

**PENERAPAN KONSEP SIX SIGMA (DMAIC) UNTUK MENINGKATKAN
PENJUALAN PADA *CONDOTEL BEST WESTERNADI SUCIPTO***
YOGYAKARTA
MAJESTIC LAND
(Studi Kasus diPT. Graha Anggoro Jaya)

Skripsi
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Mencapai Derajat Sarjana S-1
Program Studi Teknik Industri



Diajukan Oleh:

Uwais Yakub
08660044

Kepada
PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2015

**PENGESAHAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR**

Nomor : UIN.02/D.ST/PP.01.1/2389/2015

Skripsi/Tugas Akhir dengan judul

: Penerapan Konsep *Six Sigma* (DMAIC) Untuk Meningkatkan Penjualan Pada *Condotel Best Western Adi Sucipto* Yogyakarta, Majestic Land (Studi Kasus Di PT. Graha Anggoro Jaya).

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

Nama : Uwals Yakub

NIM : 08660044

Telah dimunaqasyahkan pada : 18 Agustus 2015

Nilai Munaqasyah : A/B

Dan dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Sains dan Teknologi UIN Sunan Kalijaga

TIM MUNAQASYAH :

Ketua Sidang

Kifayah Amar, Ph.D
NIP.19740621 200604 2 001

Penguji I

Siti Husna Aini Syukri, M.T.
NIP.19761127 200604 2 001

Penguji II

Syaeful Arief, M.T.

Yogyakarta, 20 Agustus 2015

Dr. Maizer Said Nahdi, M.Si
NIP. 19550427 198403 2 001



SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Hal : Persetujuan

Lamp :

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Sains dan Teknologi
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
di Yogyakarta

Assalamu'alaikum wr. wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Uwais Yakub

NIM : 08660044

Judul Skripsi : Penerapan Konsep Six Sigma (DMAIC) Untuk Meningkatkan Penjualan Pada
Condotel Best Western Adi Sucipto Yogyakarta Majestic Land
(Studi Kasus Di PT. Graha Anggoro Jaya)

sudah dapat diajukan kembali kepada Program Studi Teknik Industri Fakultas Sains dan Teknologi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi/tugas akhir Saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqsyahkan.
Atas perhatiannya kami ucapan terima kasih.

Wassalamu'alaikum wr. wb.

Pembimbing I

Kifayah Amar, Ph.D
NIP. 19740621 200604 2 001

Yogyakarta, 01 Juli 2015

Pembimbing II

Siti Husna Alunu Syukri, MT.
NIP. 19761127 200604 2 001

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Uwais Yakub
NIM : 08660044
Program Studi : Teknik Industri
Fakultas : Sains dan Teknologi

Menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul **Penerapan “Konsep Six Sigma (DMAIC) Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Condotel Best Western Adi Sucipto Yogyakarta Majestic Land (Studi Kasus Di PT. Graha Anggoro Jaya)** merupakan hasil penelitian saya sendiri, tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang sepengetahuan saya, tidak terdapat atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 03 Agustus 2015

Penulis



Uwais Yakub
NIM. 08660044

HALAMAN PERSEMBAHAN

*Segala Puji Hanya Bagi Allah SWT
Tuhan Semesta Alam*

*Dengan Segala Kerendahan hati kupersembahkan skripsi ini
untuk:*

*Yang tercinta dan tersayang Ayah (Alm) dan Mama, Bapak
dan Ibu, serta Adekku
serta keluargaku semuanya.
Kawan-kawan seperjuanganku
Dan semua yang menjadi bagian dari hidupku*

MOTTO

Percayalah pada keajaiban tetapi jangan tergantung padanya (H. Jackson Brown,Jr)

Tidak ada satupun di dunia ini, yang bisa di dapat dengan mudah. Kerja keras dan doa adalah cara untuk mempermudahnya.

Tak ada yang tak mungkin selama kamu yakin. Jangan pernah ragu dengan kemampuan yang ada. Berusaha dan berdo'a. I'Mpossible !!

"Hai orang-orang yang beriman, Jadikanlah sabar dan shalatmu sebagai penolongmu, sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar" (QS : Al-Baqarah 153)

KATA PENGANTAR

Bismillaahirrohmaanirrohiim,

Alhamdulillaahirrobbil'aalamiin, segala puji hanya bagi Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat dan hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi ini.

Skripsi disusun agar dapat menambah wawasan dan pemahaman pembaca untuk mengetahui berbagai analisis penyelesaian problematika yang sering dihadapi pada perusahaan untuk meningkatkan kinerja perusahaan.

Pada kesempatan ini tidak lupa peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah banyak membantu penulis selama melakukan penelitian di Majestic Land (PT. Graha Anggoro Jaya). Untuk itu pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Drs. H. Akh. Minhaji, M.A.,Ph.D. selaku Dekan Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Ibu Kifayah Amar, Ph.D. selaku Ketua Program Studi Teknik Industri Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Ibu Siti Husna Ainu Syukri, M.T. selaku pembimbing akademik yang telah memberikan nasehat dan motivasi dengan penuh kasih sayang.
4. Ibu Kifayah Amar, Ph.D. dan Ibu Siti Husna Ainu Syukri, M.T. selaku pembimbing I dan pembimbing II Tugas Akhir yang selalu memberikan motivasi, nasehat, dan bimbingan dengan penuh kesabaran.
5. Seluruh dosen Prodi Teknik Industri Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga yang telah memberikan ilmu.
6. Bapak Wisnu Cahya Nugraha, M.H. selaku pembimbing penelitian di Majestic Land (PT. Graha Anggoro Jaya) Yogyakarta.
7. Seluruh staff di Majestic Land, Yogyakarta.
8. Alm. Ayah dan Mama, Bapak dan Ibu tercinta serta seluruh keluarga yang telah banyak memberikan dukungan baik moral maupun materiil.

9. Semua teman-teman Prodi Teknik Industri yang telah memberikan bantuan dan dukungannya. (all Error & Crew)
10. Serta masih banyak pihak yang tak bisa disebutkan satu persatu.

Dalam susunan Skripsi ini mungkin masih banyak sekali kekurangan dan masih jauh dari kesempurnaan, untuk itu peneliti berharap pembaca dapat memberikan kritikan yang dapat membangun untuk kesempurnaan laporan ini.

Peneliti berharap Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi peneliti khususnya dan bagi pembaca pada umumnya. Terima kasih.

Yogyakarta, 03 Agustus 2015
Peneliti

Uwais Yakub
08660044

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Batasan Masalah	5
1.6 Sistematika Penulisan	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Landasan Teori	11

2.2.1 Pengertian Pemasaran	11
2.2.2 Pengertian <i>Six Sigma</i>	12
2.2.3 Metodologi <i>Six Sigma (DMAIC)</i>	14
2.2.4 <i>Six Sigma Tools</i>	19
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	20
3.1 Objek Penelitian	20
3.2 Data	20
3.2.1 Data Primer	20
3.2.2 Data Sekunder.....	20
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	21
3.4 Metode Analisis Data.....	23
3.5 Diagram Alur Penelitian	25
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	26
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	26
4.1.1 Sejarah Perusahaan	26
4.1.2 Pengertian <i>Condotel</i>	26
4.2 Hasil Penelitian	27
4.2.1 Penerapan <i>Six- Sigma</i> Pada Pemasaran <i>Condotel</i>	27
A. <i>Define</i>	28
B. <i>Measure</i>	31
C. <i>Analyze</i>	37
D. <i>Improve</i>	40
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	43

