

ABSTRAK

Dalam kehidupan ini, hampir semua orang memiliki kebutuhan berolah raga, sehingga mereka dapat memilih tempat berolah raga di rumah atau ditempat-tempat khusus seperti tempat fitness. Sehubungan dengan semakin banyaknya dibangun tempat-tempat olah raga khususnya tempat fitness di Kota Bandung membuat persaingan dalam menarik konsumen semakin besar, selain itu hampir semua tempat fitness berusaha untuk memberikan pelayanannya sebaik mungkin. Oleh karena itu, SOSI Sport Club berharap agar dapat memberikan kualitas pelayanan yang baik.

Pada SOSI Sport Club ini terdapat beberapa pelanggan yang mengatakan bahwa terkadang instruktur kurang dapat memahami keinginan konsumen seperti instruktur untuk memberikan *cooling down* dan meminta penggantian jadwal latihan dan ternyata pelayanan tersebut dirasakan kurang baik, selain itu ada beberapa konsumen juga yang mengatakan kurang puas dengan fasilitas yang disediakan seperti ruang ganti, dan toilet. Ketidakpuasan dapat membuat pelanggan akhirnya berhenti menjadi anggota, hal ini dapat dilihat dengan jumlah anggota yang berfluktuasi setiap bulannya.

Untuk mengukur kualitas pelayanan tersebut digunakan model *Servqual* dan uji hipotesis dengan sampelnya adalah anggota privat dengan teknik purposive sampling. Hasil pengukuran *Servqual* didasarkan pada 5 dimensi didapat nilai untuk bentuk nyata = -0.2064, kehandalan = -0.1531, daya tanggap = -0,0829, jaminan = -0,1025, empati = -0,1042 dan Total Service Quality (TSQ) = -0,6492. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan masih dirasakan tidak puas dikarenakan persepsi konsumen berada dibawah harapannya.

Ketidakpuasan yang dirasakan tersebut dapat dilihat pada kebersihan toilet, kebersihan ruang ganti, kenyamanan toilet, kenyamanan ruang ganti, sirkulasi udara ruangan, kualitas loker, audio visual, tempat duduk untuk menunggu dan istirahat, instruktur memberikan *cooling down* kepada konsumen setelah berlatih. Usulan untuk kebersihan toilet, kebersihan ruang ganti adalah dengan memberikan pesan “Jagalah Kebersihan” yang besar agar konsumen lebih sadar. Usulan untuk kenyamanan toilet dan kenyamanan ruang ganti adalah dengan memperbaiki peralatan yang sudah lama. Usulan untuk sirkulasi udara, tempat duduk adalah menambah peralatan tersebut. Usulan untuk kualitas loker, audio visual adalah dengan mengganti peralatan dengan kualitas yang lebih baik. . Usulan untuk instruktur dalam memberikan *cooling down* kepada konsumen setelah berlatih adalah dengan memberikan kesadaran kepada instruktur dan pengontrolan yang lebih baik.

Hasil pengukuran terhadap persepsi manajemen terhadap harapan pelanggan, spesifikasi standar, dapat dikatakan bahwa sebagian besar pihak manajemen telah mengetahui harapan konsumen dan telah membuat standar tertulis tetapi masih pelayanan masih harus tetap ditingkatkan. Hasil pengukuran terhadap persepsi karyawan mengenai penyampaian pelayanan dan janji yang diberikan oleh perusahaan dapat dikatakan bahwa karyawan bekerja dengan baik

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1 – 1
1.2 Identifikasi Masalah.....	1 – 2
1.3 Perumusan Masalah.....	1 – 3
1.4 Tujuan Penelitian.....	1 – 3
1.5 Sistematika Penulisan.....	1 – 4
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Jasa.....	2 – 1
2.1.1 Konsep dan Pengertian Jasa.....	2 – 1
2.1.2 Klasifikasi Jasa.....	2 – 2
2.1.3 Karakteristik Jasa.....	2 – 5
2.1.4 Konsumen Jasa.....	2 – 6
2.2 Kualitas Jasa.....	2 – 7
2.2.1 Definisi Kualitas.....	2 – 7
2.2.2 Definisi Kualitas Jasa.....	2 – 8
2.2.3 Harapan Pelanggan.....	2 – 9
2.2.4 Dimensi Kualitas Jasa.....	2 – 12
2.2.5 Prinsip – Prinsip Kualitas Jasa.....	2 – 15
2.2.6 Model Kualitas Jasa.....	2 – 16
2.2.7 Pengukuran Kualitas Jasa.....	2 – 20

