

## ABSTRAK

Seiring dengan perkembangan zaman maka kompetisi antar bioskop pun semakin meningkat. Tentu Manajemen Bioskop XXI Cabang BTC (Bandung Trade Centre Mall) perlu untuk memikirkan dan menentukan langkah yang tepat dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan untuk meningkatkan loyalitas konsumennya.

Tujuan penelitian ini adalah mengetahui dan menganalisis kesenjangan antara persepsi dan harapan konsumen terhadap kualitas pelayanan, kesenjangan antara persepsi manajemen terhadap harapan konsumen dengan harapan konsumen terhadap kualitas pelayanan, kesenjangan antara persepsi manajemen terhadap harapan konsumen 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 konsumen, kualitas pelayanan yang berpengaruh terhadap loyalitas konsumen dan mengusulkan upaya yang perlu dilakukan untuk peningkatan kepuasan konsumen dalam upaya meningkatkan loyalitas konsumen Bioskop XXI Cabang BTC.

Lima dimensi pokok, yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*. Alat ukur yang digunakan dalam melakukan pengukuran adalah dengan metode SERVQUAL dan pengujian hipotesis untuk mengetahui layanan yang diberikan saat ini secara signifikan sudah memuaskan atau belum dibandingkan dengan harapan konsumen. Sedangkan analisis regresi dan korelasi serta pengujian hipotesis untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen. Teknik sampling yang digunakan pada pembagian kuesioner kepada 101 konsumen Bioskop XXI Cabang BTC adalah *purposive convenience sampling*.

Dari pengukuran dan analisis kualitas pelayanan, diperoleh nilai *Total Servqual Quality* (TSQ) adalah -0.0039. Hal ini menunjukkan secara keseluruhan kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak Bioskop XXI (BTC) kepada konsumen belum memuaskan. Dari analisis Gap 5 diperoleh 19 item kualitas yang terjadi kesenjangan, dari analisis Gap 1 diperoleh 5 item kualitas pelayanan yang terjadi kesenjangan, dari analisis Gap 2 diperoleh 3 item kualitas pelayanan yang memiliki kesenjangan, dari analisis Gap 3 diperoleh 2 item kualitas pelayanan yang memiliki kesenjangan, sedangkan dari analisis Gap 4 tidak ada item kualitas yang terjadi kesenjangan. Mayoritas persepsi konsumen mengenai tingkat loyalitas konsumen masuk dalam kategori rendah (49%). Dari analisis regresi dan korelasi diketahui ada 3 item yang berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Upaya-upaya yang dapat dilakukan Manajemen Bioskop XXI untuk perbaikan, diantaranya adalah memberikan imbalan lebih kepada karyawan yang melakukan peningkatan pelayanan. Dengan adanya imbalan lebih diharapkan semua karyawan menjadi terpacu untuk memberikan pelayanan yang terbaik. Dan Manajer Bioskop XXI BTC diharapkan aktif turun ke lapangan untuk melihat situasi yang terjadi.

## DAFTAR ISI

Halaman

<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	i
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	ii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iii
<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xv
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	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 dan Manfaat Penelitian.....	1-4
1.5.1 Tujuan Penelitian .....	1-4
1.5.2 Manfaat Penelitian .....	1-5
1.6 Sistematika Penulisan .....	1-5
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	2-1
2.1 Jasa.....	2-1
2.1.1 Konsep dan Pengertian Jasa.....	2-1
2.1.2 Karakteristik Jasa.....	2-1
2.2 Kualitas Jasa.....	2-3
2.2.1 Defenisi Kualitas Jasa.....	2-3
2.2.2 Dimensi Kualitas Jasa.....	2-3

