

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Globalisasi di segala bidang sudah terjadi dan berpengaruh secara langsung terhadap kondisi Indonesia yang meliputi bidang politik, ekonomi, pendidikan, teknologi, dan bahkan bidang sosial budaya. Namun, terdapat sebuah pertanyaan yang akan sulit terjawab yakni siapkah Indonesia dalam menghadapi era globalisasi itu?

Dalam menghadapi era globalisasi ini, kemajuan suatu negara akan diikuti oleh kontribusi sektor jasa pada perekonomian nasional yang semakin dominan. Semakin maju suatu negara, maka kesejahteraan masyarakatnya semakin meningkat. Dewasa ini bisnis di bidang jasa mengalami pertumbuhan yang semakin cepat. Semakin banyak ragam jasa yang ditawarkan kepada pelanggan dalam rangka memenuhi kebutuhan pelanggan maka perusahaan berlomba-lomba untuk menciptakan sektor jasa yang berkualitas dan terpercaya. Semua ini dilakukan demi terciptanya kepuasan konsumen yang telah menggunakannya, sebab kualitas pelayanan merupakan suatu aspek yang paling penting untuk dapat memenangkan persaingan. Dalam perusahaan jasa, kualitas pelayanan cenderung lebih diperhatikan, karena pelayanan menjadi sentral yang dinilai oleh konsumen.

Perkembangan sektor jasa dengan segala pelayanannya telah tumbuh sedemikian pesatnya. Salah satu bidang usaha dalam sektor jasa yang berkembang

dengan baik adalah bidang usaha kesehatan dalam bentuk berkembangnya pusat jasa kebugaran, karena kesehatan merupakan dasar yang sangat penting dalam kehidupan manusia tanpa memandang usia.

Salah satu tujuan dari pelayanan kesehatan dalam bentuk pusat kebugaran itu sendiri adalah untuk menolong dan menyehatkan raga seseorang. Oleh sebab itu banyak didirikan pusat pelayanan kebugaran baik di pedesaan maupun di kota besar, tentunya dengan kelengkapan fasilitas yang berbeda. Dunia semakin transparan dan posisi bidang kesehatan menjadi bertambah penting. Seiring dengan kemajuan zaman, kebutuhan manusia juga makin bervariasi. Salah satu diantaranya adalah memperhatikan kebutuhan kesehatan. Untuk keperluan tersebut, maka banyak dibuka *fitness centre* sebagai salah satu sarana umum untuk menjaga kesehatan tubuh. Di tengah kebutuhan masyarakat tersebut, sekarang ini banyak dijumpai tempat *fitness centre* yang baru. Persaingan antar *fitness centre* semakin ketat. Dalam persaingan tersebut, *fitness centre* yang lama berusaha untuk mempertahankan keberadaannya dari munculnya *fitness centre* baru yang siap bersaing, sedangkan *fitness centre* yang baru berusaha untuk dapat menarik konsumen.

Keadaan ini tentunya menguntungkan bagi pihak pengguna jasa karena kebutuhannya dapat terpenuhi dengan baik. Tetapi di lain pihak, keadaan ini menimbulkan persaingan yang cukup ketat untuk menarik pengguna jasa. Pada jasa yang memerlukan keterampilan tinggi dalam proses operasinya, pengguna jasa cenderung sangat selektif dalam memilih penyedia jasa. Salah satu cara terbaik untuk menghadapi para pesaing adalah dengan cara terus menerus

memperbaiki tingkat kualitas pelayanan terhadap pelanggan. *Fitness centre* harus berusaha menanggapi keluhan para pelanggan dengan memperbaiki pelayanan-pelayanan yang kurang memuaskan, sehingga kepuasan pelanggan dapat dipertahankan. Kualitas pelayanan yang ditanggapi positif akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Pelanggan yang merasa puas diharapkan akan menggunakan kembali jasa *fitness centre* tersebut.