5.1 Kesimpulan	43
5.2 Saran	45

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN 1

LAMPIRAN 2

LAMPIRAN 3

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Posisi Penelitian	10
Tabel 2.2 DMAIC <i>tools Kit Six Sigma</i>	19
Tabel 4.1 Hasil Perbandingan Berpasangan Responden 1	32
Tabel 4.2 Hasil Perbandingan Berpasangan Responden 2	33
Tabel 4.3 Hasil Perbandingan Berpasangan Responden 3	33
Tabel 4.4 <i>Consistency Ratio</i> 3 Responden.....	34
Tabel 4.5 Rata-rata geometris perbandingan berpasangan	35
Tabel 4.6 Prioritas <i>Performance Attributes</i> ke-tiga Responden.....	35
Tabel 4.7 Prioritas <i>Performance Attributes</i> ke-tiga Responden.....	35
Table 4.8 Rekomendasi (<i>Improve</i>).....	40
Table 5.1 Rekomendasi (<i>Improve</i>).....	44

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Diagram Alur Penelitian.....	25
Gambar 4.1 Diagram SIPOC.....	28
Gambar 4.2 Diagram Prioritas <i>Performance Attributes</i> ke-tiga Responden.....	36
Gambar 4.3 Diagram Tulang Ikan	38

ABSTRAK

Penerapan Konsep Six Sigma (DMAIC) Untuk Meningkatkan Penjualan Pada
Condotel Best Western Adi Sucipto Yogyakarta
Majestic Land
(Studi Kasus di PT. Graha Anggoro Jaya)

Penelitian ini dilaksanakan pada Divisi Sales and Marketing Majestic Land, yang berfokus pada penjualan produk Condotel Best Western Adi Sucipto Yogyakarta. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi variabel prioritas konsumen (Investor) untuk meningkatkan penjualan menggunakan metode DMAIC dan mengetahui nilai bobot variabel prioritas yang menjadi keinginan konsumen (Investor).

Six Sigma merupakan suatu metode yang digunakan untuk meningkatkan performance perusahaan dengan menggunakan langkah DMAIC. Metodologi DMAIC (Define, Measure, Analyze, Improve, Control). Tahap define dilakukan untuk mendefinisikan dan identifikasi terkait dengan proyek perbaikan. Pada tahap measure dilakukan pengukuran terhadap variable prioritas untuk pembobotan variable priorita menggunakan metode Analytical Hierarchy Process (AHP). Pada tahap analyze dilakukan analisa untuk mencari dan menentukan akar penyebab masalah menggunakan metode Fish Bone. Pada tahap improve dilakukan penetapan suatu rencana usulan perbaikan kualitas. Sedangkan pada tahap control dilakukan usulan rencana pengendalian dari perbaikan pada tahap improve.

Dari hasil penelitian diketahui pengukur AHP di hasilkan urutan prioritas pengembangan berdasarkan atas keinginan konsumen adalah Ekonomi, Bangunan, Developer, Legalitas, Lokasi.

Kata kunci : Six Sigma, DMAIC, AHP, Fish Bone

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Daerah Istimewa Yogyakarta adalah Daerah Istimewa setingkat provinsi di Indonesia yang merupakan peleburan Negara Kesultanan Yogyakarta dan Negara Kadipaten Paku Alam. Saat ini Yogyakarta terkenal dengan Pariwisata, Budaya, Pendidikan dan Bisnis. Kebudayaan yang masih terpelihara hingga saat ini menjadikan Yogyakarta sebagai salah satu daerah tujuan wisatawan. Perkembangan dunia pendidikan di Yogyakarta juga menjadi salah satu faktor bagi berkembangnya kota ini hingga menjadi seperti sekarang. Dengan sumber daya dan pesatnya pembangunan, Kota Yogyakarta saat ini menjadi bidikan para investor dan pelaku bisnis pariwisata untuk berkompetisi menyajikan kualitas terbaik bagi para pendatang, dengan satu tujuan bisnis yang berkelanjutan dan memberikan keuntungan lebih.

Respon pasar properti di Yogyakarta yang cukup tinggi memberikan peluang bagi pengembang untuk terus berusaha memenuhi kebutuhan pasar. Icon kota Yogyakarta sebagai kota pelajar dan kota tujuan pariwisata memang tak bisa begitu saja dilepas dari proses perkembangan properti di Yogyakarta. Banyaknya pendatang yang ingin tinggal atau hanya sekedar berkunjung menjadikan nilai tingkat hunian di Yogyakarta meningkat. Dalam hal ini semakin terbatasnya porsi lahan untuk *landed house*, sehingga mendorong para pengembang untuk membuat hunian *vertikal*.

Condotel (Condominium-Hotel) sebagai salah satu alternatif hunian *vertikal* dan investasi properti di tengah pertumbuhan ekonomi dan perkembangan pariwisata daerah Yogyakarta. Investasi ini bisa dilirik investor properti yang ingin memiliki hotel, memperoleh hak tinggal dan mengharapkan tingkat keuntungan berupa *capital gain* serta sewa selama periode tertentu. Dengan pergerakan dunia bisnis ini yang cepat mengakibatkan semakin tidak pastinya kesuksesan suatu perusahaan. Kesuksesan suatu perusahaan di masa lalu tidak secara langsung diikuti dengan kesuksesan di masa yang akan datang.

Untuk mengantisipasi keadaan ini, setiap perusahaan harus melakukan perubahan sesuai dengan keadaan dunia bisnis yang ada dan selalu menyesuaikan dengan kondisi sekarang. Perubahan dapat dimulai dengan melakukan perbaikan dari sisi sistem manajemen. Dampak internal dari perbaikan sistem manajemen dapat meningkatkan kenyamanan dalam bekerja sehingga produktifitas mencapai hasil yang maksimal. Pada akhirnya hal ini juga berguna untuk meningkatkan kepercayaan dan kepuasan pelanggan yang merupakan misi perusahaan.

Majestic Land merupakan *branding* perusahaan dari PT. Graha Anggoro Jaya yang bergerak di bidang properti. Bisnis perhotelan merupakan salah satu target bagi Majestic Land untuk mengambil keuntungan tersebut. *Condotel* serupa dengan hotel, namun *condotel* memiliki berbagai kelebihan karena para investor dapat memiliki atau membeli per unit dan dapat dimiliki perorangan. Dalam hal ini pihak pengembang akan menjual unit kamar,

sehingga menjadikan pengembang untuk membuat strategi pemasaran unit *condotel* tersebut.

Perkembangan dunia properti di Yogyakarta ditandai dengan makin tajamnya persaingan, khususnya pada persaingan *condotel*. Hal ini ditandai dengan munculnya pengembang yang menawarkan jenis produk yang berkualitas dengan harga yang bersaing dalam pemasaran. Untuk mengatasi ketatnya persaingan dalam pemasaran *condotel* maka upaya yang dilakukan oleh perusahaan adalah dengan meningkatkan strategi penjualan, di mana dalam penerapan strategi tersebut perusahaan berusaha untuk menetapkan harga yang mampu bersaing, sehingga peningkatan penjualan *condotel* terus meningkat.

Pemasaran merupakan ujung tombak bagi para pengembang *condotel*. Melihat dari perkembangan pembangunan *condotel* di Yogyakarta membuat para pengembang (*Developer*) bersaing dalam menyajikan produk unggulan demi menarik minat konsumen (*Investor*). Masalah yang timbul pada pemasaran atau penjualan perlu dicari faktor penyebabnya, hal tersebut dapat dilakukan dengan menerapkan metodologi *DMAIC* dari *Six Sigma*. Metodologi *DMAIC* merupakan kunci pemecahan masalah *Six Sigma* yang meliputi langkah-langkah perbaikan secara beruntun, yang msaih-masih amat penting guna mencapai hasil yang diinginkan.

Menurut Feng dan Kapur(2007), bahwa pemikiran dasar dan metode yang digunakan dalam metode *Six Sigma* memiliki nilai abadi, meskipun mereka akan dipasarkan dengan nama baru dimasa datang. Ide-ide ini dapat

diintegrasikan dengan metode-metode produktivitas yang lainnya dan akan terus menunjukkan daya tahan mereka dalam lingkungan bisnis global.

