

ABSTRAK

Rebel Gym merupakan salah satu tempat kebugaran di Kota Bandung yang menyediakan berbagai macam fasilitas antara lain *fitness center*, aikido, *aerobics*, yoga, pilates. Saat ini *Rebel Gym* memiliki tiga cabang yaitu *Rebel Gym 1* yang berlokasi di Jl. Prabudimuntur no. 4, *Rebel Gym 2* berlokasi di Jl. Surya Sumantri no. 18, *Rebel Gym 3* berlokasi di Pizet Mall. Dalam perkembangannya *Rebel Gym* cabang Surya Sumantri mengalami kemunduran dengan cukup banyaknya member yang tidak memperpanjang membershipnya. Maka *Rebel Gym* perlu memperhatikan dan meningkatkan kualitas pelayanannya guna meningkatkan loyalitas *member* terhadap *Rebel Gym*.

Tujuan penelitian ini adalah mengetahui dan menganalisis kesenjangan antara persepsi dan harapan *member* terhadap kualitas pelayanan, kesenjangan antara persepsi manajemen terhadap harapan *member* dengan harapan *member* terhadap kualitas pelayanan, kesenjangan antara persepsi manajemen terhadap harapan *member* dengan spesifikasi kualitas jasa yang telah ditetapkan, kesenjangan antara spesifikasi kualitas jasa yang telah ditetapkan dengan penyampaian jasa yang telah dilakukan, kesenjangan antara penyampaian jasa yang telah dilakukan dengan komunikasi eksternal, tingkat loyalitas *member*, kualitas pelayanan yang mempengaruhi loyalitas *member* dan memberi masukan tentang upaya yang perlu dilakukan untuk peningkatan kepuasan *member* dalam upaya meningkatkan loyalitas *member Rebel Gym* cabang Surya Sumantri.

Alat ukur yang digunakan dalam melakukan pengukuran adalah dengan metode SERVQUAL dengan lima dimensi pokok yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty*, dan menggunakan pengujian hipotesis untuk mengetahui layanan yang diberikan saat ini secara signifikan sudah memuaskan atau belum dibandingkan dengan harapan *member*. Sedangkan analisis jalur untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas *member*. Teknik sampling yang digunakan pada pembagian kuesioner kepada 72 *member Rebel Gym* cabang Surya Sumantri adalah *simple random sampling*.

Nilai rata-rata *Total Servqual Quality* ($\overline{TSQ_1}$) dari hasil pengolahan dan analisis data sebesar -0.0262. Hasil tersebut menunjukkan bahwa secara keseluruhan kualitas pelayanan *Rebel Gym* cabang Surya Sumantri belum memuaskan *member*nya. Dari analisis Gap 5 diperoleh 9 item kualitas pelayanan belum memuaskan *member*nya, analisis Gap 1 diperoleh 9 item kualitas pelayanan yang memiliki kesenjangan dengan 2 penyebab gap, analisis Gap 2 diperoleh 5 item kualitas pelayanan yang memiliki kesenjangan dengan 5 penyebab gap, analisis Gap 3 diperoleh 5 item kualitas pelayanan yang memiliki kesenjangan dengan 2 penyebab gap, analisis Gap 4 diperoleh 1 penyebab gap. Mayoritas persepsi *member* mengenai tingkat loyalitas *member* masuk kedalam kategori tinggi yaitu sebesar 62.50%.

Upaya-upaya yang dapat dilakukan *Rebel Gym* cabang Surya Sumantri dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan loyalitas *member*, diantaranya adalah melakukan perawatan terhadap peralatan *fitness* dan peralatan fasilitas pendukung lainnya, juga meningkatkan pelatihan khusus kepada karyawan.