Salah satu tolok ukur keberhasilan kinerja dari suatu *fitness centre* yang menghasilkan produk maupun jasa adalah kualitas. Di Bandung ada beberapa *fitness centre* yang bersaing untuk memenuhi kebutuhan dan berupaya meningkatkan kualitas pelayanannya. Di sini *fitness centre* harus dapat memahami apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan para pengguna jasa kebugaran. Dengan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan, maka *fitness centre* dapat merumuskan pelayanan kesehatan seperti apa yang dibutuhkan. Hal ini bisa dirumuskan dengan cara menarik konsumennya lewat memilih pelatih yang berpengalaman, menyediakan fasilitas-fasilitas yang baik, memberikan kenyamanan serta memilih dan melatih para karyawannya untuk bekerja secara baik dan profesional. Ada banyak dimensi kualitas lain yang mempengaruhi peningkatan kualitas pelayanan seperti layanan administratif, keramahan dan ketanggapan para staf, kemudahan, kecepatan, ketepatan waktu layanan, fasilitas yang disediakan oleh pihak *fitness centre*, dan lainnya. Banyaknya dimensi kualitas *fitness centre* yang perlu diperhatikan menyebabkan penanganan *fitness centre* harus dilakukan dengan serius, cermat, dan tepat.

Salah satu *fitness centre* di Bandung yang cukup besar, memiliki fasilitas yang memadai dan sudah memiliki nama yaitu Permata GYM & SPA. Permata GYM & SPA merupakan salah satu *fitness centre* yang berdiri pada 1 Februari 2006. Sebagai *fitness centre* yang ingin maju, tentunya Permata GYM & SPA perlu bersaing dengan memberikan layanan terbaik bagi konsumen sehingga dapat menarik konsumen untuk mengolah tubuhnya disana. Pada saat itu banyak konsumen berdatangan untuk mencoba jasa yang ditawarkan Permata GYM & SPA. Tetapi lama kelamaan banyak anggota yang tidak aktif. Anggota yang tidak aktif ini dapat dilihat setelah 3 bulan semenjak menjadi anggota karena setelah 3 bulan ia sudah tidak membayar biaya bulanan untuk bulan berikutnya dan jarang datang lagi ke Permata GYM & SPA dan banyak anggota yang beralih ke tempat kebugaran lainnya. Berdasarkan hasil wawancara awal dengan beberapa *member* Permata GYM & SPA ditemukan masih terdapat keluhan-keluhan sebagai bentuk ketidakpuasan *member* terhadap pelayanan yang selama ini diberikan yaitu sebagai berikut terbatasnya ketersediaan beberapa fasilitas fisik, pihak Permata GYM & SPA tidak mengetahui harapan *member* dengan baik sehingga menimbulkan ketidakpuasan terhadap pelayanan yang diberikan, tidak ditetapkannya prosedur pelayanan yang tepat dan baik sehingga menimbulkan ketidakpuasan terhadap pelayanan yang diberikan, karyawan Permata GYM & SPA kurang maksimal dalam memberikan pelayanan terhadap *member* sehingga menimbulkan ketidakpuasan terhadap pelayanan yang diberikan.

Berikut ini adalah tabel pengunjung yang datang ke Permata GYM & SPA:

**Tabel 1.1**  
**Tabel Data Pengunjung Permata GYM & SPA**

<b>Tahun</b>	<b>Pengunjung (dlm 1 tahun)</b>	<b>Yang Mendaftar</b>	<b>Yang Member Aktif (70%)</b>	<b>Member Tidak Aktif (30 %)</b>
<b>2006</b>	<b>6521</b>	<b><math>\geq 300</math></b>	<b>210</b>	<b>90</b>
<b>2007</b>	<b>5894</b>	<b><math>\geq 300</math></b>	<b>210</b>	<b>90</b>
<b>2008</b>	<b>4578</b>	<b><math>\geq 200</math></b>	<b>140</b>	<b>60</b>

Sumber: Permata GYM & SPA

Hal-hal seperti adanya 30 % member tidak aktif, menurunnya member yang aktif setiap bulannya yang melatarbelakangi pentingnya dilakukan penelitian di Permata GYM & SPA. Selain itu, letak Permata GYM & SPA berdekatan dengan daerah kampus, pemukiman, dan sentra bisnis, yang mana dalam ruang lingkup ini ternyata terdapat juga beberapa tempat yang menyediakan fasilitas kebugaran (*fitness centre*) yang menjadi suatu persaingan bagi pihak manajemen Permata GYM & SPA. Untuk mengatasi masalah yang sedang dialaminya, maka Permata GYM & SPA bermaksud menarik konsumen untuk mengolah tubuh di Permata GYM & SPA serta mempertahankan *member* yang telah ada.

