

ABSTRAK

FredLin'Z Fitness Centre adalah salah satu tempat fitness yang bergerak dibidang pelayanan kesehatan, kebugaran dan keindahan tubuh. Kenyataan sekarang ini ditemukan adanya gejala-gejala ketidakpuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan diantaranya kurangnya fasilitas yang ada seperti dalam hal jumlah kamar mandi, jumlah loker barang dan jumlah tiap jenis alat fitness.

Untuk mengetahui dan mengukur kualitas pelayanan FredLin'Z Fitness Centre dan melihat kesenjangan yang terjadi didalamnya, maka diperlukan suatu perangkat yang dapat mengukur kualitas pelayanan yang diberikan tersebut. Alat ukur yang digunakan dalam melakukan pengukuran tersebut adalah dengan metode SERVQUAL untuk mengetahui kesenjangan yang terjadi antara harapan dengan persepsi konsumen (Gap 5), harapan konsumen dengan persepsi manajemen (Gap 1), persepsi manajemen terhadap harapan konsumen dengan spesifikasi kualitas jasa (Gap 2), spesifikasi kualitas jasa dengan penyampaian jasa (Gap 3), dan penyampaian jasa dengan komunikasi eksternal (Gap 4), serta dengan pengujian hipotesis untuk mengetahui adanya perbedaan yang nyata atau tidak dari kesenjangan tersebut. Pengukuran kesenjangan ini diperoleh dari hasil kuesioner yang telah diberikan kepada konsumen, pihak manajemen, dan karyawan FredLin'Z Fitness Centre. Teknik sampling yang digunakan pada pembagian kuesioner konsumen adalah *Proportionate Stratified Random Sampling*.

Dari pengukuran dan analisis kualitas pelayanan, diperoleh nilai *Total Servqual Quality* (TSQ) adalah -0,560. Hal ini menunjukkan secara keseluruhan kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak FredLin'Z Fitness Centre kepada konsumen belum memuaskan. Dengan melihat adanya ketidakpuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan FredLin'Z Fitness Centre, kemudian dilakukan analisis penyebab ketidakpuasan tersebut untuk masing-masing kesenjangan yang ada.

Untuk mengurangi kesenjangan yang ada, penulis memberikan usulan-usulan kepada pihak manajemen dan karyawan FredLin'Z Fitness Centre diantaranya memperbaiki dan menambah fasilitas fisik yang ada, memperhatikan komunikasi antar semua pihak yang ada di tempat fitness ini. Serta memberikan saran kepada pihak FredLin'Z Fitness Centre adalah membuat deskripsi pekerjaan yang terstruktur dengan jelas, serta menyatukan misi dengan jelas agar tujuan dapat tercapai.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMA KASIH	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1-1
1.2 Identifikasi Masalah	1-2
1.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi	1-3
1.3.1 Pembatasan masalah	1-3
1.3.2 Asumsi	1-3
1.4 Perumusan Masalah	1-3
1.5 Tujuan Penelitian	1-4
1.6 Sistematika Penulisan	1-5
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Jasa	2-1
2.1.1 Konsep dan Pengertian Jasa	2-1
2.1.2 Klasifikasi Jasa	2-1
2.1.3 Karakteristik Jasa	2-4
2.2 Kualitas Jasa	2-6
2.2.1 Pengertian Kualitas	2-6
2.2.2 Konsep Kualitas Jasa	2-6
2.2.3 Definisi Kualitas Jasa	2-6
2.2.4 Manfaat Kualitas Jasa	2-9
2.2.5 Dimensi Kualitas Jasa	2-9
2.2.6 Prinsip-Prinsip Kualitas Jasa	2-10
2.2.7 Model Kualitas Jasa	2-11
2.2.8 Pengukuran Kualitas Jasa	2-16

