

TINGKAT KEPUASAN MASYARAKAT TENTANG ALUN-ALUN KOTA BANDUNG SEBAGAI RUANG TERBUKA PUBLIK

GRACIA PAULINA MUA, TATANG SUHERI

Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota, Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer
Universitas Komputer Indonesia

Alun-Alun Kota Bandung merupakan salah satu ruang publik yang banyak dikunjungi oleh masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur tingkat kepuasan masyarakat tentang Alun-Alun Bandung sebagai ruang terbuka publik berdasarkan kualitas pelayanan dan fasilitas yang ada di Alun-Alun serta melihat hubungan antara karakteristik masyarakat dan tingkat kepuasan masyarakat. Penelitian ini menggunakan metode analisis gap dan analisis crosstab..

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengguna alun-alun sebagian besar pengunjung adalah perempuan yang sebagian besar berasal dari luar Kota Bandung, dengan kelompok usia 21-30 tahun, yang merupakan pelajar dan mahasiswa. Berdasarkan frekuensi kunjungan, sebagian besar masyarakat sudah mengunjungi alun-alun sebanyak lebih dari 4 kali dengan tujuan mengunjungi hanya menikmati suasana dan beristirahat. Dilihat dari tingkat kepuasan masyarakat, semua nilai gap negatif, yang artinya kepuasan yang diharapkan masyarakat lebih besar dari yang dirasakan sekarang sehingga perlu dilakukan perbaikan.

Berdasarkan hasil analisis crosstab, antara karakteristik masyarakat dan tingkat kepuasan masyarakat, diketahui bahwa karakteristik masyarakat yang saling berhubungan adalah asal tempat tinggal dan kebersihan lokasi, asal tempat tinggal dan kepedulian petugas, jenis pekerjaan dan kepedulian petugas, tingkat pendidikan dan tempat parkir, tingkat pendapatan dan kenyamanan, waktu kunjungan dan biaya transportasi, waktu kunjungan dan fasilitas bermain dan olahraga, waktu kunjungan dan kebersihan lokasi, waktu kunjungan dan kebersihan toilet, aktivitas yang dilakukan dan tempat parkir, aktivitas yang dilakukan dan jumlah toilet, aktivitas yang dilakukan dan keamanan, aktivitas yang dilakukan dan kenyamanan, aktivitas yang dilakukan dan kebersihan toilet, aktivitas yang dilakukan dan kepedulian petugas.

Keywords : *Smart lighting, LED, sensor cahaya, sensor ultrasonik*

PENDAHULUAN

Di berbagai kota di Indonesia, baik kota besar maupun kota kecil, pembangunan fisik berlangsung dengan pesat. Hal ini didorong oleh adanya pertumbuhan

penduduk dan aktivitas ekonomi yang semakin tinggi. Pada situasi menghadapi berbagai masalah fisik alam tersebut, tuntutan kebutuhan kualitas udara yang baik, kenyamanan dan kebutuhan ruang terbuka semakin meningkat seiring dengan

peningkatan jumlah penduduk dan aktivitasnya (Sumarmi, 2012).

Peran ruang publik bagi masyarakat perkotaan sangat penting. Ruang publik merupakan sarana bagi masyarakat untuk melakukan suatu aktivitas yang berhubungan dengan kegiatan rekreasi ataupun hiburan, dan tentu saja kegiatan-kegiatan tersebut mengarah kepada jenis kegiatan yang berhubungan dengan kegiatan sosial masyarakat (Shirvani, 1985).

Pentingnya peranan ruang terbuka bagi kehidupan masyarakat menjadi salah satu alasan yang mendasari Pemerintah Kota Bandung untuk melakukan revitalisasi taman-taman yang ada di Bandung. Hal itu dilakukan untuk menarik minat masyarakat agar dapat memanfaatkan taman kota sebagai ruang publik dan juga untuk mengurangi pemanfaatan taman kota yang cenderung menyimpang dari fungsinya. Alun-alun merupakan ruang terbuka publik yang utama yang dijadikan sebagai pusat Kota Bandung yang dimanfaatkan masyarakat sebagai ruang dan tempat favorit masyarakat untuk melakukan berbagai aktifitas.