Untuk mengetahui faktor pelayanan dan fasilitas layanan *fitness centre* tersebut seperti apa yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggannya maka metode yang dapat digunakan adalah *Quality Function Deployment* (QFD). Penerapan QFD pada Permata GYM & SPA diharapkan dapat membantu pihak manajemen dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan melalui perbaikan dan peningkatan karakteristik teknik.

Berdasarkan uraian di atas penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “**Aplikasi *Quality Function Deployment* untuk Meningkatkan dan Memperbaiki Kualitas Pelayanan Jasa Pusat Kebugaran (Studi Kasus Di Permata GYM & SPA, Bandung)**”

## 1.2 Perumusan Masalah

Saat ini tuntutan pelanggan terhadap kualitas jasa pelayanan *fitness centre* semakin tinggi. Ini disebabkan semakin meningkatnya pengetahuan masyarakat tentang kesehatan. Semakin tingginya tuntutan ini mengharuskan pihak penyedia jasa layanan *fitness centre* untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan fasilitas yang tersedia agar mampu memenuhi tuntutan pelanggan tersebut. Namun sebelumnya perlu terlebih dahulu diketahui apa yang menjadi kebutuhan pelanggan agar peningkatan layanan dan fasilitas yang dilakukan tepat sasaran. Berdasarkan uraian di atas, maka masalah-masalah yang akan dibahas pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Apa saja yang menjadi karakteristik kebutuhan pelanggan pada *fitness centre* di Permata GYM & SPA Bandung?
- b. Karakteristik teknik apa yang diprioritaskan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan?

### 1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian.

Adapun maksud dan tujuan penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui apa saja yang menjadi karakteristik kebutuhan pelanggan pada *fitness centre* di Permata GYM & SPA Bandung.
- b. Untuk mengetahui karakteristik teknik apa yang diprioritaskan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan.

### 1.4. Manfaat Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini diharapkan akan dapat bermanfaat bagi:

1. Penulis, diajukan untuk memenuhi dan melengkapi salah satu syarat dalam menempuh Ujian Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Universitas Kristen Maranatha. Penelitian diharapkan dapat menambah wawasan peneliti untuk berfikir secara kritis dan sistematis dalam menghadapi permasalahan di bidang operasi yang terjadi dalam jasa pelayanan *fitness centre*.
2. Permata GYM & SPA, sebagai salah satu bahan masukan maupun pertimbangan berupa sumbangan pemikiran yang bermanfaat dalam meningkatkan kualitas jasa pelayanan. Dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang selanjutnya berguna untuk menyusun kebijakan pelayanan jasa *fitness centre* pada Permata GYM & SPA. Sebagai salah satu bahan pertimbangan dan referensi untuk mengevaluasi strategi

operasi yang selama ini telah diimplementasikan dalam pelayanan jasa *fitness centre* pada Permata GYM & SPA.

3. Masyarakat umum, terutama di lingkungan Universitas Kristen Maranatha, diharapkan hasil penelitian yang amat terbatas ini dapat bermanfaat sebagai penambah pengetahuan terapan atas pengetahuan yang telah diperoleh di bangku kuliah. Hasil studi ini dapat dipergunakan sebagai bahan referensi untuk pengembangan kualitas pendidikan universitas selanjutnya di masa depan.

### 1.5 Kerangka Pemikiran

Manajemen operasi dapat diartikan sebagai berikut:

*“Operations management is the business activity that involve the design, development and maintenance of system and processes that transform resources, such as raw materials, technology, and labour into goods and services that meet customers needs.” (Evans & Raturi, 2005:1)*

**Artinya:** manajemen operasi adalah aktivitas bisnis yang melibatkan disain, pemeliharaan dan pengembangan sistem dan proses transformasi sumber daya, seperti bahan baku, teknologi, dan tenaga kerja ke dalam jasa dan barang-barang yang menjadi kebutuhan pelanggan.