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1-1
1.1 Latar Belakang Masalah	1-1
1.2 Identifikasi Masalah	1-2
1.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi	1-2
1.3.1 Pembatasan Masalah	1-2
1.3.2 Asumsi	1-3
1.4 Perumusan Masalah	1-3
1.5 Tujuan Penelitian	1-4
1.6 Sistematika Penulisan	1-4
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	2-1
2.1 Jasa	2-1
2.1.1 Pengertian Jasa	2-1
2.1.2 Karakteristik Jasa	2-2
2.2 Kualitas Jasa	2-3
2.2.1 Pengertian dan Perspektif Terhadap Kualitas	2-3
2.2.2 Definisi Kualitas Jasa	2-5
2.2.3 Dimensi Kualitas Jasa	2-8
2.2.4 Model Kualitas Jasa	2-10
2.2.5 Pengukuran Kualitas Jasa	2-15

2.3	Kepuasan Pelanggan	2-18
2.4	Loyalitas Konsumen	2-20
2.5	Teknik dan Metode Pengumpulan Data	2-25
2.6	Populasi dan Sampel	2-28
2.6.1	Metode Pengambilan Sampel	2-28
2.6.2	Penentuan Jumlah Sampel	2-31
2.7	Skala Pengukuran	2-31
2.8	Tipe Skala Pengukuran	2-32
2.9	Validitas dan Reliabilitas Kuesioner	2-33
2.9.1	Validitas Kuesioner	2-33
2.9.1.1	Pengujian Validitas Konstruksi (<i>Construct Validity</i>)	2-34
2.9.1.2	Pengujian Validitas Isi (<i>Content Validity</i>)	2-34
2.9.1.3	Pengujian Validitas Eksternal	2-34
2.9.2	Reliabilitas Kuesioner	2-35
2.10	Uji Hipotesis Menyangkut Dua Rataan	2-36
2.11	Pengukuran Tingkat Variabel	2-37
2.12	Metoda Successive Interval	2-37
2.13	Analisis jalur	2-37
BAB 3	METODOLOGI PENELITIAN	3-1
3.1	Penelitian Pendahuluan	3-1
3.2	Identifikasi Masalah	3-1
3.3	Perumusan Masalah	3-4
3.4	Penentuan Tujuan Penelitian	3-4
3.5	Studi Literatur	3-5
3.6	Pengumpulan Data Awal	3-6
3.7	Penentuan Variabel Penelitian	3-6
3.7.1	Variabel Penelitian Gap 5	3-6
3.7.2	Variabel Penelitian Gap 1	3-8
3.7.3	Variabel Penelitian Gap 2	3-8
3.7.4	Variabel Penelitian Gap 3	3-9

3.7.5	Variabel Penelitian Gap 4	3-11
3.8	Penyusunan Kuesioner Awal	3-11
3.8.1	Kuesioner Konsumen	3-12
3.8.2	Kuesioner Manajemen	3-13
3.8.3	Kuesioner Karyawan	3-15
3.9	Uji Validitas Konstruksi	3-16
3.10	Penentuan Ukuran Populasi	3-16
3.11	Penentuan Ukuran Sampel	3-16
3.11.1	Konsumen	3-16
3.11.2	Manajemen	3-16
3.11.3	Karyawan	3-17
3.12	Penentuan Teknik Sampling	3-17
3.13	Penyebaran Kuesioner Awal	3-17
3.14	Pemeriksaan Kuesioner Awal	3-17
3.15	Uji Validitas	3-18
3.16	Uji Reliabilitas	3-18
3.17	Penyebaran Kuesioner Penelitian	3-19
3.18	Pemeriksaan Kuesioner Penelitian	3-19
3.19	Pengolahan Data	3-19
3.19.1	Metode SERVQUAL	3-19
3.19.2	Pengujian Hipotesis untuk Gap 5	3-20
3.19.3	Pengujian Hipotesis untuk Gap 1	3-21
3.19.4	Pengujian Regresi Linier	3-22
3.20	Analisis Data	3-22
3.21	Kesimpulan dan Saran	3-23
BAB 4	PENGUMPULAN DATA	4-1
4.1	Data Umum Perusahaan	4-1
4.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan	4-1
4.1.2	Struktur Organisasi	4-1
4.2	Pengumpulan Data Pendahuluan	4-3
4.3	Penyusunan Kuesioner Penelitian	4-3