2.3. Kepuasan Pelanggan.....	2 – 22
2.4. Teknik Pengumpulan Data.....	2 – 25
2.5. Populasi dan Sampel.....	2 – 26
2.6. Teknik Sampling.....	2 – 26
2.7. Penentuan Jumlah Sampel.....	2 – 28
2.8. Skala Pengukuran.....	2 – 29
2.9. Instrumen Penelitian.....	2 – 31
2.9.1. Pengujian Validitas Instrumen.....	2 – 32
2.9.2. Pengujian Reliabilitas Instrumen.....	2 – 33
2.10. Uji Hipotesis.....	2 – 35
2.10.1. Uji Menyangkut Dua Rataan.....	2 – 35
2.11. Pengenalan program SPSS 10.00 for Windows.....	2 - 36

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Studi Pendahuluan.....	3 – 4
3.2 Identifikasi Masalah.....	3 – 4
3.3 Perumusan Masalah.....	3 – 4
3.4 Tujuan Penelitian.....	3 – 5
3.5 Tinjauan Pustaka.....	3 – 5
3.6 Pengumpulan Data Awal.....	3 – 5
3.7 Penentuan Variabel Penelitian.....	3 – 6
3.8 Menentukan Populasi Dan Sampel.....	3 – 8
3.9 Pengumpulan Data.....	3 – 9
3.9.1 Penyusunan Kuesioner.....	3 – 9
3.9.1.1 Penyusunan Kuesioner Untuk Konsumen.....	3 – 9
3.9.1.2 Penyusunan Kuesioner Untuk Karyawan.....	3 – 10
3.9.1.3 Penyusunan Kuesioner Untuk Manajemen.....	3 – 11
3.10 Validitas Instrumen.....	3 – 13
3.11 Reliabilitas Instrumen.....	3 – 14

3.12 Pengolahan Data Dengan Metode Servqual Dan Analisis.....	3 – 15
3.13 Kesimpulan Dan Saran.....	3 – 15
BAB 4 PENGUMPULAN DATA	
4.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	4 – 1
4.2 Struktur Organisasi Perusahaan.....	4 – 2
4.3 Uraian Jabatan Ringkas.....	4 – 2
4.4 Kegiatan Usaha.....	4 – 4
4.5 Maksud dan Tujuan.....	4 – 5
4.6 Penentuan Teknik Sampling.....	4 – 6
4.7 Identifikasi Variabel Penelitian.....	4 – 6
4.8 Pengumpulan Data Penelitian.....	4 – 10
4.8.1 Kuesioner Untuk Konsumen	4 – 10
4.8.2 Kuesioner Untuk Karyawan	4 – 11
4.8.3 Kuesioner Untuk Manajemen.....	4 – 12
BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS	
5.1 Pengujian Validitas Instrumen.....	5 – 1
5.2 Pengujian Reliabilitas Instrumen.....	5 – 4
5.3 Pengolahan Dan Analisis Data Gap 5.....	5 – 5
5.3.1 Pengolahan Data Gap 5 Dengan Metode Servqual.....	5 – 5
5.3.2 Analisis Gap 5 Dengan Metode Servqual.....	5 – 6
5.3.3 Pengolahan data Gap 5 Dengan Pengujian Hipotesis.....	5 – 8
5.3.4 Analisis Gap 5 Dengan Pengujian Hipotesis	5 – 12
5.4 Pengolahan Dan Analisis Data Gap 1.....	5 – 14
5.4.1 Pengolahan Data Gap 1.....	5 – 14
5.4.2 Analisis Gap 1.....	5 – 17
5.4.3 Analisis Uji Hipotesis Gap 1.....	5 – 18
5.4.4 Analisis Penyebab Gap 1.....	5 – 20