Taman ini memiliki daya tarik yang kuat sehingga banyak dikunjungi oleh masyarakat. Pengunjung yang datang ke taman ini tentu memiliki persepsi dan preferensi masing-masing terkait dengan fasilitas yang disediakan, sehingga perlu dilakukan penelitian mengenai tingkat kepuasan masyarakat terhadap fasilitas yang disediakan di taman ini. Hal ini untuk menilai atau mengevaluasi kinerja pemerintah untuk mempertahankan fungsi alun-alun yaitu sebagai ruang publik yang memiliki peranan utama dalam menyelaraskan pola kehidupan manusia.

Permasalahan-permasalahan tersebut menimbulkan beberapa pertanyaan yang harus dijawab dalam penelitian ini, yaitu:

- Bagaimana karakteristik pengguna ruang terbuka publik Alun-Alun Kota Bandung ?
- Bagaimana tingkat kepuasan masyarakat tentang Alun-Alun Kota Bandung sebagai ruang terbuka publik ?
- Bagaimana hubungan antara karakteristik masyarakat dan tingkat kepuasan masyarakat tentang Alun-Alun Kota Bandung sebagai ruang terbuka publik ?

Tujuan dari penelitian ini, yaitu untuk mengukur tingkat kepuasan masyarakat tentang Alun-Alun Kota Bandung sebagai ruang terbuka publik dengan sasaran penelitian sebagai berikut:

- Teridentifikasinya karakteristik pengguna ruang terbuka publik Alun-Alun Kota Bandung.
- Teridentifikasinya tingkat kepuasan masyarakat tentang Alun-Alun Kota Bandung sebagai ruang terbuka publik.
- Teridentifikasinya hubungan antara karakteristik masyarakat dan tingkat kepuasan masyarakat tentang Alun-Alun Kota Bandung sebagai ruang terbuka publik.

Ruang lingkup wilayah studi pada penelitian ini adalah Alun-Alun Kota Bandung yang terletak di Jalan Alun-Alun Timur, Kelurahan Balonggede, Kecamatan Regol, Kota Bandung, Jawa Barat.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Ruang Terbuka

Menurut Peraturan Menteri No. 5 Tahun 2008, ruang terbuka didefinisikan sebagai ruangnya dalam kota atau wilayah yang lebih luas, baik dalam bentuk area/kawasan, maupun dalam bentuk area memanjang/jalur, dimana penggunaannya lebih bersifat terbuka yang pada dasarnya tanpa bangunan. Berdasarkan tutupan lahan dan fungsinya, ruang terbuka dapat diklasifikasikan menjadi 2 jenis, yaitu Ruang

Terbuka Hijau (RTH) dan Ruang Terbuka Non Hijau (RTNH).

2. Ruang Publik

Ruang publik merupakan tempat bagi masyarakat untuk berinteraksi satu sama lain dan tidak memiliki batasan ruang ataupun waktu. Oleh karena itu, dapat diartikan sebagai ruang untuk masyarakat secara bebas melakukan berbagai kegiatan dengan rasa tenang, nyaman dan tanpa tekanan dari siapapun (Carr, 1992).

3. Tipologi Ruang Publik

Pada saat ini, jenis ruang publik sangat beragam yang menggambarkan bahwa bentuk kegiatan manusia semakin berkembang dan beragam. Dilihat dari jenis kegiatannya, jenis ruang publik terbagi menjadi dua, yaitu:

- a. Ruang publik aktif
- b. Ruang publik pasif

4. Tingkat Kepuasan

Pada dasarnya pengertian kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara tingkat kepentingan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Engel (1990) dan Pawitra (1993) mengatakan bahwa pengertian tersebut dapat ditetapkan dalam penilaian kepuasan atau ketidakpuasan terhadap satu objek tertentu.

METODE PENELITIAN

1. Variabel Penelitian

Variabel-variabel yang digunakan dalam memperoleh informasi yang berkaitan dengan studi penelitian ini yaitu dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 1. Sasaran dan Variabel Penelitian

Sasaran	Variabel
Sasaran 1	<p>Karakteristik Pengguna Jenis kelamin, kelompok usia, asal tempat tinggal, tingkat pendapatan.</p> <p>Karakteristik Pemanfaatan Frekuensi kunjungan, waktu kunjungan, aktivitas yang dilakukan, lama kunjungan.</p>
Sasaran 2	<p>Aksesibilitas Kemudahan ke lokasi, biaya transportasi</p> <p>Fasilitas Tempat parkir, jumlah toilet, fasilitas bermain dan fasilitas olahraga.</p> <p>Manajemen Keamanan, kenyamanan, kebersihan lokasi, kebersihan toilet, kepedulian petugas.</p>
Sasaran 3	<p>Karakteristik pengguna</p> <p>Karakteristik pemanfaatan</p> <p>Variabel kepuasan</p>

Sumber : Hasil Analisis, 2017

2. Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan dua jenis metodologi pengumpulan data, yaitu data primer dari kuesioner.