Setiap karakter konsumen berbeda keinginan yang ingin didapatkan. *Majestic Land* menghadirkan berbagai tawaran untuk memenuhi setiap kebutuhan dalam berinvestasi pada *condotel*. Dalam upaya peningkatan penjualan, *Majestic Land* perlu mengidentifikasi bobot keinginan konsumen. Berdasarkan hal-hal yang telah diuraikan diatas, maka penulis melakukan penelitian dengan judul “PENERAPAN KONSEP SIX SIGMA (DMAIC) UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PADA CONDOTEL BEST WESTERN ADI SUCIPTO YOGYAKARTA” studi kasus pada Majestic Land (PT. Graha Anggoro Jaya).

1.2 Perumusan Masalah

Dari latar belakang diatas, maka permasalahan dapat dirumuskan sebagai berikut : Bagaimana meningkatkan penjualan pada *Condotel Best Western Adi Sucipto Yogyakarta* menggunakan metodologi *Six Sigma (DMAIC)*?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian yang akan dilakukan adalah sebagai berikut :

- 1) Mengidentifikasi variabel prioritas konsumen (*Investor*) untuk meningkatkan penjualan menggunakan metode *DMAIC*.
- 2) Mengetahui nilai bobot variabel prioritas yang menjadi keinginan konsumen (*Investor*).

- 3) Memberikan usulan perbaikan yang mempengaruhi *variabel prioritas* keinginan konsumen.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain :

- 1) Dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam penjualan *condotel*.
- 2) Sebagai bahan pertimbangan perusahaan untuk penjualan produk *condotel* selanjutnya.
- 3) Sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

1.5 Batasan Masalah

Batasan masalah dilakukan dengan tujuan agar konsep penelitian lebih fokus dan terarah terhadap perumusan masalah yang akan diselesaikan.

Batasan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Penggunaan metodologi *DMAIC* hingga usulan rencana perbaikan.
2. Produk yang menjadi sasaran penelitian adalah *Condotel Best Western Majestic Adi Sucipto Yogyakarta*.
3. Penelitian difokuskan pada Divisi *Marketing dan Sales*.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini akan menguraikan secara singkat mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab tinjauan pustaka berisi uraian tentang hasil penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya yang ada hubungannya dengan penelitian yang dilakukan. Di samping itu juga berisi tentang konsep dan prinsip dasar yang diperlukan untuk memecahkan masalah penelitian, dasar-dasar teori untuk mendukung kajian yang akan dilakukan.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ketiga ini menguraikan objek penelitian, alat, tata cara penelitian dan data yang akan dikaji serta cara analisis yang dipakai dan sesuai dengan bagan alir yang telah dibuat.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan hasil penelitian yang meliputi data-data yang dihasilkan selama penelitian dan pengolahan data dengan metode yang telah ditentukan hasil analisis. Membahas hasil penelitian berupa tabel hasil pengolahan data, grafik, persamaan atau model serta analisis yang menyangkut penjelasan teoritis secara kualitatif, kuantitatif maupun statistik dari hasil penelitian dan kajian untuk menjawab tujuan penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan dan saran. Kesimpulan memuat pernyataan singkat dan tepat yang dijabarkan dari hasil penelitian serta pembahasan untuk membuktikan hipotesis atau menjawab

permasalahan. Saran dibuat berdasarkan pengalaman dan pertimbangan penulis, ditujukan kepada perusahaan atau tempat penelitian terkait dan para peneliti dalam bidang yang sejenis, yang ingin melanjutkan dan mengembangkan penelitian yang telah dilakukan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan atas hasil *FGD* tahap 2 maka di dapat kesimpulan keinginan konsumen akan pembelian *condotel* adalah sebagai berikut :

1. Lokasi
2. Ekonomi
3. Bangunan
4. Developer
5. Legalitas

Sedangkan untuk hasil pengukur *AHP* di hasilkan urutan prioritas pengembangan berdasarkan atas keinginan konsumen adalah sebagai berikut:

1. Ekonomi
2. Bangunan
3. Developer
4. Legalitas
5. Lokasi

Dari tahapan *improvemen* dari tahapan *Six Sigma*, masukan untuk perusahaan adalah sebagai berikut :

Table 5.1 Rekomendasi(*Improve*)

No	Atribut/Aspek	Rekomendasi
1	Ekonomi	<p>7. Pembangunan dilakukan di area pekotaan</p> <p>8. Dapat memberikan nilai <i>Benefit</i> yang tinggi sehingga menarik para <i>Investor</i>.</p> <p>9. Pemasaran dilakukan di daerah yang mempunyai tingkat ekonomi menengah keatas</p> <p>10. Menjaga purna jual yang tinggi</p> <p>11. Ikut serta dalam mempromosikan daerah</p> <p>12. Ikut serta dalam upaya peningkatan ekonomi daerah/pariwisata daerah</p>
2	Bangunan	<p>5. Desain arsitektur yang menarik.</p> <p>6. Desain mengikuti keinginan konsumen</p> <p>7. Struktur bangunan yang baik dengan melihat kondisi tanah (sondir tanah)</p> <p>8. Melakukan analisis Struktur bangunan</p>
3	Developer	<p>4. Developer yang berpengalaman di bidangnya</p> <p>5. Developer yang tidak mempunyai masalah dalam pembangunanya (terpercaya).</p> <p>6. Developer yang mempunyai <i>brand</i> yang baik.</p>
4	Legalitas	<p>1. Adanya <i>Lembaga Penjamin Investasi</i> dan legalitas kepemilikan unit sebagai bukti kuat</p>

		<p>kepemilikan.</p> <p>2. Telah menyelesaikan Legalitas Proyek yang sah (sesuai dengan aturan pemerintahan setempat) sebelum dilakukan penjualan ataupun pembangunan.</p>
5.	Lokasi	<p>1. Upaya <i>condotel</i> yang dekat dengan akses jalan</p> <p>2. Upaya <i>condotel</i> yang dekat dengan fasilitas umum</p> <p>3. Upaya <i>condotel</i> yang dekat dengan pariwisata daerah.</p> <p>4. Upaya <i>condotel</i> yang dekat dengan lembaga pendidikan, sesuai dengan sebutan Yogyakarta sebagai kota <i>Pelajar</i>.</p>

5.2.Saran

1. Penggunaan metode *Six Sigma* untuk pemasaran dapat digunakan dengan pendekatan/metode pengambilan data dan analisa yang menyesuaikan dengan kondisi di lapangan, hal ini perlu adanya penelitian lanjutan yang dapat digunakan untuk mengukur tingkat keberhasilan penelitian ini. Oleh sebab itu maka perlu adanya penelitian lanjutan guna melihat seberapa besar perubahan yang terjadi bagian pemasaran setelah adanya masukan (rekomendasi) hal ini masuk dalam tahapan control *Six Sigma*.
2. Secara garis besar bahwa prioritas yang utama konsumen adalah faktor ekonomi, sedangkan aspek lokasi tidak begitu besar, hal ini dimungkinkan

karena wilayah administrasi DIY tidak begitu besar dapat di jangkau dengan kendaraan dengan waktu relative tidak lama.

