

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil olah data yang telah dilakukan, penelitian ini mendapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Perilaku ko-kreasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas layanan Apartemen Dian Regency Surabaya. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat keterlibatan penghuni dalam memberikan masukan, berkolaborasi, serta berpartisipasi aktif dalam proses penciptaan nilai layanan, maka semakin baik pula kualitas layanan yang dapat diwujudkan oleh pengelola
2. Perilaku ko-kreasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap implementasi QFD Apartemen Dian Regency Surabaya. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat keterlibatan penghuni dalam memberikan masukan, berbagi kebutuhan, serta berkolaborasi dengan pengelola, maka semakin efektif pula proses penerjemahan “suara pelanggan” ke dalam spesifikasi teknis layanan melalui QFD.
3. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan penghuni Apartemen Dian Regency Surabaya. Hasil tersebut menegaskan bahwa kualitas layanan merupakan faktor utama yang menentukan persepsi kenyamanan dan kepuasan secara keseluruhan. Oleh karena itu, pengelola apartemen perlu terus melakukan evaluasi dan peningkatan kualitas layanan

Secara konsisten guna mempertahankan serta meningkatkan kepuasan penghuni di masa mendatang.

4. Implementasi QFD berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan penghuni Apartemen Dian Regency Surabaya. Temuan ini menunjukkan bahwa kemampuan pengelola dalam menerjemahkan kebutuhan dan harapan penghuni ke dalam spesifikasi teknis layanan yang tepat melalui QFD berdampak langsung pada meningkatnya tingkat kepuasan penghuni

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan dalam teknik pengumpulan yang dilakukan secara online menggunakan Google Form, sehingga penelitian ini tidak melibatkan wawancara secara langsung dengan responden untuk memperkuat data.

Penelitian ini memiliki satu variabel yang memiliki nilai Cronbach's Alpha di bawah 0,7, yaitu *resident satisfaction* sebesar 0,684.

5.3 Saran

5.3.1 Bagi Peneliti Selanjutnya

Pertama, peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan variabel lain untuk mengkaji lebih dalam tentang perilaku ko-kreasi, kualitas layanan, serta implementasi QFD terhadap kepuasan penghuni. Kedua, diharapkan dapat mempertimbangkan untuk melakukan penelitian pada objek apartemen atau hunian vertikal lainnya untuk memperkaya generalisasi hasil. Ketiga, peneliti selanjutnya disarankan untuk melakukan pengumpulan data secara langsung terhadap responden, misalnya dengan wawancara mendalam, guna meminimalkan ketidakpastian data dan mendapatkan wawasan kualitatif yang lebih komprehensif.

5.3.2 Bagi Pihak Apartemen Dian Regency

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan strategis bagi pihak manajemen Apartemen Dian Regency Surabaya dalam menentukan kebijakan yang tepat untuk menjaga kualitas layanan serta kepuasan penghuni. Berdasarkan hasil temuan, pengelola disarankan untuk mengoptimalkan platform digital seperti grup WhatsApp dan media sosial bukan hanya sebagai sarana penyampaian keluhan searah, namun sebagai wadah ko-kreasi aktif di mana penghuni dilibatkan dalam diskusi solusi bersama. Pihak apartemen juga perlu mengintegrasikan hasil Quality Function Deployment (QFD) sebagai dasar prioritas perbaikan fasilitas, terutama pada aspek teknis yang paling sering dikeluhkan, agar alokasi sumber daya menjadi lebih efisien dan tepat sasaran.

Selain itu, manajemen perlu menetapkan standar respons yang cepat melalui indikator kinerja staf dalam menanggapi interaksi digital, mengingat kualitas layanan berpengaruh dominan terhadap kepuasan. Pengelola juga dapat meningkatkan keterikatan sosial penghuni melalui program komunitas baik secara daring maupun luring guna menciptakan citra lingkungan yang positif dan harmonis. Dengan mengimplementasikan layanan yang berbasis pada suara pelanggan secara konsisten, penghuni akan merasa lebih dihargai sebagai partisipan aktif dalam proses bisnis, yang pada akhirnya akan menciptakan rasa aman, nyaman, dan kepuasan jangka panjang bagi seluruh penghuni Apartemen Dian Regency.

DAFTAR RUJUKAN

- Abdillah, W., Hartono, J., & Prabowo, H. (2016). *Partial least squares (PLS): Alternative structural equation modeling (SEM) in business research*. Andi Publisher.
- Andrakayana, I. W., & Septanaya, I. G. K. (2024). Service quality analysis in residential apartments: Evidence from building performance evaluation. *Journal of Property Management*, 12(1), 45–58.
- Azian, F. U. M., et al. (2023). The relationship between service quality and occupants' satisfaction: A mixed-use building. *International Journal of Built Environment and Sustainability*, 10(2), 87–99.
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2014). *Business research methods (12th ed.)*. McGraw-Hill Education.
- Cui, M., & Meng, B. (2021). Value co-creation and life satisfaction in home-based accommodations. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 49, 517–528.
- Dam, S. M., & Dam, T. C. (2021). Relationships between service quality, brand image, customer satisfaction, and customer loyalty. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(3), 585–593.
- Ghozali, I. (2015). *Structural equation modeling: Metode alternatif dengan partial least squares (PLS) (4th ed.)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2021). *Partial least squares: konsep, teknik, dan aplikasi menggunakan SmartPLS 4.0*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) (2nd ed.)*. Sage Publications.
- Hasan, M. M., & Chang, Y. (2024). A social cognitive theory of customer value co-creation behavior: Evidence from healthcare. *Journal of Service Theory and Practice*, 34(2), 215–234.
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1), 115–135.
- Hummel, D. (2020). *Urbanization and housing demand: Vertical living trends in global cities*. *Urban Studies Journal*, 57(8), 1625–1642.

- Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat Republik Indonesia. (2022). Strategi percepatan pembangunan rumah susun di Indonesia. Ministry of Public Works and Housing.
- Nunkoo, R., Teeroovengadam, V., Ringle, C. M., & Sunnassee, V. (2020). Service quality and customer satisfaction: The moderating effects of hotel star rating. *International Journal of Hospitality Management*, 91, 102414.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Prahalad, C. K., & Ramaswamy, V. (2004). Co-creation experiences: The next practice in value creation. *Journal of Interactive Marketing*, 18(3), 5–14.
- Prebensen, N. K., & Xie, J. (2017). Efficacy of co-creation and mastering on perceived value and satisfaction in tourists' consumption. *Tourism Management*, 60, 166–176.
- Romero, C. L., Ruiz, L. del P., Jiménez, J. A. M., & Fuentes-Blasco, M. (2023). The importance of co-creation experience: Online accommodation platforms. *Journal of Business Research*, 156, 113472.
- Siregar, M. (2020). Implementation of quality function deployment in improving customer satisfaction. *Journal of Quality Management*, 15(2), 98–110.
- Sutarso, Y., & Setiawan, B. (2016). Customer value co-creation behavior in service industries. *Journal of Marketing Development*, 9(1), 25–39.
- Sutarso, Y., & Suharmadi, A. (2011). Co-creation strategy in service marketing. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 6(2), 112–121.
- Vargo, S. L., & Lusch, R. F. (2008). Service-dominant logic: Continuing the evolution. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 36(1), 1–10.
- Yuliana, R., & Pramudito, H. (2019). Customer participation and satisfaction in residential services. *Journal of Property Research*, 36(3), 245–260.
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1990). *Delivering quality service: Balancing customer perceptions and expectations*. Free Press.