3. Metode Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah sampel acak sederhana (*simple random sampling*). Teknik ini termasuk *probability sampling*, artinya tiap unit populasi memiliki peluang/kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi responden.

4. Metode Analisis Data

Beberapa metode analisis yang digunakan dalam studi ini adalah

Tabel 2. Sasaran dan Variabel Penelitian

Sasaran	Metode Analisis
Sasaran 1	Analisis deskriptif kualitatif Analisis ini digunakan untuk menjabarkan hasil observasi lapangan terhadap objek studi.
Sasaran 2	Analisis GAP Analisis ini digunakan untuk melihat kesenjangan antara kinerja suatu atribut dengan harapan konsumen terhadap atribut tersebut.
Sasaran 3	Analisis Crosstab Analisis ini digunakan untuk melihat hubungan antara karakteristik pengguna taman dan tingkat kepuasan masyarakat tentang Alun-Alun Kota Bandung sebagai ruang terbuka publik.

Sumber : Hasil Analisis, 2017

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Identifikasi Karakteristik Pengguna Alun-Alun

Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan serta hasil pengisian kuesioner oleh pengunjung alun-alun, karakteristik masyarakat dapat dikategorikan sebagai berikut.

a. Jenis kelamin, usia dan asal pengunjung

Berdasarkan jenis kelamin, sebagian besar pengunjung yaitu perempuan dengan persentase 52% dan laki-laki sebesar 48%,

dengan kelompok usia sebagian besar usia 21-30 tahun dengan persentase 52%.

Lokasi alun-alun yang berada di pusat kota dan juga berdekatan dengan Masjid Raya Bandung, sehingga taman ini selalu ramai dikunjungi oleh masyarakat. Dari hasil survey, sebagian besar pengunjung berasal dari luar Kota Bandung dengan persentase 62%. Hal ini menunjukkan bahwa daya tarik alun-alun mampu menarik pengunjung dari luar kota untuk mengunjungi dan memanfaatkan ruang terbuka publik.

b. Pendidikan terakhir, pekerjaan dan pendapatan

Berdasarkan hasil kuesioner, karakteristik masyarakat yang mengunjungi alun-alun berdasarkan tingkat pendidikan terakhir didominasi oleh tingkat pendidikan SMA dengan persentase 60% dan masih berstatus sebagai mahasiswa dengan persentase 50%. Berdasarkan tingkat pendapatan, sebagian besar memiliki pendapatan < Rp 2.000.000 dengan persentase 46%.

c. Frekuensi kunjungan, waktu kunjungan dan tujuan kunjungan

Masyarakat yang datang ke alun-alun, baik laki-laki maupun perempuan dipengaruhi oleh pekerjaan dan lokasi alun-alun yang berada di pusat kota, sehingga memungkinkan bagi masyarakat untuk berkunjung sesering mungkin. Dari hasil observasi, sebagian besar masyarakat sudah mengunjungi alun-alun sebanyak lebih dari 4 kali dan memilih berkunjung di malam hari dengan tujuan untuk sekedar melihat, duduk-duduk dan beristirahat.

2. Analisis Tingkat Kepuasan

Apabila dilihat berdasarkan hasil analisis persepsi dan preferensi pengunjung terhadap kualitas pelayanan dan fasilitas yang tersedia di Alun-Alun Bandung, maka dapat diketahui bahwa kinerja atribut pada

umumnya yang ditawarkan oleh pihak pengelola Alun-Alun, yaitu pemerintah Kota Bandung masih berada di bawah harapan responden. Melalui analisis kesenjangan

(gap) beberapa atribut yang terdapat di bawah nilai rata-rata selisih bobot merupakan atribut yang perlu diprioritaskan untuk diperbaiki.