Ada sepuluh keputusan utama yang dibuat oleh bagian manajemen operasi dalam sebuah perusahaan. Kesepuluh keputusan tersebut adalah sebagai berikut

**(Heizer & Render, 2004:7):**

1. *Service and product design* (desain produk)
2. *Quality management* (manajemen kualitas)
3. *Process and capacity design* (desain proses dan kapasitas)



4. *Layout strategy* (strategi tata letak)
5. *Human resources and job design* (sumber daya manusia dan desain pekerjaan)
6. *Supply-chain management* (manajemen rantai pasokan)
7. *Location* (lokasi)
8. *Scheduling* (penjadwalan)
9. *Inventory management* (manajemen persediaan)
10. *Maintenance* (pemeliharaan)

Penelitian yang dilakukan penulis berkaitan dengan keputusan kedua yaitu *quality management* (manajemen kualitas), dimana salah satu tolok ukur keberhasilan kinerja dari suatu perusahaan adalah kualitas perusahaan tersebut, baik untuk perusahaan yang menghasilkan produk maupun jasa.

Manajemen kualitas merupakan kemampuan suatu produk atau jasa dalam memenuhi kebutuhan pelanggan atau suatu keseluruhan fitur dan karakteristik produk/jasa yang mampu memuaskan kebutuhan yang terlihat atau yang tersamar (**Heizer & Render, 2004:253**). Saat ini, pelanggan semakin kritis dalam memilih produk dan atau jasa, karena kualitas memegang peranan yang penting. Dengan menyediakan produk dan atau jasa dengan kualitas yang memenuhi kepuasan pelanggan, perusahaan akan mendapat banyak manfaat. Dalam jangka panjang, perusahaan akan memiliki reputasi yang baik di mata pelanggannya. Selain itu, perusahaan mampu menyediakan produk dan atau jasa yang berkualitas akan berpengaruh pada pengurangan biaya dan peningkatan biaya.

Penulis melakukan penelitian pada *fitness centre* di Permata GYM & SPA yang merupakan perusahaan jasa. Sebagai perusahaan jasa *fitness centre* memiliki karakteristik yang berbeda dari perusahaan yang menghasilkan barang pada umumnya. Ada beberapa karakteristik jasa yang dapat mempengaruhi Permata GYM & SPA dalam jasa pelayanan *fitness centre* terutama dalam hal meningkatkan kualitas; karakteristik tersebut adalah: **(Fandy Tjiptono, 2001:15-18)**

1. *Intangibility* (tidak berwujud)
2. *Inseparability* (tidak terpisahkan)
3. *Variability* (beriarasi)
4. *Perishability* (mudah lenyap)

Dalam menghadapi persaingan, maka strategi yang diambil pun berbeda. Salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk memenangkan persaingan adalah mengelola kualitas jasa. Ini disebabkan keberhasilan perusahaan jasa diukur dari kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Kualitas jasa tidak dapat diukur dengan mudah, tidak seperti barang berwujud yang dapat diukur kualitasnya melalui rasa, bentuk, warna, dan sebagainya. **(Fandy Tjiptono, 2001:15-18)**

Konsep dasar kualitas dari suatu pelayanan (jasa) ataupun kualitas dari suatu produk dapat didefinisikan sebagai pemenuhan yang dapat melebihi dari keinginan ataupun harapan dari pelanggan (konsumen). Zeithaml, Berry dan Parasuraman telah melakukan berbagai penelitian terhadap beberapa jenis jasa, dan berhasil mengidentifikasi lima dimensi karakteristik yang digunakan oleh

para pelanggan dalam mengevaluasi kualitas pelayanan sebagai berikut: **(Zethaml & Berry , 1990:26)**

1. Dapat diukur/bukti langsung (*tangibles*): pendekatan fasilitas fisik, peralatan, material komunikasi dan kepribadian.
2. Keandalan (*reliability*): kemampuan untuk melaksanakan pelayanan yang dijanjikan dengan teliti dan dapat diandalkan.
3. Daya tanggap (*responsiveness*): keinginan untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang tepat dan cepat.
4. Jaminan (*assurance*): pengetahuan dan sikap simpatik dari karyawan serta kemampuan menimbulkan rasa percaya dan keyakinan ke konsumen.
5. Empati (*empathy*): memberikan perhatian secara individual kepada pelanggan.