5.5	Pengolahan Dan Analisis Mengenai Perbandingan Antara Persepsi Manajemen Mengenai Harapan Konsumen Dengan Spesifikasi Standar.....	5 – 21
5.6	Pengolahan Dan Analisis Mengenai Performansi Kualitas Pelayanan.....	5 – 24
5.7	Pengolahan Dan Analisis Mengenai Janji Yang Diberikan Perusahaan.....	5 – 30
5.8	Analisis Secara Keseluruhan.....	5 – 32
5.9	Keunggulan Model SERVQUAL.....	5 – 50
5.10	Kelemahan Model SERVQUAL.....	5 – 51
BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN		
6.1	Kesimpulan.....	6 – 1
6.2	Saran.....	6 - 5
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		
KOMENTAR DOSEN PENGUJI		
DATA PENULIS		

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
2.1	Dimensi Servqual Dan Penyusunannya	2 – 14
3.1	Identifikasi Kualitas Pelayanan Berdasarkan Dimensi Servqual	3 – 7
4.1	Hasil Pengumpulan Data Awal	4 – 7
4.2	Pengujian Perbedaan Frekuensi Jawaban Data Awal	4 - 9
5.1	Hasil Analisis Item Instrumen Harapan Konsumen	5 – 2
5.2	Hasil Analisis Item Instrumen Persepsi Konsumen	5 – 3
5.3	Nilai Servqual Untuk Tiap Dimensi	5 – 5
5.4	Perhitungan Uji Hipotesa (per dimensi)	5 – 8
5.5	Perhitungan Uji Hipotesa (per item)	5 – 10
5.6	Hasil Perhitungan Gap 1	5 – 14
5.7	Hasil Perhitungan Gap 1 Dengan Uji Hipotesis (tiap dimensi)	5 – 15
5.8	Hasil Perhitungan Gap 1 Dengan Uji Hipotesis (tiap item)	5 – 16
5.9	Hasil Kuesioner Penyebab Gap 1	5 – 20
5.10	Standar Performansi Kualitas Layanan di SOSI Sport Club	5 – 22
5.11	Persepsi Manajemen Mengenai Operasi di SOSI Sport Club	5 – 23
5.12	Persepsi Karyawan Tentang Standar	5 – 24
5.13	Penyampaian Layanan	5 – 27
5.14	Pandangan Karyawan Dalam Bekerja	5 – 29
5.15	Persepsi Manajemen Mengenai Janji Yang Diberikan	5 – 30
5.16	Persepsi Karyawan Mengenai Janji Yang Diberikan	5 – 31
5.17	Persepsi Konsumen Mengenai Janji Yang Diberikan	5 – 31
5.18	Pandangan Karyawan Mengenai Komunikasi Eksternal	5 – 32
5.19	Rangkuman Hubungan Tiap Tahapan Kualitas Pelayanan	5 – 33

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2.1	Model Konseptual Harapan Pelanggan Terhadap Pelayanan Jasa	2 – 10
2.2	Model Konsep Kualitas Pelayanan	2 – 17
2.3	Model Gap Yang Disempurnakan	2 – 19
2.4	Konsep Kepuasan Pelanggan	2 – 23
3.1	Kerangka Penelitian	3 – 1
4.1	Struktur Organisasi SOSI Sport Club	4 – 2
5.1	Diagram Batang	5 – 6
5.2	Nilai Rata-Rata Persepsi Manajemen Dan Harapan Konsumen	5 – 18

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1.	Data Mentah Dan Pengolahan Data	L1 – 1
2.	Kuesioner Konsumen	L2 – 1
	Kuesioner Karyawan	L2 – 6
	Kuesioner Manajemen	L2 – 17
3.	Luas Wilayah di Bawah Kurva Normal	L3 – 1
	Nilai r Product Moment	L3 – 2
	Nilai – nilai Chi Kuadrat	L3 – 3