2.2.3	Model Kualitas Jasa.....	2-5
2.2.4	Pengukuran Kualitas Jasa.....	2-9
2.3	Kepuasan Pelanggan.....	2-11
2.4	Loyalitas Pelanggan.....	2-12
2.5	Regresi & Korelasi.....	2-14
2.6	Teknik dan Metode Pengumpulan Data.....	2-15
2.6.1	Wawancara ( <i>Interview</i> ).....	2-15
2.6.2	Kuesioner (Angket).....	2-16
2.6.3	Observasi.....	2-16
2.6.4	Populasi dan Sampel .....	2-16
2.6.4.1	Populasi.....	2-16
2.6.4.2	Sampel.....	2-17
2.6.4.3	Teknik Sampling.....	2-18
2.6.5	Menentukan Ukuran Sampel.....	2-20
2.6.6	Skala Pengukuran dan Instrumen Penelitian.....	2-21
2.6.6.1	Macam-macam Skala Pengukuran.....	2-21
2.7	Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	2-22
2.7.1	Pengujian Validitas Instrumen.....	2-22
2.7.2	Pengujian Reliabilitas Instrumen.....	2-23
<b>BAB 3</b>	<b>METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>3-1</b>
3.1	Penelitian Awal.....	3-1
3.2	Identifikasi Masalah.....	3-1
3.3	Pembatasan Masalah dan Asumsi.....	3-5
3.3.1	Pembatasan Masalah.....	3-5
3.3.2	Asumsi.....	3-5
3.4	Perumusan Masalah.....	3-5
3.5	Tujuan Penelitian.....	3-6
3.6	Studi Literatur.....	3-7
3.7	Pengumpulan Data Pendahuluan.....	3-7
3.8	Pengidentifikasian Variabel Penelitian.....	3-7

3.8.1	Identifikasi Variabel Penelitian.....	3-8
3.8.2	Identifikasi Variabel Penyebab Gap 1.....	3-9
3.8.3	Identifikasi Variabel Penyebab Gap 2.....	3-10
3.8.4	Identifikasi Variabel Penyebab Gap 3.....	3-12
3.8.5	Identifikasi Variabel Penyebab Gap 4.....	3-14
3.8.6	Identifikasi Variabel Loyalitas Konsumen.....	3-15
3.9	Penyusunan Kuesioner Pendahuluan.....	3-15
3.9.1	Penyusunan Kuesioner Konsumen.....	3-16
3.9.2	Penyusunan Kuesioner Manajemen.....	3-18
3.9.3	Penyusunan Kuesioner Karyawan.....	3-20
3.10	Uji Validasi Konstruksi.....	3-21
3.11	Penentuan Ukuran Sampel Konsumen Awal.....	3-21
3.12	Penentuan Teknik Sampling Konsumen Awal.....	3-21
3.13	Penyebaran Kuesioner Konsumen Awal.....	3-21
3.14	Pengujian Validitas Kuesioner Konsumen Awal.....	3-21
3.15	Pengujian Reliabilitas Kuesioner Konsumen Awal.....	3-22
3.16	Penentuan Ukuran Sampel Konsumen Lanjutan.....	3-22
3.17	Penentuan Teknik Sampling Konsumen Lanjutan.....	3-23
3.18	Pengumpulan Data Akhir.....	3-23
3.19	Pengolahan Data.....	3-23
3.19.1	Metode <i>Servqual</i> .....	3-23
3.19.2	Pengukuran Tingkat Variabel Loyalitas Konsumen.....	3-25
3.19.3	Metode Regresi dan Korelasi.....	3-26
3.20	Pengujian Hipotesis.....	3-26
3.20.1	Pengujian Hipotesis Untuk Gap 5.....	3-26
3.20.2	Pengujian Hipotesis Untuk Gap 1.....	3-27
3.20.3	Pengujian Hipotesis Untuk Gap 4.....	3-28
3.21	Analisis Data .....	3-29
3.22	Kesimpulan dan Saran.....	3-29

<b>BAB 4</b>	<b>PENGUMPULAN DATA</b> .....	4-1
4.1	Objek Pengamatan.....	4-1
4.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan.....	4-1
4.1.2	Struktur Organisasi.....	4-2
4.2	Pengumpulan Data Pendahuluan.....	4-3
4.3	Penyusunan Kuesioner.....	4-5
4.4	Pengumpulan Data Penelitian.....	4-10
4.4.1	Kuesioner Konsumen Awal.....	4-10
4.4.1.1	Penentuan Teknik Sampling dan Ukuran Sampel Awal.....	4-10
4.4.1.2	Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner Awal.....	4-11
4.4.2	Pengumpulan Data Lanjutan.....	4-11
4.4.3	Penentuan Teknik Sampling Kuesioner Konsumen Lanjutan.....	4-11
4.4.4	Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner Lanjutan.....	4-12
4.5	Kuesioner Manajemen.....	4-12
4.6	Kuesioner Karyawan.....	4-13
<b>BAB 5</b>	<b>PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS</b> .....	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.....	5-4
5.2	Pengukuran Kesenjangan Pelayanan dan Analisis Data.....	5-4
5.2.1	Pengolahan Data dan Analisis Gap 5.....	5-5
5.2.1.1	Pengolahan Data Gap 5 dengan Metode Servqual.....	5-5
5.2.1.2	Pengolahan Data Gap 5 Dengan Metode Pengujian Hipotesis.....	5-6