2.2.9	Konsep Kepuasan Pelanggan	2-19
2.3	Teknik dan Metode Pengumpulan Data	2-20
2.3.1	Wawancara (Interview)	2-20
2.3.2	Kuesioner (Angket)	2-21
2.3.3	Observasi	2-21
2.4	Populasi dan Sampel	2-22
2.4.1	Populasi	2-22
2.4.2	Sampel	2-22
2.4.3	Teknik Sampling	2-23
2.5	Skala Pengukuran dan Instrumen Penelitian	2-26
2.5.1	Macam-macam Skala Pengukuran	2-26
2.5.2	Tipe Skala Pengukuran	2-27
2.5.3	Validitas dan Reliabilitas Instrumen	2-28
2.5.4	Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen	2-29
2.5.4.1	Pengujian Validitas Instrumen.....	2-29
2.5.4.2	Pengujian Reliabilitas Instrumen.....	2-30
2.6	Uji Hipotesis Menyangkut Dua Rataan	2-31
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN		
3.1	Penelitian Pendahuluan	3-4
3.2	Identifikasi Masalah	3-5
3.3	Pembatasan Masalah dan Asumsi	3-6
3.3.1	Pembatasan masalah	3-6
3.3.2	Asumsi	3-6
3.4	Perumusan Masalah	3-6
3.5	Tujuan Penelitian	3-7
3.6	Pengumpulan Data Pendahuluan	3-8
3.7	Menetapkan variabel penelitian yang diukur	3-8
3.7.1	Gap 5	3-8
3.7.2	Gap 1	3-10
3.7.3	Gap 2	3-11
3.7.4	Gap 3	3-12

3.7.5	Gap 4	3-13
3.8	Penyusunan Kuesioner Konsumen	3-14
3.9	Validitas Konstruksi	3-15
3.10	Menentukan teknik sampling	3-15
3.11	Penyebaran Kuesioner Pendahuluan.....	3-15
3.12	Pengujian Validitas	3-15
3.13	Menguji Reliabilitas Instrumen	3-16
3.14	Menentukan Jumlah Sampel untuk Konsumen.....	3-17
3.15	Penyebaran Kuesioner Lanjutan	3-17
3.16	Pengolahan Data Dengan Menggunakan Metode SERVQUAL.....	3-17
3.17	Pengolahan Data Dengan Menggunakan Uji Hipotesis untuk Gap 5.....	3-17
3.18	Analisis Hasil Pengolahan Data Untuk Gap 5.....	3-19
3.19	Penyusunan Kuesioner untuk Pihak Manajemen dan Karyawan.....	3-19
3.19.1	Kuesioner untuk Pihak Manajemen	3-19
3.19.2	Kuesioner untuk Karyawan	3-21
3.19.2.1	Kuesioner untuk Office Boy, Petugas Pengatur Parkir, dan Instruktur.....	3-21
3.19.2.2	Kuesioner untuk Customer Service.....	3-21
3.20	Menentukan Jumlah Sampel	3-22
3.20.1	Pihak Manajemen	3-22
3.20.2	Karyawan	3-22
3.21	Penyebaran Kuesioner.....	3-22
3.22	Pengolahan Data Dengan Menggunakan Metode SERVQUAL.....	3-22
3.23	Pengolahan Data Dengan Menggunakan Uji Hipotesis untuk Gap 1.....	3-23
3.24	Analisis Hasil Pengolahan Data atau Uji Hipotesis	3-24
3.25	Kesimpulan Dan Saran	3-24
BAB 4 PENGUMPULAN DATA		
4.1	Data Objek Pengamatan	4-1
4.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan	4-1

4.1.2	Target Konsumen.....	4-2
4.1.3	Struktur Organisasi	4-3
4.1.4	Deskripsi Pekerjaan	4-3
4.2	Pengumpulan Data Pendahuluan	4-4
4.3	Pengumpulan Data Penelitian	4-5
4.3.1	Pengumpulan Data Awal	4-5
4.3.1.1	Penentuan Teknik Sampling dan Ukuran Sampel	4-5
4.3.1.2	Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner	4-5
4.3.2	Pengumpulan Data Lanjutan	4-6
4.3.2.1	Kuesioner untuk Konsumen	4-6
4.3.2.1.1	Penentuan Teknik Sampling dan Ukuran Sampel	4-7
4.3.2.1.2	Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner	4-7
4.3.2.2	Kuesioner untuk Manajemen	4-7
4.3.2.2.1	Penentuan Teknik Sampling dan Ukuran Sampel	4-8
4.3.2.2.2	Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner	4-8
4.3.2.3	Kuesioner untuk Karyawan	4-8
4.3.2.3.1	Penentuan Teknik Sampling dan Ukuran Sampel	4-9
4.3.2.3.2	Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner	4-10

BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

5.1	Pengolahan Data Awal	5-1
5.1.1	Pengujian Validitas Instrumen	5-1
5.1.1.1	Pengujian Validitas Internal	5-1
5.1.1.2	Pengujian Validitas Eksternal	5-2
5.1.2	Pengujian Reliabilitas Instrumen	5-5
5.2	Pengukuran Kesenjangan Pelayanan dan Analisis Data.....	5-6
5.2.1	Pengolahan Data dan Analisis Gap 5	5-6
5.2.1.1	Pengolahan Data Gap 5 dengan Metode SERVQUAL.....	5-7
5.2.1.2	Pengolahan Data Gap 5 dengan Metode Pengujian Hipotesis	5-8
5.2.1.2.1	Uji Kesamaan Rata-Rata Dimensi Gap 5	5-8
5.2.1.2.2	Uji Kesamaan Rata-Rata Item Gap 5	5-10