3. Faktor legalitas cenderung di bawah karena secara administrasi pengurusan legalitas di wilayah DIY lebih mudah.
4. Faktor Ekonomi menjadi teratas dimungkinkan bahwa nilai investasi *property* di DIY tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, D. S. 2011. *Analisa Non Value Adding Activity dan Defect dengan Pendekatan Lean Six Sigma Di PT. Bayer Indonesia-Bayer Cropscience Surabaya*. Universitas Pembangunan Nasional "Veteran".
- Aisyaturrahmi. 2009. *Analisis Pengendalian Kualitas Untuk Mengurangi Produk Cacat Dengan Lean Six Sigma Pada PT. Kompindo Wiratama*. Universitas Airlangga.
- Alma, Buchari. 2005. *Management Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabet
- Ariani, D. W. 2004. *Pengendalian Kualitas Statistik*, Yogyakarta : Andi.
- Cravens, David W. 1996. *Pemasaran Strategis*. Edisi ke-4/Jilid 2. Jakarta : Erlangga
- Carreira, Bill & Trundell 2006. *Lean Six Sigma That Works*, New York : Amacom.
- Eckes, G. 2003. *SIx Sigma For Everyone*, Canada : John Wiley & Sons, Inc.
- Evans, J. R. & Lindsay, W. M. 2007. *Pengantar Six Sigma*, Jakarta : Salemba Empat.
- Ficalora, Joseph P. And Cohen Louis. 2009. *Qua;ity function deployment and six sigma*. Boston : Prectice Hall hal 18-19
- Gaspersz, V. 2001. *Total Quality Management*, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.

Gaspersz, Vincent. 2002. *Total Quality Management*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama

Gaspersz, V. 2005. *Total Quality Management*, Jakarta : PT. Gramdia Pustaka Utama.

Gaspersz, V. 2007. *Lean Six Sigma for Manufacturing and Services Industries*, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.

Gaspersz, V. 2008. *The Executive GGuide To Implementing Lean Six Sigma*, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.

George, M. L. 2002. *Lean Six Sigma*, New York, Mc Graw Hill.

Goetsch, L. D. 2002. *Manajemen Mutu Total I: Manajemen Mutu Untuk Produksi, Pengolahan dan Pelayanan*, Jakarta : PT. Pernhallindo.

Hadi, S. 1993. *Metodelogi Penelitian*, Yogyakarta, Yayasan Penerbitan Fakultas Psikologi UGM.

Haming & Nurnajamudin 2007. *Manajemen Produksi Modern Operasi Manufaktur dan Jasa*, Jakarta : PT. Bumi Aksara.

Hendradi, C. T. 2006. *Statistik Six Sigma dengan Minitab (Panduan Cerdas Inisiatif Kualitas Six Sigma*, Yogyakarta, Andi Offset.

Hetharia, D. & Sunandar, K. A. 2008. Usaha Peningkatan Mutu Kain

Grei TS-8151 di Departemen Weaving PT. Istem. *Jurnal Nasional Teknik Industri*.

Hidayat, M. A. 2011. *Usulan Perbaikan Kualitas Produk Cetakan Di CV. Aditya Media Dengan Menggunakan Metodologi Six Sigma-DMAIC*. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.

Irawan, Handi. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga

Kotler, Philip. 2002. *Manageman Pemasaran : Analisis Perencanaan atau Implementasi dan Pengendalian*. Terjemahan. Jakarta : Erlangga

Kotler, Philip dan Kavine Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga

Liker, K. J. 2006. *The Toyota Way*, Jakarta, Erlangga.

Maman, Ukas dan Otjo Darmawinata. 1980. *Ilmu Menjual*. Bandung : SMEA I

Mowen, John and Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Erlangga

Pande & Hollp, P. 2002. *What is Six Sigma*, New york, McGraw-Hill.

Pande, N. & Cavanagh, R. R. 2002. *The Six Sigma Way Bagaimana, GE, Motorola dan Perusahaan Terkenal Lainnya Mengasah Kinerja Mereka*, Yogyakarta : Andi.

Thompson, David W. 2004. *The Manager*. Chicago : MTR Corp

Swasta, Basu dan Irawan. 2005. *Manajemen Pemasaran Modern*. Edisi Kedua. Yogyakarta : Liberty

LAMPIRAN



Yth. Bapak/Ibu

Di Majesticland (PT. Graha Anggoro Jaya)

Dengan hormat,

Saya mahasiswa Teknik Industri Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga,

Nama : Uwais Yakub

NIM : 08660044

Bersama surat ini saya mohon kesediaan Bapak /Ibu /Saudara/ I untuk mengisi lembar kuesioner berikut. Lembar kuesioner ini diedarkan untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penelitian yang berjudul "**PENERAPAN KONSEP SIX SIGMA (DMAIC) UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PADA CONDOTEL BEST WESTERN ADI SUCIPTO YOGYAKARTA**". Penelitian ini dilakukan untuk memenuhi syarat kelulusan di Teknik Industri, Fakultas Sains Dan Teknologi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. Sebelum Bapak /Ibu /Saudara/ I mengisi lembar kuesioner ini, terlebih dahulu Bapak /Ibu /Saudara/ I membaca beberapa petunjuk yang diberikan..

Besar harapan saya, Bapak/Ibu/Saudara/i bersedia untuk mengisi kuesioner ini. Atas kesediaan Bapak /Ibu /Saudara/ I kami ucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 03 Mei 2015

Hormat Saya,

Peneliti



Uwais Yakub

NIM: 08660044

KUESIONER

Nama : Wisnu Cahya Negraha
 Jabatan : Direktur Utama

Jawablah pertanyaan di bawah ini mengenai Persepsi Anda tentang perbandingan tingkat kepentingan untuk memilih prioritas dalam menentukan pembelian condotel , dengan memberi tanda silang (x) pada kolom jawaban. Nilai perbandingan berpasangan dibawah ini adalah sebagai berikut:

1 : Sama Penting

9 : Mutlak Lebih Penting

3 : Sedikit Lebih Penting

2, 4, 6, 8 : Apabila Ragu-Ragu Antara
 Dua Nilai Yang Berdekatan

5 : Lebih Penting

7 : Sangat Lebih Penting

Perbandingan Antar prioritas pembelian

1. prioritas

KRITERIA	NILAI PERBANDINGAN																		KRITERIA
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9		
LOKASI			X																EKONOMI
LOKASI				X															BANGUNAN
LOKASI							X												DEVELOPER
LOKASI						X													LEGALITAS
EKONOMI								X											BANGUNAN
EKONOMI									X										DEVELOPER
EKONOMI										X									LEGALITAS
BANGUNAN										X									DEVELOPER
BANGUNAN											X								LEGALITAS
DEVELOPER							X												LEGALITAS

Yogyakarta, Mei 2015


 (Wisnu Cahya Negraha)

KUESIONER

Nama : Wisonu Tri Anggoro
 Jabatan : CEO Majestic Land

Jawablah pertanyaan di bawah ini mengenai Persepsi Anda tentang perbandingan tingkat kepentingan untuk memilih prioritas dalam menentukan pembelian condotel , dengan memberi tanda silang (x) pada kolom jawaban. Nilai perbandingan berpasangan dibawah ini adalah sebagai berikut:

1 : Sama Penting

9 : Mutlak Lebih Penting

3 : Sedikit Lebih Penting

2, 4, 6, 8 : Apabila Ragu-Ragu Antara
 Dua Nilai Yang Berdekatan

5 : Lebih Penting

7 : Sangat Lebih Penting

Perbandingan Antar prioritas pembelian

1. prioritas

KRITERIA	NILAI PERBANDINGAN																		KRITERIA
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9		
LOKASI							X												EKONOMI
LOKASI								X											BANGUNAN
LOKASI								X											DEVELOPER
LOKASI							X												LEGALITAS
EKONOMI									X										BANGUNAN
EKONOMI									X										DEVELOPER
EKONOMI									X										LEGALITAS
BANGUNAN								X											DEVELOPER
BANGUNAN										X									LEGALITAS
DEVELOPER										X									LEGALITAS

Yogyakarta, Mei 2015

Wisonu Tri Anggoro

KUESIONER

Nama : Thomas B.
 Jabatan : Head of Sales

Jawablah pertanyaan di bawah ini mengenai Persepsi Anda tentang perbandingan tingkat kepentingan untuk memilih prioritas dalam menentukan pembelian condotel , dengan memberi tanda silang (x) pada kolom jawaban. Nilai perbandingan berpasangan dibawah ini adalah sebagai berikut:

1 : Sama Penting

9 : Mutlak Lebih Penting

3 : Sedikit Lebih Penting

2, 4, 6, 8 : Apabila Ragu-Ragu Antara
 Dua Nilai Yang Berdekatan

5 : Lebih Penting

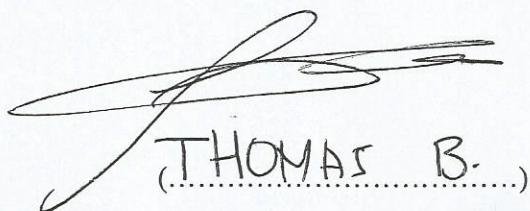
7 : Sangat Lebih Penting

Perbandingan Antar prioritas pembelian

1. prioritas

KRITERIA	NILAI PERBANDINGAN																		KRITERIA
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9		
LOKASI							✓												EKONOMI
LOKASI										✓									BANGUNAN
LOKASI										✓									DEVELOPER
LOKASI											✓								LEGALITAS
EKONOMI											✓								BANGUNAN
EKONOMI											✓								DEVELOPER
EKONOMI											✓								LEGALITAS
BANGUNAN								✓											DEVELOPER
BANGUNAN									✓										LEGALITAS
DEVELOPER									✓										LEGALITAS

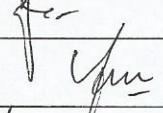
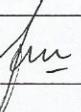
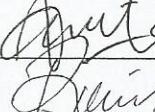
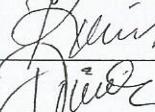
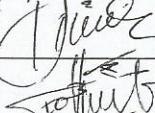
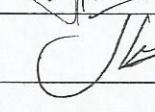
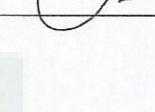
Yogyakarta, Mei 2015



(THOMAS B.)

Notulensi
FGD Pertama

1. Tema : Menggali apa yang menjadi keinginan konsumen
2. Tanggal : membeli condotel
3. Tempat : 16 Mei 2015
4. Peserta : Class Room Majestic Land Yogyakarta

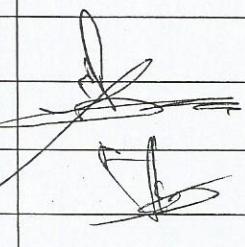
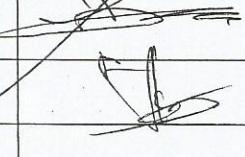
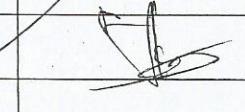
No	Nama	Jabatan	Paraf
1.	Wisnu Cahya H.	Direktor	
2.	Thomas B.	Head of Sales	
3.	Kukuh P.	Head Sales	
4.	Maria Kurnia S.	M Team Sales	
5.	Yeni Maya	Mm Sales	
6.	Surya	Agent	
7.	Rika Setia W.	konsumen	
8.	Rwi Taat	konsumen	
9.	Rita S.	konsumen	
10.	Uwais Y.	Peneliti	

5. Hasil :

No	Hasil
1.	Lokasi yang strategis
2.	Hilai benefit yang tinggi
3.	Roi lebih tinggi dengan investasi yg lain
4.	Tawaran program yang menarik
5.	Harga dan cara bayar
6.	Arsitek , Design dan konsep Hotel /Bangunan
7.	Kontraktor terpercaya seperti BUMN
8.	Asuransi
9.	Kepercayaan terhadap Developer
10.	Relayaran yang baik
11.	Pengelola (Operator) bangunan & Hotel
12.	Legalitas proyek dan AJB
13.	Capital Gain Tinggi dan BER cepat.
14.	Bagi Hasil / sharing profit yang menguntungkan
15.	
16.	
17.	
18.	
19.	
20.	

Notulensi
FGD Kedua

1. Tema : Merumuskan Atribut konsumen ke dalam Variabel
2. Tanggal : Prioritas
3. Tempat : 18 Mei 2015
4. Peserta : Ruang Meeting A-1 Majestic Land YK

No	Nama	Jabatan	Paraf
1.	Wisnu Cahya H	Direktur	
2.	Thomas B.	Head of Sales	
3.	Kukuh Prayitno	M. Head Sales	
4.			
5.			
6.			
7.			
8.			
9.			
10.			

5. Hasil :

No	Hasil
1.	Lokasi
2.	Bangunan
3.	Developer
4.	Ekonomi
5.	Legal
6.	
7.	
8.	
9.	
10.	
11.	
12.	
13.	
14.	
15.	
16.	
17.	
18.	
19.	
20.	

Hasil Perbandingan Berpasangan Responden 1 (Wisnu Cahya Nugraha)

HasilKusioner

	Lokasi	Ekonomi	Bangunan	Developer	Legalitas
Lokasi	1.000	0.143	0.200	1.000	1.000
Ekonomi	7.000	1.000	3.000	7.000	7.000
Bangunan	5.000	0.333	1.000	5.000	5.000
Developer	1.000	0.143	0.200	1.000	1.000
Legalitas	1.000	0.143	0.200	1.000	1.000
Total	15.000	1.762	4.600	15.000	15.000

Normalisasi

	Lokasi	Ekonomi	Bangunan	Developer	Legalitas	
Lokasi	0.067	0.081	0.043	0.067	0.067	0.064912
Ekonomi	0.467	0.568	0.652	0.467	0.467	0.523948
Bangunan	0.333	0.189	0.217	0.333	0.333	0.281316
Developer	0.067	0.081	0.043	0.067	0.067	0.064912
Legalitas	0.067	0.081	0.043	0.067	0.067	0.064912
						1

					Bobot	Hasil
1.000	0.143	0.200	1.000	1.000	0.064912	0.325849
7.000	1.000	3.000	7.000	7.000	0.523948	2.731046
5.000	0.333	1.000	5.000	5.000	X 0.281316	= 1.429644
1.000	0.143	0.200	1.000	1.000	0.064912	0.325849
1.000	0.143	0.200	1.000	1.000	0.064912	0.325849

EIGEN VALUE

MAX

5.0708

CI = 0.0177

Cr = 0.015804

Tabel 2.3 Nilai Indeks Random (RI)

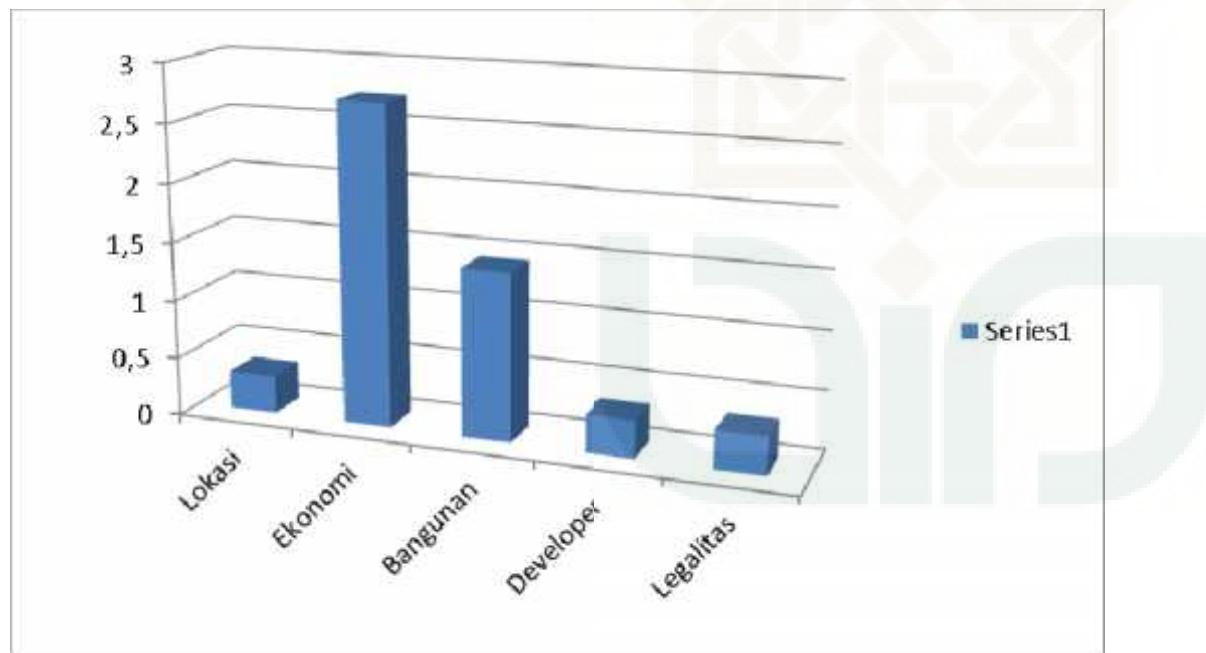
$$CI = \frac{(\lambda_{\text{max}} - n)}{(n-1)}$$

$$CR = \frac{CI}{RI}$$

Ukuran Matriks	1.2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
RI	0,00	0,58	0,90	1,12	1,24	1,32	1,41	1,45	1,49	1,51	1,48	1,56	1,58	1,59