5.2.1.2.1 Uji Kesamaan Rata-Rata Tiap Dimensi Gap 5.....	5-6
5.2.1.2.2 Uji Kesamaan Rata-Rata Tiap Item Gap 5.....	5-8
5.2.1.3 Analisis Gap 5.....	5-11
5.2.2 Pengolahan Data dan Analisis Gap 1.....	5-17
5.2.2.1 Pengolahan Data Gap 1 dengan Metode Uji Hipotesis.....	5-17
5.2.2.2 Pengolahan Variabel Penyebab Gap 1.....	5-22
5.2.2.3 Analisis Gap 1.....	5-23
5.2.3 Pengolahan Data dan Analisis Gap 2.....	5-24
5.2.3.1 Pengolahan Data Gap 2.....	5-24
5.2.3.2 Analisis Penyebab Gap 2.....	5-27
5.2.3.3 Analisis Gap 2.....	5-28
5.2.4 Pengolahan Data dan Analisis Gap 3.....	5-29
5.2.4.1 Pengolahan Data Gap 3.....	5-29
5.2.4.2 Analisis Penyebab Gap 3.....	5-31
5.2.4.3 Analisis Gap 3.....	5-33
5.2.5 Pengolahan Data dan Analisis Gap 4.....	5-34
5.2.5.1 Pengolahan Data Gap 4 dengan Uji Hipotesis....	5-34
5.2.5.2 Analisis Gap 4.....	5-36
5.3 Rangkuman Keterkaitan Gap 5 dengan Gap 1-4.....	5-36
5.3.1 Analisis Keterkaitan Antar Gap.....	5-37
5.4 Pengolahan dan Analisis Loyalitas Konsumen.....	5-38
5.4.1 Pengolahan Loyalitas Konsumen.....	5-38
5.4.2 Regresi dan Korelasi.....	5-39
5.5 Usulan Perbaikan.....	5-43
<b>BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>6-1</b>
6.1 Kesimpulan.....	6-1
6.2 Saran .....	6-6

6.2.1	Saran Bagi Manajemen Kereta Api Argo Gede.....	6-7
6.2.2	Saran Bagi Penelitian Lebih Lanjut .....	6-7

<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>DP-1</b>
----------------------------	-------------

**LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1	Rangkuman Kesepuluh Dimensi Kualitas Jasa.....2-5
Tabel 3.1	Variabel Penelitian.....3-8
Tabel 3.2	Variabel Penyebab Gap 1 untuk Manajemen.....3-10
Tabel 3.3	Variabel Penyebab Gap 2 untuk Manajemen.....3-11
Tabel 3.4	Variabel Penyebab Gap 3 untuk Karyawan.....3-12
Tabel 3.5	Variabel Penyebab Gap 4 untuk Karyawan.....3-14
Tabel 3.6	Variabel Penelitian Loyalitas Konsumen.....3-15
Tabel 3.7	Skala Likert Persepsi Responden dalam Kualitas Pelayanan....3-16
Tabel 3.8	Skala Likert Harapan dalam Kualitas Pelayanan.....3-17
Tabel 3.9	Bobot Kelima Dimensi <i>Servqual</i> .....3-17
Tabel 3.10	Skala Penilaian Jawaban Loyalitas Konsumen.....3-18
Tabel 3.11	Skala Likert untuk Persepsi Manajemen terhadap Harapan Konsumen.....3-19
Tabel 3.12	Skala Performansi Standar Pelayanan di Bioskop XXI Cabang BTC.....3-19
Tabel 3.13	Skala untuk Persepsi Manajemen terhadap Bioskop XXI Cabang BTC dan Operasinya.....3-20
Tabel 3.14	Skala Penilaian Kejelasan Standar Bagi Karyawan.....3-20
Tabel 4.1	Hal-hal Yang Menjadi Pertimbangan Oleh Konsumen Memilih Bioskop.....4-4
Tabel 4.2	Kuesioner Sebelum Konstruksi.....4-5
Tabel 4.3	Komentar Tentang Kuesioner.....4-7
Tabel 4.4	Kuesioner setelah Konstruksi.....4-9
Tabel 4.5	Jumlah Kuesioner Awal yang Dibutuhkan.....4-14
Tabel 5.1	Hasil Pengujian Validitas Eksternal Kuesioner Awal Persepsi Konsumen.....5-2
Tabel 5.2	Hasil Pengujian Validitas Eksternal Kuesioner Awal Harapan Konsumen.....5-3

