afriza, E. F. (2019). *Analisis Kualitas Produk dan Layanan Purnajual Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Honda All New Vario 125 Melalui Citra Merek Sebagai Mediator*. MBIA, Vol.18, No1, 37-48.
<https://journal.binadarma.ac.id/index.php/mbia/article/view/320/146>
- Kotler P, Armstrong, G.(2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran(Edisi 13)*. Jakarta: Erlangga.
- Lase, A. Y. P. (2020). *Pengaruh Pelayanan Purna Jual Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Asus Service Center Kota Jambi*. Science of Management and Students Research Journal (SMS), 1(6), 193-199.
- Yusup, M., & Sutopo, S. (2011). *Analisis pengaruh promosi, harga, kualitas produk dan layanan purna jual terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda (studi kasus pada mahasiswa fakultas ekonomi universitas diponegoro semarang)*. (Doctoral dissertation, Universitas Diponegoro).
- Nugroho, R. H. (2022). *Pengaruh Citra Merek, Harga, Kualitas Produk Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk Sabun Pembersih Wajah Garnier (Studi pada Konsumen di Kota Surabaya)*. NUSANTARA Jurnal Ilmu Pengetahuan.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku konsumen dalam persaingan bisnis kontemporer*. Yogyakarta: Alfabeta.

- Sugiyono.(2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.Yogyakarta: Alfabeta.
- Suhaya, S. (2020). *Antiseden Keputusan Pembelian Konsumen Tisu Merek Alfamart*. Scientific Journal Of Reflection : Economic, Accounting, Management and Business, 3(1), 91-100. <https://doi.org/10.37481/sjr.v3i1.119>
- Tjiptono, Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa Prinsip Penerapan Penelitian*. Yogyakarta: ANDI.