

ABSTRAK

Penciptaan suatu produk baru ditujukan untuk memenuhi ekspektasi pelanggan dan mencapai pertumbuhan perusahaan. Suatu produk baru dapat dikatakan berhasil apabila mendatangkan nilai bagi pelanggan dan dapat diserap dengan maksimal oleh pasar. Dengan memenuhi kepentingan pelanggan maka pelanggan tersebut akan loyal dan secara jangka panjang akan menguntungkan perusahaan.

Penulisan tesis adalah untuk mengetahui ekspektasi pelanggan untuk membeli sebuah apartment, juga mengetahui persepsi management atas kinerja perusahaan di Apartment Grand Champa. Penelitian ini diharapkan juga dapat memberikan rekomendasi strategi pemasaran yang efektif (retensi atau akuisisi)pelanggan khususnya dengan karakteristik industry property yang semakin kompetitif.

Selain itu, studi ini memfokuskan pada kesenjangan antara ekspektasi pelanggan dengan persepsi kinerja perusahaan pada Grand Champa Apartment. Grand Champa apartment merupakan produk apartment yang diluncurkan oleh PT.Intiland Development,Tbk pada tahun 2005.

Manfaat dari penelitian ini adalah untuk memberikan informasi kepada perusahaan, tentang faktor-faktor penentu yang dipertimbangkan pelanggan dalam membeli Metode yg digunakan adalah deskriptif dengan mix method yang menggabungkan antara kualitatif (wawancara dan data perusahaan) dengan kuantitatif (kuisisioner) menggunakan statistic dasar. Data yang telah terkumpul dianalisis dengan menggunakan Importance- Performance Analysis (IPA) dan didukung analisa 5 Forces, menggunakan faktor 4P.

Kata kunci :

Tingkat kepentingan, Kinerja perusahaan, Ekspektasi Pelanggan, Sektor Properti, 4P, Importance – Performance Analysis