Tabel 5.3	Rangkuman Nilai Rata-rata Servqual Gap 5.....	5-5
Tabel 5.4	Hasil Pengujian Hipotesis Gap 5 Untuk Tiap Dimensi.....	5-8
Tabel 5.5	Hasil Pengujian Hipotesis Gap 5 Tiap Item.....	5-10
Tabel 5.6	Hasil Pengujian Hipotesis Gap 1 Tiap Item.....	5-18
Tabel 5.7	Hasil Nilai Penyebab Gap 1.....	5-22
Tabel 5.8	Perbandingan Persepsi Manajemen dengan Standar yang Ditetapkan.....	5-25
Tabel 5.9	Hasil Nilai Penyebab Gap 2.....	5-27
Tabel 5.10	Perbandingan Standar yang Ditetapkan dengan Penyampaian Jasa.....	5-30
Tabel 5.11	Hasil Skor Penyebab Gap 3.....	5-31
Tabel 5.12	Hasil Perbandingan Penyampaian Jasa dengan Persepsi Konsumen.....	5-36
Tabel 5.13	Rangkuman Pengolahan Data dari Kelima Gap.....	5-36
Tabel 5.14	Paparan Pembagian Wewenang.....	5-38
Tabel 5.15	Tingkat Loyalitas Konsumen.....	5-39
Tabel 5.16	Prioritas Perbaikan.....	5-43

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Kualitas Jasa (Gap Model).....	2-7
Gambar 2.2 Model Gap Yang Disempurnakan.....	2-8
Gambar 2.3 Konsep Kepuasan Pelanggan.....	2-12
Gambar 2.4 Skema Teknik Sampling.....	2-18
Gambar 3.1 Bagan Alir penelitian.....	3-2
Gambar 3.2 Model Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen.....	3-26
Gambar 3.3 Gambar Wilayah Penerimaan dan Penolakan.....	3-27
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Bioskop XXI Cabang BTC.....	4-2
Gambar 5.1 Diagram Batang Rata-Rata Servqual Gap 5.....	5-6
Gambar 5.2 Wilayah Kritis Tabel Z.....	5-7
Gambar 5.3 Diagram Batang Harapan Konsumen- Persepsi Manajemen.....	5-20
Gambar 5.4 Diagram Batang Persepsi Manajemen – Spesifikasi Standar yang ada.....	5-26
Gambar 5.5 Diagram Batang Spesifikasi Standar yang Ditetapkan dengan Penyampaian Jasa.....	5-31
Gambar 5.6 Wilayah Kritis Tabel t.....	5-42
Gambar 5.7 Usulan Kelengkapan Fasilitas WC.....	5-46
Gambar 5.8 Bangku Tunggu Pengunjung.....	5-46
Gambar 5.9 Lokasi Penempatan Bangku Tunggu Pengunjung.....	5-47
Gambar 5.10 Usulan Tanda Pintu Darurat.....	5-48
Gambar 5.11 Lokasi Penempatan Tanda Exit.....	5-48
Gambar 5.12 Banner Film.....	5-48
Gambar 5.13 Lokasi Penempatan Banner Film.....	5-49
Gambar 5.14 Bentuk Jam Dinding.....	5-49
Gambar 5.15 Lokasi Penempatan Jam Dinding.....	5-50

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman	
Lampiran 1	Kuesioner Pendahuluan	L1-1
Lampiran 2	Kuesioner Penelitian (Konsumen)	L2-1
Lampiran 3	Kuesioner Penelitian (Manajemen)	L3-1
Lampiran 4	Kuesioner Penelitian (Karyawan)	L4-1
Lampiran 5	Input Pengujian Validitas dan Reliabilitas	L5-1
Lampiran 6	Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas	L6-1
Lampiran 7	Hasil Penyebaran Kuesioner Konsumen	L7-1
Lampiran 8	Hasil Penyebaran Kuesioner Manajemen	L8-1
Lampiran 9	Hasil Penyebaran Kuesioner Karyawan	L9-1
Lampiran 10	Hasil Pengolahan Loyalitas	L10-1
Lampiran 11	Tabel Distribusi Z	L11-1
Lampiran 12	Tabel Distribusi t	L12-1
Lampiran 13	Form Validasi Konstruk	L13-1
Lampiran 14	Form Komentar Seminar Proposal	L14-1
Lampiran 15	Form Komentar Seminar Isi	L15-1