

## ABSTRAK

*Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh gambaran mengenai tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan games center 'X' di Bandung. Penelitian ini dirancang sebagai penelitian deskriptif kuantitatif dengan metode survey dan analisis data dengan teknik distribusi frekuensi.*

*Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan senang atau kecewa yang dimiliki konsumen terhadap suatu pelayanan berdasarkan tingkat kesenjangan / gap antara expected service dan perceived service.*

*Alat ukur yang digunakan merupakan kuesioner yang modifikasi dari alat ukur SERVQUAL yang terdiri dari dua bagian yaitu Expected Service dan Perceived Service. Validitas alat ukur berkisar antara 0,017 sampai 0,783. Koefisien reliabilitas berdasarkan split half method sebesar 0.950, dengan tingkat reliabilitas sangat tinggi. Sampel berjumlah 54 responden yang memiliki karakteristik minimal telah bermain sebanyak tiga kali di games centre 'X'. Teknik pengambilan data menggunakan accidental sampling.*

*Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebanyak 64,8% konsumen merasa kurang puas, 31,5% merasa puas dan 3,7% merasa cukup puas. Kesimpulan yang diperoleh bahwa tingkat kepuasan terhadap kualitas pelayanan yang dirasakan oleh konsumen games center 'X' berbeda-beda, bahkan sebagian besar konsumen merasa kurang puas dengan pelayanan yang diterima. Dari hasil penelitian dapat dilihat bahwa banyaknya bermain dalam satu minggu serta lamanya bermain dalam sekali datang mempengaruhi kekurangpuasan konsumen.*

*Sehingga bagi pihak games center disarankan untuk melakukan pelatihan standar kualitas pelayanan kepada karyawan untuk memberikan pengetahuan, wawasan serta sikap yang baik kepada karyawan itu sendiri. Bagi karyawan disarankan untuk meningkatkan keramahan dan juga kesigapan selama melayani konsumen, agar konsumen tetap merasa nyaman selama berada di games center X. Berdasarkan hasil penelitian, disarankan juga bagi peneliti lain untuk meneliti lebih mendalam mengenai dimensi empathy.*

## DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR .....	ii
DAFTAR ISI .....	iv
DAFTAR BAGAN .....	viii
DAFTAR TABEL .....	ix
DAFTAR LAMPIRAN .....	x

### BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	8
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian .....	8
1.3.1 Maksud penelitian .....	8
1.3.2 Tujuan penelitian .....	8
1.4 Kegunaan Penelitian .....	9
1.4.1 Kegunaan ilmiah .....	9
1.4.2 Kegunaan praktis .....	9
1.5 Kerangka Pemikiran .....	10
1.6 Asumsi .....	24

### BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Teori Tentang Jasa .....	25
2.1.1 Pengertian Jasa .....	25

2.1.2 Kualitas Jasa .....	25
2.1.2.1 Expected Service .....	26
2.1.2.2 Perceived Service .....	28
2.1.3 Model Kualitas Jasa .....	29
2.1.4 Dimensi Kualitas Jasa .....	31
2.2 Kepuasan Konsumen .....	33
2.2.1 Pengertian Kepuasan Konsumen .....	33
2.3 Teori tentang Persepsi.....	36

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

3.1 Rancangan Penelitian .....	37
3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	37
3.2.1 Variabel Penelitian .....	37
3.2.2 Definisi Operasional .....	38
3.3 Alat ukur.....	39
3.3.1 Kuesioner Kepuasan Konsumen.....	39
3.3.2 Sistem Penilaian.....	40
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian.....	41
3.4.1 Karakteristik Populasi .....	41
3.4.2 Karakteristik Sampel .....	41
3.4.3 Teknik Sampling .....	41
3.5 Uji Coba Alat Ukur.....	42
3.5.1 Validitas Alat Ukur .....	42

3.5.2 Reliabilitas Alat Ukur .....	43
3.6 Teknik Analisis .....	45
3.7 Data Pribadi dan Data Penunjang .....	46
3.7.1 Data Pribadi .....	46
3.7.2 Data Penunjang .....	46

## **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

4.1 Gambaran subyek penelitian .....	48
4.1.1 Usia responden .....	48
4.1.2 Lamanya responden bermain di <i>games center X</i> .....	48
4.1.3 Banyaknya bermain di <i>games center X</i> dalam satu minggu .....	49
4.1.4 Lamanya bermain dalam sekali datang ke <i>games center X</i> .....	49
4.2 Hasil penelitian .....	50
4.2.1 Data kepuasan konsumen .....	50
4.2.2 Hasil tabulasi silang antara kepuasan konsumen dengan dimensi.....	50
4.2.2-1 Data tabulasi silang antara kepuasan konsumen dengan <i>tangibles</i> .....	50
4.2.2-2 Data tabulasi silang antara kepuasan konsumen dengan <i>empathy</i> .....	51
4.2.2-3 Data tabulasi silang antara kepuasan konsumen dengan <i>assurance</i> .....	52

4.2.2-4 Data tabulasi silang antara kepuasan konsumen dengan <i>responsiveness</i> .....	53
4.2.2-5 Data tabulasi silang antara kepuasan konsumen dengan <i>reliability</i> .....	54
4.3 Pembahasan .....	54

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan .....	67
5.2 Saran .....	68
5.2.1 Saran teoritis .....	68
5.2.2 Saran guna laksana .....	69

## DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1 Kerangka pikir .....	23
Bagan 3.1 Rancangan Penelitian .....	37

## DAFTAR TABEL

3.1 Tabel Kisi-kisi alat ukur .....	40
3.2 Tabel Skor item .....	40
3.3 Tabel Kriteria tingkat kepuasan konsumen .....	46
4.1 Tabel data lamanya bermain di <i>games center X</i> .....	48
4.2 Tabel Banyaknya bermain dalam 1 minggu .....	49
4.3 Tabel lamanya bermain dalam sekali datang .....	49
4.4 Tabel kepuasan konsumen .....	50
4.5 Tabel tabulasi silang antara kepuasan konsumen dengan <i>tangibles</i> .....	50
4.6 Tabel tabulasi silang antara kepuasan konsumen dengan <i>empathy</i> .....	51
4.7 Tabel tabulasi silang antara kepuasan konsumen dengan <i>assurance</i> .....	52
4.8 Tabel tabulasi silang antara kepuasan konsumen dengan <i>responsiveness</i> .....	53
4.9 Tabel tabulasi silang antara kepuasan konsumen dengan <i>reliability</i> .....	54

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner pengambilan data .....	1
Lampiran 2 : Data mentah Expected dan Perceived Service .....	12
Lampiran 3 : Validitas dan Reliabilitas alat ukur .....	17
Lampiran 4 : Hasil pengolahan data .....	21