Tabel 3. Bobot Kesenjangan (Gap)

ATRIBUT	BOBOT PERSEPSI	BOBOT PREFERENSI	GAP
Kemudahan ke lokasi	381	428	-0.47
Biaya transportasi ke lokasi	349	412	-0.63
Tempat parkir	319	426	-1.07
Jumlah toilet	316	434	-1.18
Fasilitas olahraga dan fasilitas bermain anak	355	433	-0.78
Keamanan	347	429	-0.82
Kenyamanan	355	437	-0.82
Kebersihan lokasi	331	440	-1.09
Kebersihan toilet	302	425	-1.23
Kepedulian petugas	311	422	-1.11

Sumber : Hasil Analisis, 2017

Gambar di atas menunjukkan nilai gap dari masing-masing atribut kepuasan ruang terbuka publik. Dari hasil perhitungan tersebut, nilai gap yang paling besar merupakan prioritas utama yang harus diperbaiki.

3. Hubungan Antara Karakteristik Masyarakat dan Tingkat Kepuasan (GAP)

Untuk melihat hubungan dari beberapa variabel tersebut, maka analisis yang digunakan adalah analisis *crosstab* yang merupakan analisis tabulasi silang atau tabel kontingensi yang digunakan untuk mengidentifikasi dan mengetahui apakah ada hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lain.

Pada analisis ini, nilai gap kepuasan masyarakat dibagi menjadi 2 (dua), yaitu tidak puas dan sedikit puas. Klasifikasi tersebut didasarkan pada nilai range keseluruhan.

Tabel 4. Klasifikasi Nilai Gap responden

Nilai Gap	Ket
(-0.24) – (-0.02)	Tidak Puas
(-0.02) – (0.21)	Sedikit Puas

Sumber : Hasil Analisis, 2017

Untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara karakteristik masyarakat dengan nilai gap persepsi dan preferensi masyarakat, dilihat dari nilai probabilitas.

$P(0,05) < \text{Hipotesis alternatif diterima}$

$p(0,05) > \text{Hipotesis alternatif ditolak}$

Tabel 4. Nilai Probabilitas Karakteristik Masyarakat dan Tingkat Kepuasan (Gap)

Karakteristik Masyarakat	Variabel Tingkat Kepuasan									
	Kemudahan mencapai lokasi	Biaya transportasi	Tempat parkir	Jumlah toilet	Fasilitas bermain dan fasilitas olahraga	Keamanan	Kenyamanan	Kebersihan lokasi	Kebersihan toilet	Kepedulian petugas
Jenis kelamin	0.360	0.723	0.327	0.521	0.134	0.768	0.119	0.877	0.541	0.560
Kelompok usia	0.946	0.702	0.360	0.705	0.886	0.870	0.287	0.236	0.690	0.311
Asal tempat tinggal	0.316	0.173	0.404	0.226	0.280	0.442	0.192	0.023	0.281	0.023
Tingkat pendidikan	0.784	0.394	0.143	0.911	0.762	0.655	0.800	0.816	0.650	0.519
Jenis pekerjaan	0.723	0.653	0.750	0.907	0.826	0.322	0.675	0.799	0.856	0.039
Tingkat pendapatan	0.892	0.066	0.020	0.290	0.493	0.696	0.047	0.775	0.519	0.550
Frekuensi kunjungan	0.965	0.282	0.631	0.494	0.919	0.154	0.207	0.868	0.108	0.075
Waktu kunjungan	0.085	0.021	0.133	0.115	0.007	0.493	0.249	0.007	0.033	0.599
Aktivitas yang dilakukan	0.374	0.170	0.002	0.024	0.080	0.015	0.014	0.070	0.003	0.010
Lama kunjungan	0.756	0.403	0.110	0.115	0.852	0.116	0.498	0.200	0.231	0.755

Sumber: Hasil Analisis, 2017

= Berhubungan

Dari hasil analisis *Crosstab* atau kontingensi, didapatkan bahwa ada beberapa variabel yang saling berhubungan. Diantaranya sebagai berikut.