HasilTabel

Lokasi	0.325848582
Ekonomi	2.731045828
Bangunan	1.429643557
Developer	0.325848582
Legalitas	0.325848582



Hasil Perbandingan Berpasangan Responden 2 (Wisnu Tri Anggoro)

	Lokasi	Ekonomi	Bangunan	Developer	legalitas
Lokasi	1.000	0.333	0.500	0.500	0.500
Ekonomi	3.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Bangunan	2.000	1.000	1.000	0.333	2.000
Developer	2.000	1.000	3.000	1.000	2.000
Legalitas	2.000	1.000	0.500	0.500	1.000
total	10.000	4.333	6.000	3.333	6.500

Normalisasi

	Lokasi	Ekonomi	Bangunan	Developer	legalitas		
Lokasi	0.100	0.077	0.083	0.150	0.077	0.097436	
Ekonomi	0.300	0.231	0.167	0.300	0.154	0.230256	
Bangunan	0.200	0.231	0.167	0.100	0.308	0.201026	
Developer	0.200	0.231	0.500	0.300	0.308	0.307692	
Legalitas	0.200	0.231	0.083	0.150	0.154	0.16359	
						1	

						Bobot		Hasil
1.000	0.333	0.500	0.500	0.500		0.097436		0.510342
3.000	1.000	1.000	1.000	1.000		0.230256		1.194872
2.000	1.000	1.000	0.333	2.000	X	0.201026	=	1.055897
2.000	1.000	3.000	1.000	2.000		0.307692		1.663077
2.000	1.000	0.500	0.500	1.000		0.16359		0.843077

EIGEN VALUE

MAX

5.247637

CI = 0.061909

Cr = 0.055276

Tabel 2.3 Nilai Indeks Random (RI)

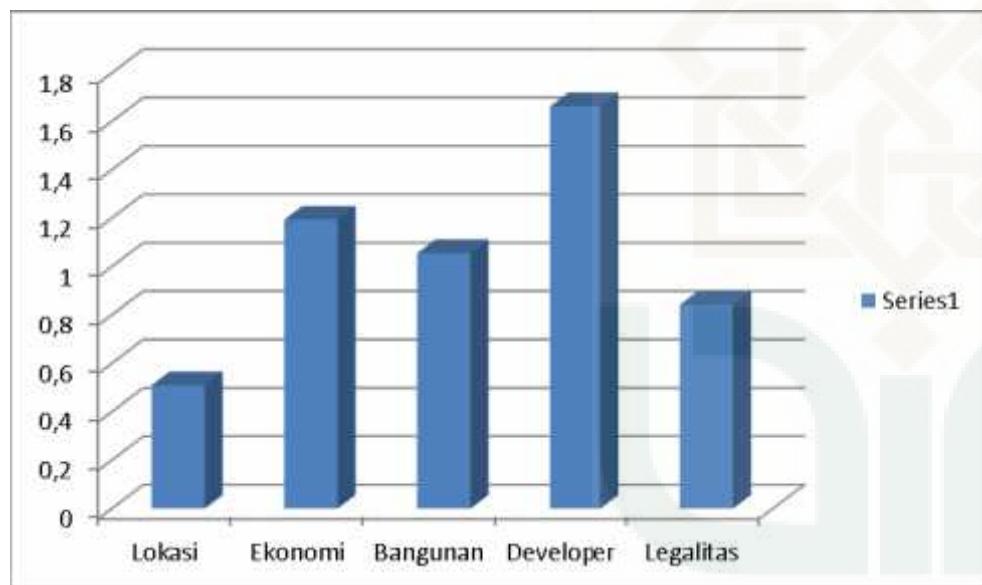
$$CI = \frac{(\lambda_{\text{max}} - n)}{(n-1)}$$

$$CR = \frac{CI}{RI}$$

Ukuran Matriks	1,2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
RI	0,90	0,58	0,90	1,12	1,24	1,32	1,41	1,45	1,49	1,51	1,48	1,56	1,58	1,59

HasilTabel

Lokasi	0.51034188
Ekonomi	1.194871795
Bangunan	1.055897436
Developer	1.663076923
Legalitas	0.843076923



Hasil Perbandingan Berpasangan Responden 3 (Thomas Bintang Barid Barnabas)

	Lokasi	Ekonomi	Bangunan	Developer	legalitas
Lokasi	1.000	0.333	1.000	1.000	2.000
Ekonomi	3.000	1.000	2.000	2.000	2.000
Bangunan	1.000	0.500	1.000	0.500	0.500
Developer	1.000	0.500	2.000	1.000	0.500
Legalitas	0.500	0.500	2.000	2.000	1.000
total	6.500	2.833	8.000	6.500	6.000

Normalisasi

	Lokasi	Ekonomi	Bangunan	Developer	legalitas	
Lokasi	0.154	0.118	0.125	0.154	0.333	0.176735
Ekonomi	0.462	0.353	0.250	0.308	0.333	0.341101
Bangunan	0.154	0.176	0.125	0.077	0.083	0.123115
Developer	0.154	0.176	0.250	0.154	0.083	0.163499
Legalitas	0.077	0.176	0.250	0.308	0.167	0.195551
						1

1.000	0.333	1.000	1.000	2.000
3.000	1.000	2.000	2.000	2.000
1.000	0.500	1.000	0.500	0.500
1.000	0.500	2.000	1.000	0.500
0.500	0.500	2.000	2.000	1.000

	Bobot	Hasil
X	0.176735	0.96815
	0.341101	1.835633
	0.123115	= 0.649925
	0.163499	0.854789
	0.195551	1.027696

EIGEN VALUE

MAX

5.324399

CI = 0.0811

Cr = 0.07241

Tabel 2.3 Nilai Indeks Random (RI)