4.4	Pengumpulan Data Penelitian	4-4
4.4.1	Kuesioner Konsumen Awal	4-4
4.4.1.1	Penentuan Teknik Sampling dan Ukuran Sampel Awal	4-5
4.4.1.2	Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner Awal...	4-5
4.4.2	Pengumpulan Data Lanjutan	4-6
4.4.2.1	Penentuan Teknik Sampling dan Ukuran Sampel Lanjutan	4-6
4.4.2.2	Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner Lanjutan	4-7
4.4.3	Kuesioner Manajemen	4-8
4.4.3.1	Penentuan Teknik Sampling dan Ukuran Sampel Manajemen	4-8
4.4.3.2	Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner Manajemen	4-8
4.4.4	Kuesioner Karyawan	4-9
4.4.4.1	Penentuan Teknik Sampling dan Ukuran Sampel Karyawan	4-9
4.4.4.2	Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner Karyawan	4-9
BAB 5	PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS	5-1
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	5-1
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 ..	5-6
5.2.1.2	Pengolahan Data Gap 5 Dengan Metode Pengujian Hipotesis	5-8

5.2.1.2.1 Uji Kesamaan Rata-rata Tiap	
Dimensi Gap 5	5-8
5.2.1.2.2 Uji Kesamaan Rata-rata Tiap	
Item Gap 5	5-10
5.2.1.3 Analisis Gap 5	5-13
5.2.2 Pengolahan Data dan Analisis Gap 1	5-18
5.2.2.1 Pengolahan Data Gap 1 dengan Metode Servqual...	5-18
5.2.2.2 Pengolahan Data Gap 1 dengan Metode	
Pengujian Hipotesis	5-20
5.2.2.2.1 Uji Kesamaan Rata-Rata Tiap	
Dimensi Gap 1	5-20
5.2.2.2.2 Uji Kesamaan Rata-Rata Tiap	
Item Gap 1	5-22
5.2.2.3 Pengolahan Variabel Penyebab Gap 1	5-25
5.2.2.4 Analisis Gap 1	5-28
5.2.3 Pengolahan Data dan Analisis Gap 2	5-34
5.2.3.1 Pengolahan Data Gap 2 Tiap Dimensi	5-36
5.2.3.2 Pengolahan Data Gap 2 Tiap Item	5-38
5.2.3.3 Pengolahan Variabel Penyebab Gap 2	5-44
5.2.4 Pengolahan Data Gap 3	5-49
5.2.4.1 Pengujian Hipotesis Persepsi Konsumen	5-49
5.2.4.2 Pengolahan Data Gap 3 Tiap Item	5-51
5.2.4.3 Pengolahan Variabel Penyebab Gap 3	5-53
5.2.5 Pengolahan Data Gap 4	5-61
5.2.5.1 Pengolahan Gap 4	5-62
5.2.5.2 Pengolahan Variabel Gap 4	5-63
5.3 Analisis Keterkaitan Antara Kelima Gap (Gap 1, Gap 2,	
Gap 3, Gap 4 dan Gap 5)	5-66
5.4 Tingkat Loyalitas <i>Member</i>	5-97
5.5 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Berdasarkan	
Item-itemnya Loyalitas <i>Member</i>	5-98