5.2.1.3 Analisis Gap 5	5-13
5.2.2 Pengolahan Data dan Analisis Gap 1	5-21
5.2.2.1 Pengolahan Data Gap 1 dengan Metode SERVQUAL	5-21
5.2.2.2 Pengolahan Data Gap 1 dengan Metode Pengujian Hipotesis	5-22
5.2.2.2.1 Uji Kesamaan Rata-Rata Dimensi Gap 1	5-22
5.2.2.2.2 Uji Kesamaan Rata-Rata Item Gap 1	5-25
5.2.2.3 Analisis Gap 1	5-28
5.2.2.4 Analisis Penyebab Gap 1	5-32
5.2.3 Pengolahan Data dan Analisis Gap 2	5-34
5.2.3.1 Pengolahan Data Gap 2 per Dimensi	5-34
5.2.3.2 Pengolahan Data Gap 2 per Item	5-36
5.2.3.3 Analisis Gap 2	5-38
5.2.3.4 Analisis Penyebab Gap 2	5-41
5.2.4 Pengolahan Data dan Analisis Gap 3	5-44
5.2.4.1 Pengolahan Data Gap 3 per Dimensi	5-44
5.2.4.2 Pengolahan Data Gap 3 per Item	5-46
5.2.4.3 Analisis Gap 3	5-48
5.2.4.4 Analisis Penyebab Gap 3	5-50
5.2.5 Pengolahan Data dan Analisis Gap 4	5-54
5.2.5.1 Pengolahan Data Gap 4	5-54
5.2.5.2 Analisis Gap 4	5-55
5.2.5.3 Analisis Penyebab Gap 4	5-55
5.3 Analisis Keterkaitan Gap 5 (Kepuasan Konsumen) dengan Gap 1 – 4.....	5-56
5.4 Usulan	5-74
5.4.1 Usulan untuk Pihak Manajemen	5-74
5.4.2 Usulan untuk Karyawan	5-77
BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1 Kesimpulan	6-1
6.2 Saran	6-3

6.2.1	Saran untuk FredLin'Z Fitness Centre	6-3
6.2.2	Saran untuk Penelitian Selanjutnya	6-3
	DAFTAR PUSTAKA	xix
	LAMPIRAN	xx
	KOMENTAR DOSEN PENGUJI	xxi
	DATA PENULIS	xxiii

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
3.1	Variabel Penelitian Gap 5	3-8
3.2	Variabel Penyebab Gap 1 (Untuk Manajemen)	3-10
3.3	Variabel Penyebab Gap 2 (Untuk Manajemen)	3-11
3.4	Variabel Penyebab Gap 3 (Untuk Karyawan)	3-12
3.5	Variabel Penyebab Gap 4 (Untuk Karyawan)	3-13
5.1	Hasil Pengujian Validitas Eksternal Kuesioner Awal Persepsi Konsumen	5-2
5.2	Hasil Pengujian Validitas Eksternal Kuesioner Awal Harapan Konsumen	5-4
5.3	Hasil Perhitungan Rata-Rata Servqual Untuk Gap 5	5-7
5.4	Hasil Pengujian Hipotesis Untuk Gap 5 (Dimensi)	5-8
5.5	Hasil Pengujian Hipotesis Untuk Gap 5 (Item)	5-10
5.6	Hasil Perhitungan Rata-Rata Servqual Untuk Gap 1	5-21
5.7	Hasil Pengujian Hipotesis Untuk Gap 1 (Dimensi)	5-23
5.8	Hasil Pengujian Hipotesis Untuk Gap 1 (Item)	5-25
5.9	Hasil Skor Penyebab Gap 1	5-32
5.10	Hasil Perbandingan Persepsi Manajemen dengan Standar yang Ada (Dimensi)	5-34
5.11	Hasil Perhitungan Rata-Rata Untuk Gap 2	5-35
5.12	Hasil Perbandingan Persepsi Manajemen dengan Standar yang Ada (Item)	5-36
5.13	Hasil Skor Penyebab Gap 2	5-42
5.14	Hasil Perbandingan Standar yang Ada dengan Penyampaian Jasa Karyawan (Dimensi)	5-44
5.15	Hasil Perhitungan Rata-Rata Untuk Gap 3	5-45
5.16	Hasil Perbandingan Standar yang Ada dengan Penyampaian Jasa Karyawan (Item)	5-46