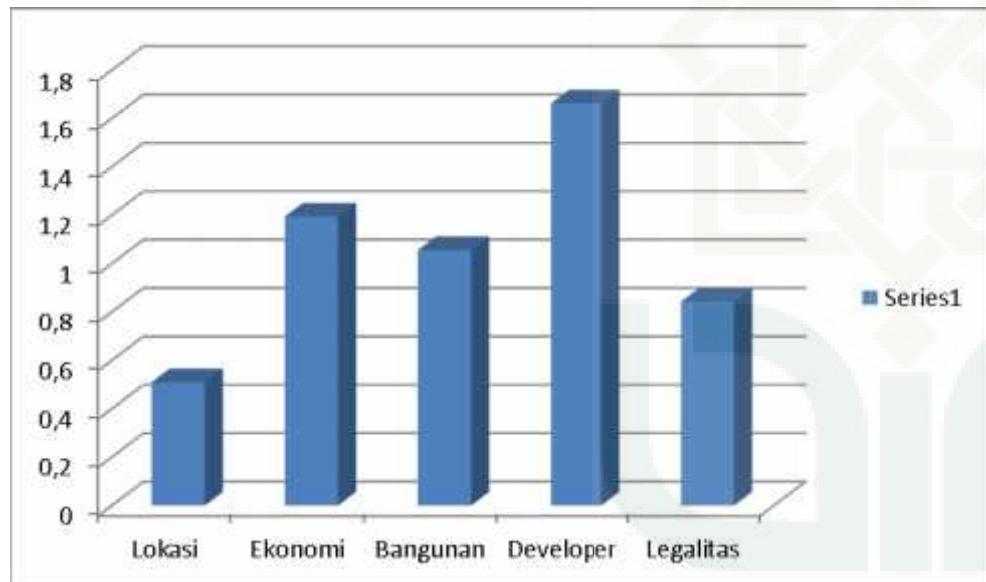
$$CI = \frac{(\lambda_{\text{max}} - n)}{(n-1)}$$

$$CR = \frac{CI}{RI}$$

Ukuran Matriks	1,2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
RI	0,00	0,58	0,90	1,12	1,24	1,32	1,41	1,45	1,49	1,51	1,48	1,56	1,58	1,59

HasilTabel

Lokasi	0.968149824
Ekonomi	1.835633484
Bangunan	0.649924585
Developer	0.854788839
Legalitas	1.027696078



Hasil Perhitungan Gabungan/Geometris Kuesioner

	Lokasi	Ekonomi	Bangunan	Developer	legalitas
Lokasi	1.000	0.270	0.567	0.833	1.167
Ekonomi	4.333	1.000	2.000	3.333	3.333
Bangunan	2.667	0.611	1.000	1.944	2.500
Developer	1.333	0.548	1.733	1.000	1.167
Legalitas	1.167	0.548	0.900	1.167	1.000
total	10.500	2.976	6.200	8.278	9.167

Normalisasi

	Lokasi	Ekonomi	Bangunan	Developer	legalitas	
Lokasi	0.095	0.091	0.091	0.101	0.127	0.101049
Ekonomi	0.413	0.336	0.323	0.403	0.364	0.36752
Bangunan	0.254	0.205	0.161	0.235	0.273	0.225644
Developer	0.127	0.184	0.280	0.121	0.127	0.167726
Legalitas	0.111	0.184	0.145	0.141	0.109	0.138061
						1

1.000	0.270	0.567	0.833	1.167
4.333	1.000	2.000	3.333	3.333
2.667	0.611	1.000	1.944	2.500
1.333	0.548	1.733	1.000	1.167
1.167	0.548	0.900	1.167	1.000

EIGEN VALUE

MAX

6.215342

CI = 0.303835

Cr = 0.271282

	Bobot	Hasil
X	0.101049	0.628929
	0.36752	2.275978
	0.225644	= 1.39099
	0.167726	1.055906
	0.138061	0.855973

Tabel 2.3 Nilai Indeks Random (RI)

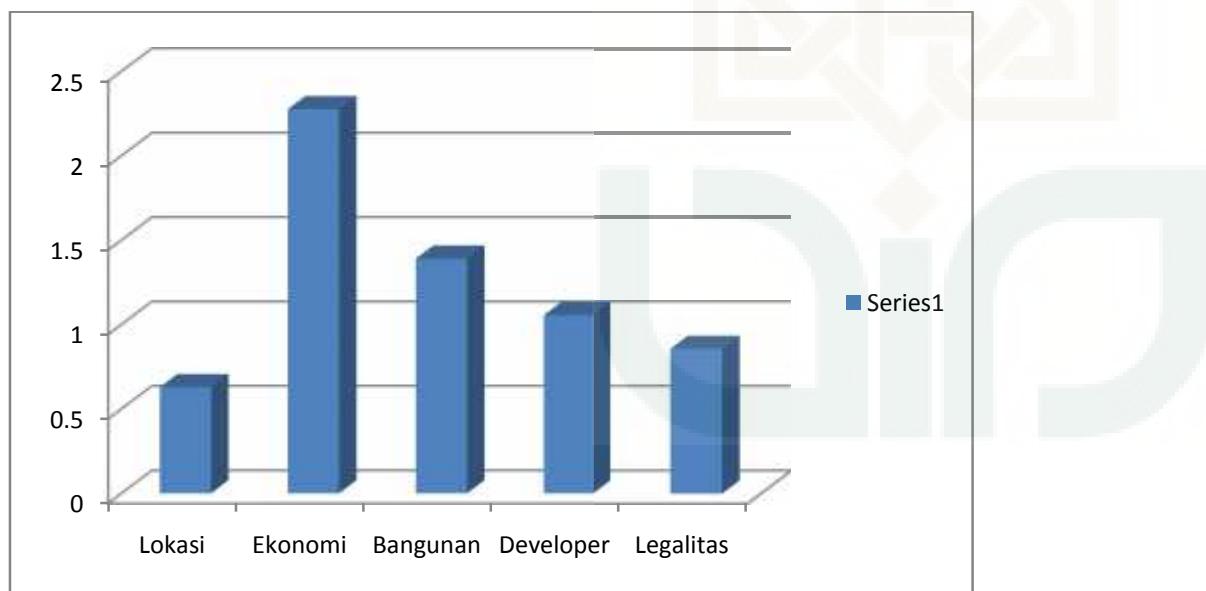
$$CI = \frac{(\lambda_{\text{max}} - n)}{(n-1)}$$