5.6 Usulan	5-110
BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN	6-1
6.1 Kesimpulan	6-1
6.2 Saran	6-11
DAFTAR PUSTAKA	xvii
DATA PENULIS	xviii
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Variabel Penelitian Gap 5	3-6
Tabel 3.2 Variabel Penyebab Gap 1	3-8
Tabel 3.3 Variabel Penyebab Gap 2	3-9
Tabel 3.4 Variabel Penyebab Gap 3	3-10
Tabel 3.5 Variabel Penyebab Gap 4	3-11
Tabel 3.6 Tabel Persepsi Konsumen	3-12
Tabel 3.7 Tabel Harapan Konsumen	3-12
Tabel 3.8 Tabel Konsistensi Layanan	3-13
Tabel 3.9 Tabel Loyalitas Konsumen	3-13
Tabel 3.10 Tabel Persepsi Manajemen Terhadap Harapan Konsumen	3-14
Tabel 3.11 Tabel Standar Pelayanan	3-14
Tabel 3.12 Tabel Persepsi Manajemen Terhadap <i>Rebel Gym</i> dan Operasinya	3-14
Tabel 3.13 Tabel Penilaian Manajemen Terhadap Kinerja Karyawan	3-15
Tabel 3.14 Tabel Persepsi Karyawan	3-15
Tabel 3.15 Tabel Kejelasan Standar Karyawan	3-15
Tabel 5.1 Hasil Pengujian Validitas Eksternal Persepsi Konsumen	5-2
Tabel 5.2 Hasil Pengujian Validitas Eksternal Harapan Konsumen	5-4
Tabel 5.3 Rangkuman Nilai Rata-Rata Servqual Gap 5	5-7
Tabel 5.4 Hasil Pengujian Hipotesis Gap 5 Tiap Dimensi	5-9
Tabel 5.5 Hasil Pengujian Hipotesis Gap 5 Tiap Item	5-11
Tabel 5.6 Rangkuman Nilai Rata-Rata Servqual Gap 1	5-18
Tabel 5.7 Hasil Pengujian Hipotesis Gap 1 Tiap Dimensi	5-21
Tabel 5.8 Hasil Pengujian Hipotesis Gap 1 Tiap Item	5-23
Tabel 5.9 Hasil Nilai Penyebab Gap 1	5-25
Tabel 5.10 Pengolahan Data Gap 2 Untuk Tiap Dimensi	5-37
Tabel 5.11 Standar Tertulis yang Ada pada <i>Rebel Gym</i>	5-39
Tabel 5.12 Pengolahan Gap 2 untuk Tiap Item	5-40

Tabel 5.13 Variabel Penyebab Gap 2 untuk Manajemen	5-44
Tabel 5.14 Hasil Pengujian Hipotesis Persepsi Konsumen	5-50
Tabel 5.15 Konsistensi Pelayanan yang Diberikan oleh <i>Rebel Gym</i> Cabang Surya Sumantri	5-52
Tabel 5.16 Variabel Penyebab Gap 3	5-54
Tabel 5.17 Perbandingan Penyampaian Jasa dan Persepsi <i>Member</i>	5-63
Tabel 5.18 Hasil Nilai Penyebab Gap 4	5-64
Tabel 5.19 Kesimpulan Pengolahan Data dari Kelima Gap	5-66
Tabel 5.20 Tingkat Loyalitas <i>Member</i>	5-97
Tabel 5.21 Hasil Pengolahan Data Analisis Jalur Item Variabel Tangibles Terhadap Variabel Y	5-98
Tabel 5.22 Hasil Korelasi Antara Variabel dan Y	5-101
Tabel 5.23 Hasil Pengolahan Data Analisis Jalur Item Variabel <i>Reliability</i> Terhadap Variabel Y	5-102
Tabel 5.24 Hasil Korelasi Antara Variabel dan Y	5-103
Tabel 5.25 Hasil Pengolahan Data Analisis Jalur Item Variabel <i>Responsiveness</i> Terhadap Variabel Y	5-103
Tabel 5.26 Hasil Korelasi Antara Variabel dan Y	5-104
Tabel 5.27 Hasil Pengolahan Data Analisis Jalur Item Variabel <i>Assurance</i> Terhadap Variabel Y	5-105
Tabel 5.28 Hasil Korelasi Antara Variabel dan Y	5-106
Tabel 5.29 Hasil Pengolahan Data Analisis Jalur Item Variabel <i>Emphaty</i> Terhadap Variabel Y	5-107
Tabel 5.30 Hasil Korelasi Antara Variabel dan Y	5-108
Tabel 5.31 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas <i>Member</i> <i>Rebel Gym</i>	5-108
Tabel 5.32 Kualitas Pelayanan Yang Menjadi Prioritas Utama Perbaikan Untuk Ditingkatkan Bagi Pihak Manajemen <i>Rebel Gym</i>	5-110