Pelayanan merupakan bagian yang sangat penting dalam tiap *fitness centre* karena melalui pelayanan yang diberikan, pelanggan bisa merasakan kepuasan. Oleh karena itu, *fitness centre* harus memberikan pelatihan secara konsisten dengan kualitas yang sesuai atau bahkan melebihi apa yang diharapkan pelanggan. Layanan yang diberikan juga harus bisa melampaui kualitas layanan yang diberikan pesaing dan dilakukan peningkatan terus menerus.

Untuk menjamin kualitas produk dan jasa yang ditawarkan kepada pelanggan, diperlukan aktivitas manajemen dan pengendalian yang tidak lain berhubungan dengan *Total Quality Management (TQM)*. *Total Quality Management (TQM)* merupakan cara untuk meningkatkan performansi secara terus menerus pada setiap level operasi atau proses, dalam setiap area fungsional

dari suatu organisasi, dengan memakai semua sumber daya manusia dan modal yang tersedia. (Gasperz, 2001:5-6)

QFD dapat diartikan sebagai berikut:

*Quality Function Deployment (QFD) is method for structured product planning and development that enables a development team to specify clearly the customer's wants and needs, and then to evaluate each proposed product or service capability systematically in terms of its impact on meeting those meeting (Cohen 1995:11).*

**Artinya:** metode untuk perencanaan produk dan pengembangan tersusun yang memungkinkan suatu regu pengembangan untuk menetapkan dengan jelas keinginan pelanggan dan kebutuhan, dan kemudian mengevaluasi masing-masing produk yang diusulkan atau kemampuan jasa secara sistematis dalam kaitan dengan dampaknya pada pertemuan.

Dalam penerapannya perusahaan dapat memakai salah satu metode TQM yaitu *Quality Function Deployment (QFD)*. Melalui QFD, perusahaan dapat melakukan perbaikan terus menerus karena melalui QFD perusahaan dapat mengetahui karakteristik kebutuhan pelanggan dan menterjemahkannya ke dalam karakteristik yang dihasilkan perusahaan. QFD juga membantu perusahaan dalam mentransformasikan apa yang merupakan keinginan dan kebutuhan pelanggan ke dalam usaha pengembangan produk atau jasanya. Selain itu, QFD juga memiliki beberapa manfaat, yaitu fokus pada pelanggan, meningkatkan kerja sama tim, mengurangi waktu pengembangan produk, dan orientasi pada dokumen.

Untuk menggambarkan QFD diperlukan *House of Quality*. *House of quality is a graphic technique for defining the relationship between customers desires and product or services (Heizer & Render, 2004:161)*. HOQ pada dasarnya

memiliki enam komponen, yang mana berisi informasi tentang hubungan antara kebutuhan pelanggan dengan spesifikasi produk yang diinginkan pelanggan (Cohen, 1995:12-13) yaitu:

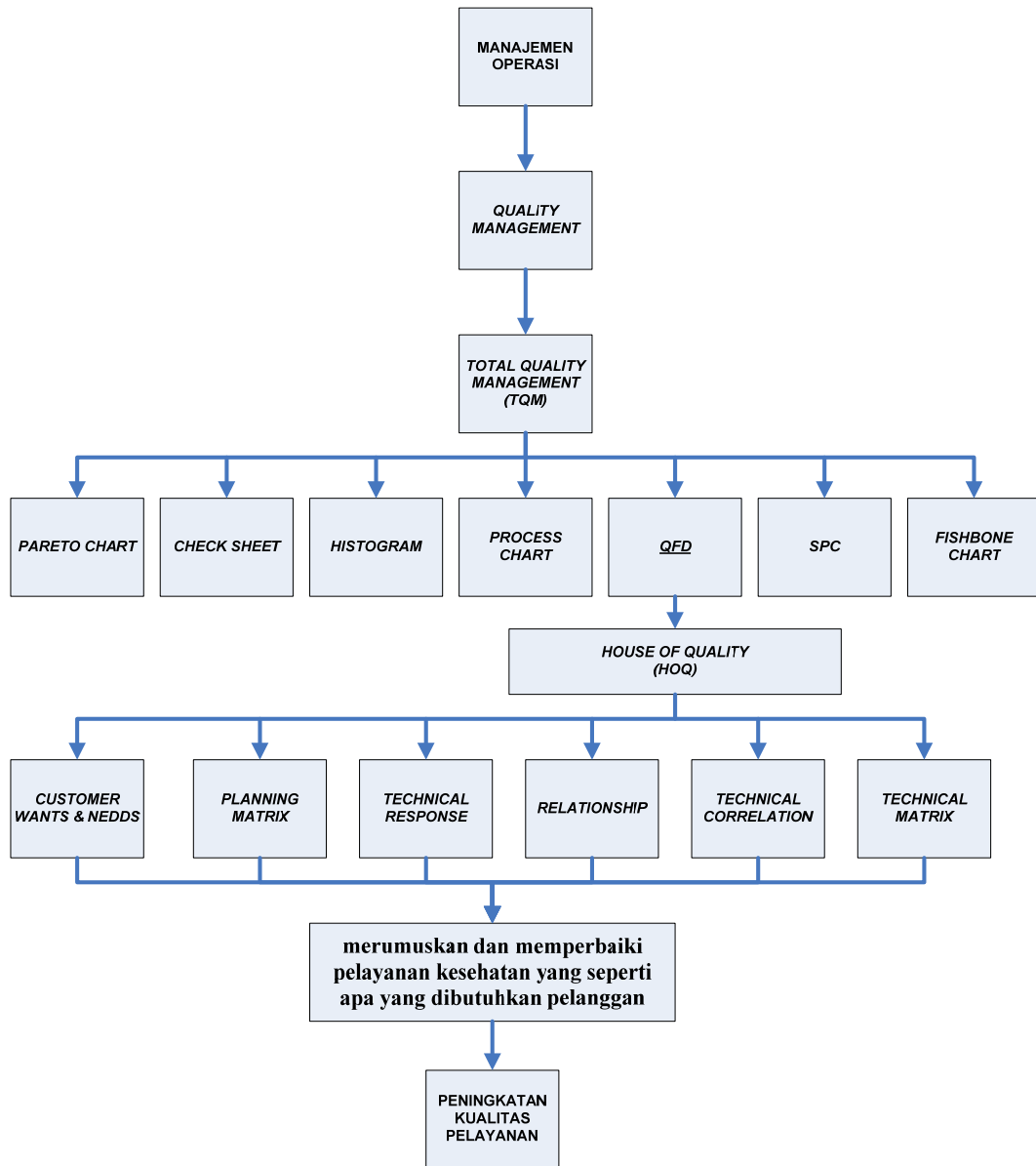
1. *Customer wants and needs* berisi daftar terstruktur dari keinginan dan kebutuhan pelanggan..
2. *Planning matrix* berisi informasi mengenai :
  - a. *Quantitative market data* yang berisi hasil pengolahan data mengenai tingkat kepentingan relative dari masing-masing karakteristik kebutuhan konsumen, tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk yang ditawarkan oleh perusahaan dan pesaingnya.
  - b. Penetapan *strategic goal* untuk produk baru.
  - c. Penentuan *ranking* untuk masing-masing karakteristik kebutuhan pelanggan.
3. *Technical characteristic substitute qualitative characteristics* berisi karakteristik teknik merupakan deskripsi mengenai produk yang ditawarkan perusahaan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan.
4. *Relationship matrix* berisi penilaian mengenai kekuatan hubungan antara tiap karakteristik kebutuhan pelanggan dengan tiap karakteristik teknik.
5. *Technical correlation* berisi hubungan antara karakteristik teknik yang satu dengan karakteristik teknik yang lain.
6. *Technical matrix* berisi informasi mengenai:

- a. informasi mengenai *technical performance* perusahaan dan pesaingnya.
- b. *technical performance target*
- c. nilai tingkat kepentingan absolut dan relatif.

Melalui pembentukan *House of Quality*, perusahaan dapat dengan mudah melihat prioritas perbaikan pelayanan yang diberikan. Informasi tersebut dapat dijadikan masukan dalam meningkatkan kualitas pelayanan jasa *fitness centre* yang akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan pemaparan kerangka pemikiran di atas, maka penulis akan menyimpulkan dalam bentuk bagan kerangka pemikiran sebagai berikut:

**Gambar 1.2**  
**Kerangka Pemikiran**



## **1.6 Metode Penelitian**

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menggunakan metode deskriptif analisis, yaitu suatu metode penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan keadaan *fitness centre* berdasarkan faktor-faktor yang tampak pada situasi yang dihadapi dan menjabarkan masalah-masalah yang dihadapi disertai dengan pene laahan dan interpretasi untuk dianalisis dan dicarikan jalan penyelesaiannya.