- a. Asal tempat tinggal dan kebersihan lokasi dengan nilai probabilitas 0.023. Artinya asal tempat tinggal masyarakat berhubungan pada tingkat kepuasan masyarakat khususnya terhadap kebersihan lokasi.
- b. Asal tempat tinggal dan kepedulian petugas dengan nilai probabilitas 0.023. Artinya asal tempat tinggal masyarakat berhubungan pada tingkat kepuasan masyarakat khususnya terhadap kepedulian petugas terhadap masyarakat.
- c. Jenis pekerjaan dan kepedulian petugas dengan nilai probabilitas 0.039. Artinya jenis pekerjaan masyarakat berhubungan pada tingkat kepuasan masyarakat khususnya terhadap kepedulian petugas terhadap masyarakat.
- d. Tingkat pendapatan dan tempat parkir dengan nilai probabilitas 0.020. Artinya tingkat pendapatan masyarakat berhubungan terhadap tingkat
- e. Tingkat pendapatan dan kenyamanan dengan nilai probabilitas 0.047. Artinya tingkat pendapatan masyarakat berhubungan pada tingkat kepuasan masyarakat khususnya terhadap kenyamanan selama berada di alun-alun.
- f. Waktu kunjungan dan biaya transportasi dengan nilai probabilitas 0.021. Artinya waktu kunjungan masyarakat berhubungan pada tingkat kepuasan masyarakat khususnya terhadap biaya transportasi menuju ke alun-alun.
- g. Waktu kunjungan dan fasilitas bermain dan olahraga dengan nilai probabilitas 0.007. Artinya waktu kunjungan masyarakat berhubungan pada tingkat kepuasan masyarakat khususnya ketersediaan fasilitas bermain dan fasilitas olahraga di alun-alun.
- h. Waktu kunjungan dan kebersihan lokasi dengan nilai probabilitas 0.007. Artinya waktu kunjungan masyarakat berhubungan pada tingkat kepuasan masyarakat khususnya terhadap kebersihan lokasi.

- i. Waktu kunjungan dan kebersihan toilet dengan nilai probabilitas 0.033. Artinya waktu kunjungan masyarakat berhubungan pada tingkat kepuasan masyarakat khususnya terhadap kebersihan toilet.
- j. Aktivitas yang dilakukan dan tempat parkir dengan nilai probabilitas 0.002. Artinya aktivitas yang dilakukan oleh masyarakat berhubungan pada tingkat kepuasan masyarakat khususnya terhadap ketersediaan fasilitas parkir di alun-alun.
- k. Aktivitas yang dilakukan dan jumlah toilet dengan nilai probabilitas 0.024. Artinya aktivitas yang dilakukan oleh masyarakat berhubungan pada tingkat kepuasan masyarakat khususnya terhadap ketersediaan fasilitas toilet di alun-alun.
- l. Aktivitas yang dilakukan dan keamanan dengan nilai probabilitas 0.015. Artinya aktivitas yang dilakukan oleh masyarakat berhubungan pada tingkat kepuasan masyarakat khususnya terhadap keamanan selama berada di alun-alun.
- m. Aktivitas yang dilakukan dan kenyamanan dengan nilai probabilitas 0.014. Artinya aktivitas yang dilakukan oleh masyarakat berhubungan pada tingkat kepuasan masyarakat khususnya terhadap kenyamanan yang dirasakan oleh masyarakat.
- n. Aktivitas yang dilakukan dan kebersihan toilet dengan nilai probabilitas 0.003. Artinya aktivitas yang dilakukan oleh masyarakat berhubungan pada tingkat kepuasan masyarakat khususnya terhadap kebersihan toilet di alun-alun.
- o. Aktivitas yang dilakukan dan kepedulian petugas dengan nilai probabilitas 0.010. Artinya aktivitas yang dilakukan oleh masyarakat berhubungan pada tingkat kepuasan masyarakat khususnya terhadap kepedulian petugas ke masyarakat.

KESIMPULAN

1. Berdasarkan hasil identifikasi kondisi eksisting pemanfaatan Alun-Alun Bandung, diketahui sebagai berikut.
 - Karakteristik pengunjung Alun-Alun Bandung menunjukkan bahwa sebagian besar pengunjung adalah berasal dari Luar Kota Bandung dengan kelompok usia 21-30 tahun, yang sebagian besar merupakan pelajar dan mahasiswa. Berdasarkan frekuensi kunjungan, sebagian besar masyarakat sudah mengunjungi alun-alun sebanyak lebih dari 4 kali.
 - Karakteristik pengunjung Alun-Alun Bandung menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat berkunjung di malam hari dengan tujuan mengunjungi hanya menikmati suasana dan beristirahat dengan lama waktu berkunjung 1-2 jam. Adapun alat transportasi yang digunakan masyarakat untuk mengunjungi alun-alun, yaitu sebagian besar menggunakan kendaraan bermotor dengan biaya transportasi lebih dari Rp.15.000;
2. Berdasarkan analisis tingkat kepuasan masyarakat, dengan melihat *gap* antara persepsi dan preferensi, diketahui sebagai berikut.