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
5.17	Hasil Skor Penyebab Gap 3	5-50
5.18	Hasil Perbandingan Penyampaian Jasa dengan Persepsi Konsumen	5-54
5.19	Hasil Skor Penyebab Gap 4	5-55

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2.1	Model Konseptual Kualitas Jasa	2-14
2.2	Model Gap Kualitas Jasa yang disempurnakan	2-15
2.3	Konsep Kepuasan Pelanggan	2-20
2.4	Teknik Sampling	2-23
3.1	Metodologi Penelitian	3-1
4.1	Struktur Organisasi FredLin'Z Fitness Centre	4-3
5.1	Diagram Batang Rata-Rata Servqual Gap 5	5-7
5.2	Diagram Batang Rata-Rata Servqual Gap 1	5-21
5.3	Diagram Batang Harapan Konsumen dan Persepsi Manajemen	5-22
5.4	Diagram Batang Persepsi Manajemen dan Spesifikasi Standar yang ada (Dimensi)	5-36
5.5	Diagram Batang Persepsi Manajemen dan Spesifikasi Standar yang ada (Item)	5-38
5.6	Diagram Batang Spesifikasi Standar yang ada dan Penyampaian Jasa (Dimensi)	5-46
5.7	Diagram Batang Spesifikasi Standar yang ada dan Penyampaian Jasa (Item)	5-48
5.8	Gambar Keterkaitan antara Gap 5 dengan Gap 1-4	5-57

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	- Kuesioner Penelitian Untuk Konsumen	L1 – 1
2	- Kuesioner Penelitian Untuk Manajemen	L2 – 1
3	- Kuesioner Penelitian Untuk Karyawan	L3 – 1
4	- Jawaban Kuesioner Awal Konsumen	L4 – 1
5	- Hasil Pengujian SPSS (Validitas dan Reliabilitas)	L5 – 1
6	- Jawaban Kuesioner Lanjutan Persepsi Konsumen	L6 – 1
	- Jawaban Kuesioner Lanjutan Harapan Konsumen	L6 – 10
	- Jawaban Kuesioner Lanjutan Bobot Kriteria Kepuasan Konsumen	L6 – 19
	- Jawaban Kuesioner Persepsi Manajemen terhadap Harapan Konsumen	L6 – 22
	- Jawaban Bobot Persepsi Manajemen Terhadap Harapan Konsumen	L6 – 22
	- Jawaban Kuesioner Perfomansi Standar Pelayanan	L6 – 23
	- Jawaban Kuesioner Persepsi Manajemen terhadap FredLin'Z Fitness Centre dan Operasinya	L6 – 24
	- Jawaban Kuesioner Persepsi Karyawan terhadap FredLin'Z Fitness Centre khususnya tempat fitness dan Operasinya	L6 – 24
	- Jawaban Kuesioner Penilaian Seberapa Besar Studio Photo dan Karyawan pada Pelayanan Jasa Photo Studio Memenuhi Janji untuk Memberikan Kualitas Pelayanan kepada Konsumen	L6 – 25

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
7	- Perhitungan Skor Servqual (Gap 5)	L7 – 1
	- Perhitungan Servqual Untuk Gap 5	L7 – 19
	- Perhitungan Rata-rata Dimensi Persepsi Konsumen	L7 – 25
	- Perhitungan Rata-rata Dimensi Harapan Konsumen	L7 – 26
8	- Perhitungan Servqual untuk Harapan Konsumen	L8 – 1
	- Perhitungan Servqual Persepsi Manajemen Terhadap Harapan Konsumen	L8 – 7
	- Perhitungan Rata-Rata Persepsi Manajemen terhadap Harapan Konsumen	L8 – 8
	- Perhitungan Rata-rata Spesifikasi Kualitas Jasa	L8 – 9
	- Perhitungan Rata-rata Penilaian Manajemen dan Supervisor Terhadap Kinerja Karyawan dan Fasilitas yang Diberikan FredLin'Z Fitness Centre	L8 –10
9	- Jawaban Pertanyaan Pendahuluan Oleh Konsumen	L9 – 1
10	- Tabel Nilai – nilai r Product Moment	L10 – 1
11	- Tabel Luas Wilayah di Bawah Kurva Normal	L11 – 1