### **1.6.1 Metode yang Digunakan**

Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode survei yaitu suatu metode yang berguna untuk memperoleh informasi dari sebagian populasi (responden) dengan tujuan untuk mengetahui kepuasan pelanggan terhadap kualitas jasa *fitness centre* yang diberikan oleh Permata GYM & SPA. Dalam metode ini, informasi dikumpulkan secara langsung dari responden dengan menggunakan kuesioner.

### **1.6.2 Jenis dan Sifat Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif analitis yang bertujuan untuk memaparkan data responden secara terstruktur, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, serta menguji saling ketergantungan (*interdependency*) antara 2 faktor yang terdiri atas beberapa kategori/klasifikasi. Sedangkan sifat penelitiannya adalah verifikasi, yaitu suatu penelitian yang bertujuan untuk menguji kebenaran dari suatu hipotesis.



### 1.6.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis data terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan melakukan riset lapangan (*field research*) dilakukan dengan cara melakukan penelitian langsung pada obyek yang akan diteliti. Sedangkan data sekunder diperoleh dengan melakukan riset kepustakaan (*library research*).

### 1.6.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. Observasi Langsung

Dalam observasi ini, penulis mengadakan penelitian langsung ke Permata GYM & SPA.

2. Wawancara

Dalam hal, ini penulis melakukan tanya jawab dan berkomunikasi langsung dengan manajer *fitness centre* di Permata GYM & SPA serta dengan beberapa pelanggan yang dapat memberikan informasi kepada penulis.

3. Penyebaran kuesioner

Penulis melakukan pengumpulan data dengan membagi-bagikan kuesioner kepada beberapa pelanggan aktif dan non-aktif.

4. Studi kepustakaan

Dalam studi pustaka penulis memperoleh data dengan cara mempelajari buku-buku yang berkaitan dengan masalah yang dihadapi sehingga dapat dijadikan sebagai landasan teori dalam menyelesaikan masalah.

### **1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini diadakan di Permata GYM & SPA yang berlokasi di Jalan Leumah Neundeut No.7 Setrasari,Bandung (dalam kawasan Hotel Permata Bidakara). Waktu penelitian dilakukan selama 9 bulan mulai bulan September 2008 sampai dengan Mei 2009.

### **1.8 Sistematika Pembahasan**

Sistematika pembahasan yang digunakan penulis dalam menyusun skripsi ini adalah sebagai berikut:

#### **Bab I Pendahuluan**

Pada bab pertama ini, membahas mengenai latar belakang permasalahan, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka pemikiran, metoda penelitian, lokasi dan waktu penelitian, dan sistematika pembahasan. Ini semua merupakan pengantar dalam penulisan karya ilmiah yang mengemukakan pentingnya aplikasi *quality function deployment* untuk meningkatkan kualitas pelayanan jasa *fitness centre* pada Permata GYM & SPA.

#### **Bab II Landasan Teori**

Mengemukakan berbagai teori yang digunakan dalam mendukung untuk memecahkan dan menganalisis masalah dan metode yang dipakai dalam pembuatan skripsi ini.

**Bab III Objek Penelitian**

Dalam bab ini dikemukakan mengenai gambaran umum *fitness centre* yang meliputi sejarah singkat *fitness centre* Permata GYM & SPA, struktur organisasi serta kegiatan *fitness centre* Permata GYM & SPA.

**Bab IV Hasil dan Pembahasan**

Mengemukakan data yang sudah diperoleh, pengolahan data, analisis dan pembahasan masalah sehingga diperoleh hasil penelitian yang memadai.

**Bab V Kesimpulan dan Saran**

Dalam bab ini, berisikan kesimpulan yang dapat ditarik dari pembahasan dan analisa persoalan masalah yang selanjutnya dikemukakan saran yang berkaitan dengan hasil penelitian dan tujuan pembatasan masalah yang diharapkan dapat membantu perusahaan dalam memecahkan masalahnya.