Tabel 5. Nilai GAP

Atribut Kepuasan	GAP
Kemudahan ke lokasi	-0.47
Biaya transportasi	-0.63
Tempat parkir	-1.07
Jumlah toilet	-1.18
Fasilitas bermain dan olahraga	-0.78
Keamanan	-0.82
Kenyamanan	-0.82
Kebersihan lokasi	-1.09
Kebersihan toilet	-1.23
Kepedulian petugas	-1.11

Berdasarkan tabel di atas, diketahui nilai gap masing-masing atribut kepuasan bernilai negatif. Hal ini menunjukkan bahwa nilai kinerja atribut kepuasan yang diharapkan masyarakat lebih besar daripada persepsi yang sekarang. Nilai gap paling besar menjadi prioritas utama pemerintah selaku pengelola alun-alun untuk melakukan perbaikan guna meningkatkan kepuasan masyarakat sebagai pengguna ruang publik.

3. Berdasarkan hasil *crosstab contingensi* diketahui bahwa ada variabel karakteristik masyarakat yang memiliki hubungan dengan tingkat kepuasan masyarakat dalam memanfaatkan alun-alun sebagai ruang terbuka publik, antara lain:

- Asal tempat tinggal dan kebersihan lokasi dengan nilai probabilitas 0.023.
- Asal tempat tinggal dan kepedulian petugas dengan nilai probabilitas 0.023.
- Jenis pekerjaan dan kepedulian petugas dengan nilai probabilitas 0.039.
- Tingkat pendapatan dan tempat parkir dengan nilai probabilitas 0.020.
- Tingkat pendapatan dan kenyamanan dengan nilai probabilitas 0.047.
- Waktu kunjungan dan biaya transportasi dengan nilai probabilitas 0.021.
- Waktu kunjungan dan fasilitas bermain dan olahraga dengan nilai probabilitas 0.007.
- Waktu kunjungan dan kebersihan lokasi dengan nilai probabilitas 0.007.
- Waktu kunjungan dan kebersihan toilet dengan nilai probabilitas 0.033.
- Aktivitas yang dilakukan dan tempat parkir dengan nilai probabilitas

0.002.

- Aktivitas yang dilakukan dan jumlah toilet dengan nilai probabilitas 0.024.
- Aktivitas yang dilakukan dan keamanan dengan nilai probabilitas 0.015.
- Aktivitas yang dilakukan dan kenyamanan dengan nilai probabilitas 0.014.
- Aktivitas yang dilakukan dan kebersihan toilet dengan nilai probabilitas 0.003.
- Aktivitas yang dilakukan dan kepedulian petugas dengan nilai probabilitas 0.010.

REKOMENDASI

- Memprioritaskan perbaikan dan penambahan terhadap faktor-faktor yang memiliki kinerja rendah namun dianggap sebagai faktor yang sangat penting oleh masyarakat.
- Mempertahankan fungsi alun-alun dengan baik, sehingga menjadi daya tarik masyarakat untuk berkunjung dan memanfaatkan ruang publik.
- Melakukan evaluasi terhadap kinerja fasilitas yang tersedia di alun-alun sehingga memberikan kenyamanan terhadap pengunjung taman.

DAFTAR PUSTAKA

1. Buku dan Artikel

- Budi Setiawan, 2013. *Menganalisis Statistik Bisnis dan Ekonomi dengan SPSS 21*. Yogyakarta: C.V Andi Offset
- Carmona, Et Al. 2003. *Public Places – Urban Spaces, the Dimension of Urban Design*. Architectural Press.
- Carmona, Et Al. 2008. *Public Space: The Management Dimension*. Routledge, Taylor&Francis Group.New York, USA.
- Dinas Pemakanan dan Pertamanan Kota Bandung, 2015. *Selayang Pandang Taman Tematik Kota Bandung*.