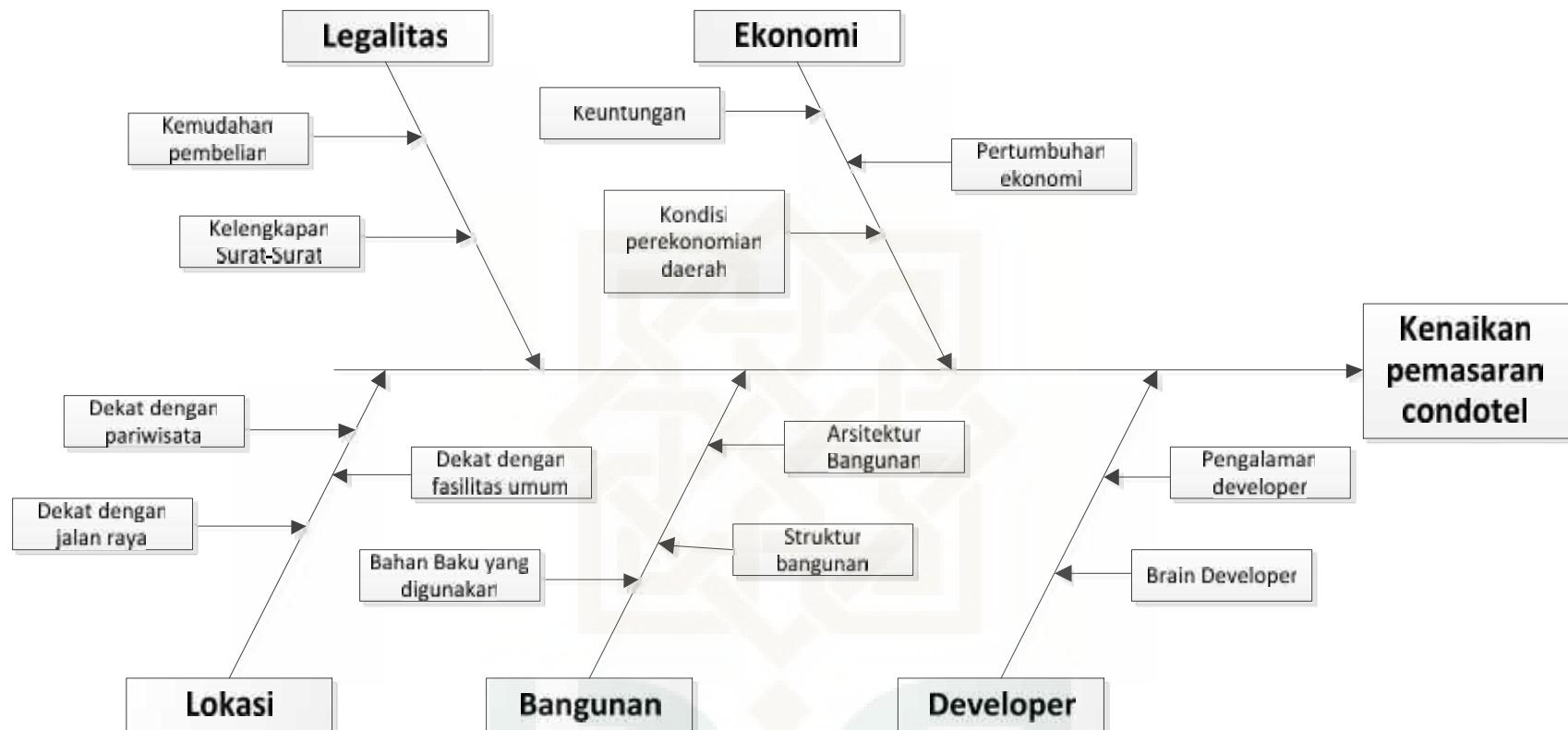
$$CR = \frac{CI}{RI}$$

Ukuran Matriks	1,2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
RI	0,00	0,58	0,90	1,12	1,24	1,32	1,41	1,45	1,49	1,51	1,48	1,56	1,58	1,59

HasilTabel

Lokasi	0.628928821
Ekonomi	2.2759777
Bangunan	1.390990211
Developer	1.055906198
Legalitas	0.855972537





HASIL WAWANCARA

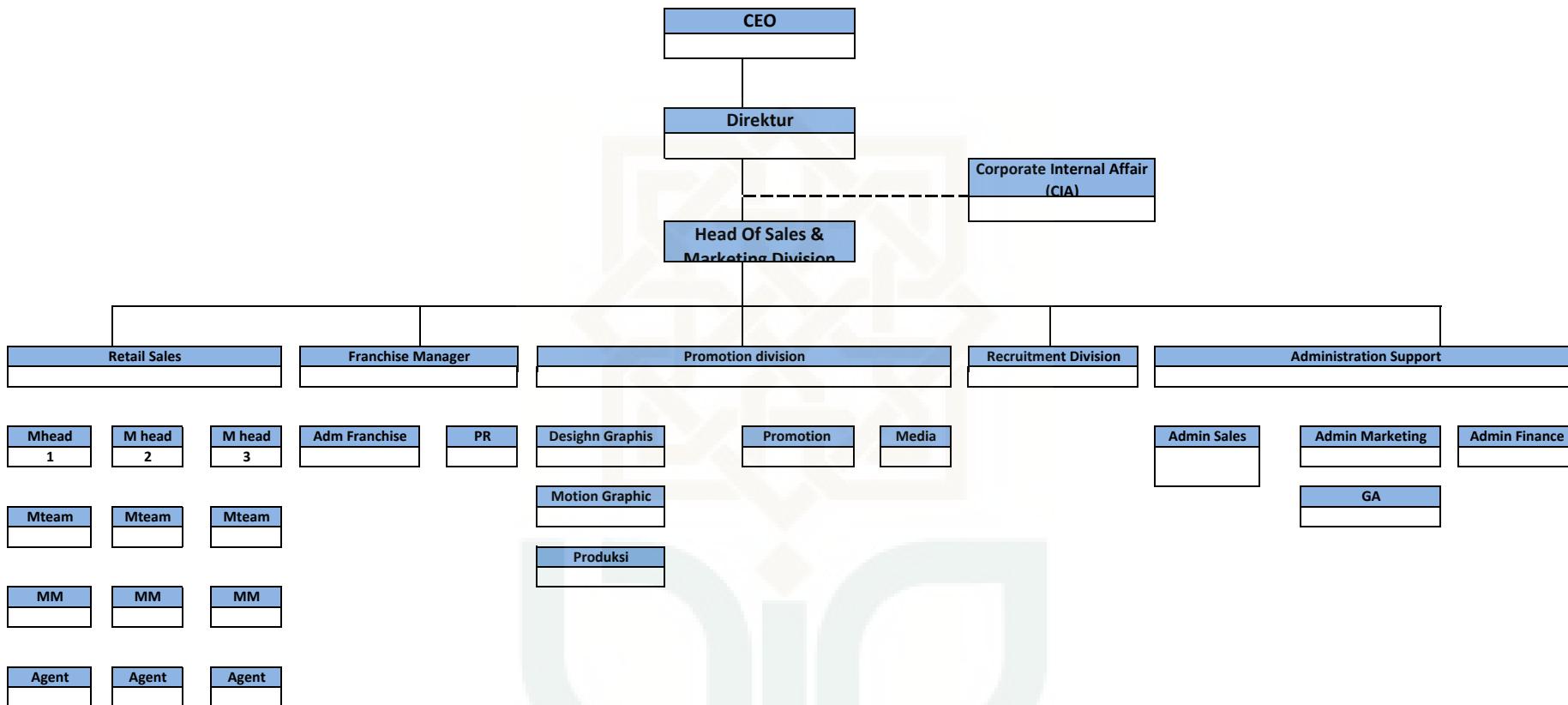
Wawancara dengan Bapak Wisnu Cahya Nugraha sebagai Direktur PT. Graha Anggoro Jaya (Majestic Land) Yogyakarta bagaimana upaya meningkatkan pemasaran condotel?

Developer	Di dalam pembangunan condotel di upayakan ditangani oleh developer yang berpengalaman di bidangnya dan mempunyai citra yang baik dan tidak bermasalah.
Ekonomi	Faktor Ekonomi ini mempunyai tingkat kepentingan no 2, hal yang mempengaruhi faktor ini adalah kondisi perekonomian daerah yang akan mempengaruhi pertumbuhan perekonomian daerah terebut dan akan berpengaruh juga pada daya beli masyarakat dan akan berpengaruh juga pada peningkatan penjualan berikutnya condotel.
Bangunan	Faktor bangunan dipengaruhi oleh desain arsitektur bangunan dan disain interior serta struktur bangunan. Salah satu strategi meningkatkan nilai pasar pada sebuah condotel adalah bagaimana tampak disain bangunan. Halselanjutnya adalah disain dalam (interior) serta kualitas bangunan itu sendiri.
Legalitas	Legalitas menjadi faktor yang diinginkan oleh konsumen, konsumen ingin adanya kemudahan dalam transaksi pembayaran dan kejelasan surat-surat yang ada (sertifikat tanah, IMB, dan pajak yang terkait)
Lokasi	Hal yang diperhatikan oleh konsumen di dalam pembelian condotel adalah aspek lokasi, di dalam aspek/atribut ini adalah kedekatan dengan pariwisata, kedekatan aspek jalan, kedekatan dengan fasilitas umum, kedekatan dengan area

pertokoan, sekolah, kampus, area pendidikan dan pusat keramaian kota.



Sales & Marketing Division



CURICULUM VITAE

Nama : Uwais Yakub

TTL : Kebumen, 03 Agustus 1989

Jenis Kelamin : Laki- laki

Prodi/Fakultas/Universitas : Teknik Industri / Sains dan Teknologi
UIN Sunan Kalijaga

Alamat Rumah : Tanahsari, Kec/Kab. Kebumen, Jawa Tengah

Alamat Email : uwaisyakub@gmail.com

No Telp : 081915000217

Latar Belakang Pendidikan :

- 1996-2001 : SD Tanahsari.
- 2001-2004 : MTs Pabelan.
- 2004-2008 : MA Pabelan.
- 2008-sekarang : Program Studi Teknik Industri Fakultas Sains & Teknologi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Motto Hidup : Siapa yang bersungguh-sungguh pasti dapat