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Diagram Segitiga Pemasaran Jasa	2-2
Gambar 2.2 Gambar <i>conceptual Model of Service Quality</i>	2-13
Gambar 2.3 Model Konseptual Kualitas Jasa Diperluas	2-14
Gambar 2.4 Teknik Sampling	2-29
Gambar 3.1 Metodologi Penelitian	3-2
Gambar 4.1 Struktur Organisasi <i>Rebel Gym</i>	4-2
Gambar 5.1 Diagram Batang Nilai Rata-rata Servqual Gap 5	5-7
Gambar 5.2 Diagram Batang Nilai Rata-rata Servqual Gap 1	5-19
Gambar 5.3 Diagram Batang Persepsi Manajemen Terhadap Harapan <i>Member</i>	5-19
Gambar 5.4 Diagram Batang Perbandingan Gap 2 Tiap Dimensi	5-38
Gambar 5.5 Penyebab Gap 1, Gap2, Gap 3 dan Gap 4 Serta Ketidakpuasan Terhadap Dimensi Kualitas Gap 5	5-69
Gambar 5.6 Nilai Koefisien Jalur Sruktural Item-item Dimensi <i>Tangible</i>	5-100
Gambar 5.7 Nilai Koefisien Jalur Sruktural Item-item Dimensi <i>Reliability</i>	5-102
Gambar 5.8 Nilai Koefisien Jalur Sruktural Item-item Dimensi <i>Responsiveness</i>	5-104
Gambar 5.9 Nilai Koefisien Jalur Sruktural Item-item Dimensi <i>Assurance</i>	5-106
Gambar 5.10 Nilai Koefisien Jalur Sruktural Item-item Dimensi <i>Emphaty</i>	5-107

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Sebelum Konstruksi	L1-1
Lampiran 2 Komentar dan Perbaikan Kuesioner	L2-1
Lampiran 3 Kuesioner Setelah Konstruksi	L3-1
Lampiran 4 Kuesioner Penelitian Awal	L4-1
Lampiran 5 Kuesioner Penelitian Lanjutan	L5-1
Lampiran 6 Kuesioner Penelitian Manajemen	L6-1
Lampiran 7 Kuesioner Penelitian Karyawan	L7-1
Lampiran 8 Daftar Responden	L8-1
Lampiran 9 Hasil Kuesioner Penelitian Awal	L9-1
Lampiran 10 Hasil Kuesioner Penelitian Lanjutan	L10-1
Lampiran 11 Hasil Kuesioner Penelitian Manajemen	L11-1
Lampiran 12 Hasil Kuesioner Penelitian Karyawan	L12-1
Lampiran 13 Analisis Gap 5	L13-1
Lampiran 14 Analisis dan Penyebab Gap 1	L14-1
Lampiran 15 Analisis dan Penyebab Gap 2	L15-1
Lampiran 16 Analisis dan Penyebab Gap 3	L16-1
Lampiran 17 Analisis dan Penyebab Gap 4	L17-1
Lampiran 18 Analisis Tingkat Loyalitas Member	L18-1
Lampiran 19 Analisis Jalur Berdasarkan Setiap Item	L19-1
Lampiran 20 Tabel Nilai R Product Moment Pearson	L20-1
Lampiran 21 Tabel Bilangan Random	L21-1
Lampiran 22 Tabel Nilai Z	L22-1