Eko Budihardjo, 2014. *Reformasi Perkotaan: Mencegah Wilayah Urban Menjadi Human Zoo*. Jakarta: Kompas

Freddy Rangkuti, 2002. *Measuring Customer Satisfaction*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Hakim, R dan Utomo, H. 2004. *Komponen Perancangan Arsitektur Lansekap*. Jakarta: Bumi Askara.

Misbahuddin dan Iqbal Hasan, 2013. *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*. Jakarta: Bumi Askara

Prof. Dr. Sumarmi, M.Pd, 2012. *Pengembangan Wilayah Berkelanjutan*. Yogyakarta: Aditya Media

Stephen Carr, et all. 1992. *Public Space*. Cambridge: Cambridge University Press.

2. Tugas Akhir

Siskayati, Diana. Evaluasi Keberadaan dan penggunaan Ruang Terbuka Hijau di Lingkungan Rumah Susun (Studi Kasus: Provinsi DKI Jakarta). *Tugas Akhir*. Departemen Arsitektur Lanskap, Institut Pertanian Bogor.

RA. Yusriana K. Dip. Perilaku Sosial Remaja dalam Memanfaatkan Ruang Publik Perkotaan (Studi Kasus: Taman Kota Benteng Rotterdam). *Tugas Akhir*. Sosiologi, Universitas Hasanuddin, Makasar.

Ahmad Syarif. Analisis Efektifitas dan Kepuasan Penggunaan Ruang Publik di Kawasan Benteng Koto Besak Tepian Sungai Musi Kota Palembang. *Tugas Akhir*. Perencanaan Wilayah dan Kota, UNIKOM, Bandung.

Amalia Citaningthia. A. Persepsi dan

Preferensi Wisatawan Tentang Pelayanan Aspek Sediaan (*supply*) Wisata Ilmiah Kebun Binatang Bandung. *Tugas Akhir*. Perencanaan Wilayah dan Kota, UNIKOM. Bandung.

Riri Endah Lestari. Evaluasi Pemanfaatan Fungsi Taman Tematik Sebagai *Urban Landscape* Dalam Upaya Perwujudan *Green City*. *Tugas Akhir*. Perencanaan Wilayah dan Kota. UNIKOM, Bandung.

3. Jurnal

Aria Dirgantara Putra, Muhammad Azwir, Vera Octaviany, Rasty Nilamsuci, 2015. *Kajian Transformasi Bentuk dan Fungsi Alun-Alun Bandung*. Jurnal Reka Karsa. No 3. Vol 3.

Mehraneh Rayatidamavandi, Mohsen Faizi, Farhang Mozaffar, 2016. *Assessing Design Principles of Urban Parks in Iran for Promoting Women's Satisfaction*. International Journal Of Humanities. Vol 3.

Ahmad Delianur Nasution and Wahyuni Zahrah, 2014. *Community Perception on Public Open Space and Quality of Life in Medan, Indonesia*. Social and Behavioral Sciences. Vol 153.

Syedeh Mahdiyeh Mousavi and Ehsan Zaree Joneidabad, 2015. *Design Principes of Residential Open Space to Promote Children Satisfaction*. Indian Journal of Fundamental and Applied Life Sciences. Vol 5.

Edi Kono., 2012. *Analisis Kepuasan Pelanggan Pada Taman Kota Galuh Mas Karawang*. Jurnal Manajemen. Vol. 9.

Yanuar Akbar Anindita dan Djoko Suwandono. *Perilaku Pengguna Ruang Terbuka Publik Terkait Ketersediaan Akses Internet Pada*

Taman Lansia Bandung. Jurnal Ruang. Vol 1

Sumaiyah Fitriandini, 2014. *Egektivitas Pemanfaatan Taman Kota Lembah Gurame di Kota Depok*. Jurnal Desain Konstruksi. Vol 13

4. Dokumen dan Peraturan Perundang-Undangan Terkait

Departement Pekerjaan Umum. Undang-Undang No.26 Tahun 2007 tentang Penataan Ruang.

Peraturan Menteri Pekerjaan Umum No 5/PRT/M/2008 tentang Pedoman Penyediaan dan Pemanfaatan Ruang Terbuka Hijau Kawasan Perkotaan

Rencana Tata Ruang Wilayah Kota Bandung, 2011-2031

Master Plan Ruang Terbuka Hijau Kota Bandung Tahun 2012-2032