

**ANALISIS PENGARUH PELAYANAN JASA TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PADA BIOSKOP XXI PSX DI PALEMBANG
(STUDI KASUS MAHASISWA FAKULTAS
EKONOMI UNIVERSITAS SRIWIJAYA)**



Skripsi Oleh :

**FEIRUZ RIZKI
NIM 01071001053
Jurusan Manajemen**

**Untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat – Syarat Guna Mencapai
Gelar Sarjana Ekonomi**

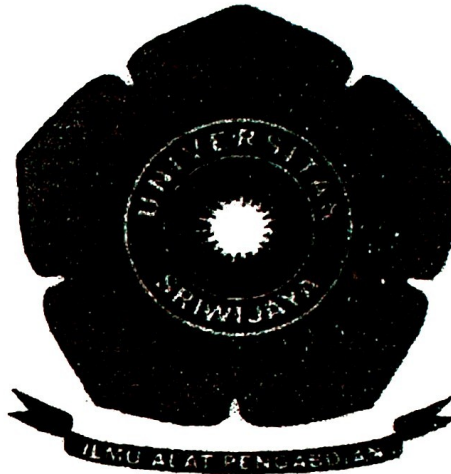
**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI**

2014

S
330.107
Fei
a
2014

p
26382 / 26943.

**ANALISIS PENGARUH PELAYANAN JASA TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PADA BIOSKOP XXI PSX DI PALEMBANG
(STUDI KASUS MAHASISWA FAKULTAS
EKONOMI UNIVERSITAS SRIWIJAYA)**



Skripsi Oleh :

**FEIRUZ RIZKI
NIM 01071001053
Jurusan Manajemen**

**Untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat – Syarat Guna Mencapai
Gelar Sarjana Ekonomi**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI**

2014

KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

FAKULTAS EKONOMI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : FEIRUZ RIZKI
NIM : 01071001053
JURUSAN : MANAJEMEN
MATA KULIAH : MANAJEMEN PEMASARAN
**JUDUL SKRIPSI : ANALISIS PENGARUH PELAYANAN JASA
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA
BIOSKOP XXI PSX DI PALEMBANG (STUDI
KASUS MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SRIWIJAYA)**

Disetujui untuk digunakan dalam ujian komprehensif

Tanggal Persetujuan

Tanggal : Juni 2014

Dosen Pembimbing

Ketua



Dr. Zakaria Wahab, M.B.A.
NIP. 195707141984031005

Tanggal : Juni 2014

Anggota



Welly Nailis, S.E., M.M.
NIP. 197407102008011011

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI**

TANDA PERSETUJUAN PANITIA UJIAN KOMPREHENSIF

NAMA : FEIRUZ RIZKI
NIM : 01071001053
JURUSAN : MANAJEMEN
MATA KULIAH : MANAJEMEN PEMASARAN
**JUDUL SKRIPSI : ANALISIS PENGARUH PELAYANAN JASA
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA
BIOSKOP XXI PSX DI PALEMBANG (STUDI
KASUS MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SRIWIJAYA)**

Telah diuji dalam ujian komprehensif pada tanggal 23 Juni 2014 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Panitia Ujian Komprehensif
Inderalaya, Juni 2014

Ketua,

Anggota,

Anggota,


Dr. Zakaria Wahab, MBA
NIP. 195707141984031005


Welly Nailis, SE, MM
NIP. 197407102008011011


Dra. Suhartini Karim, MM
NIP. 195210201981032002

Mengetahui,
Ketua Jurusan


Dr. Zakaria Wahab, MBA
NIP. 195707141984031005

SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : FEIRUZ RIZKI
NIM : 01071001053
Jurusan : Manajemen
Bidang Kajian : Manajemen Pemasaran
Fakultas : Ekonomi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang berjudul :
**ANALISIS PENGARUH PELAYANAN JASA TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PADA BIOSKOP XXI PSX DI PALEMBANG (STUDI KASUS
MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS SRIWIJAYA)**

Pembimbing :
Ketua : Dr. Zakaria Wahab, MBA
Anggota : Welly Nailis, SE, MM
Tanggal Ujian : 23 Juni 2014

adalah benar hasil karya Saya sendiri. Dalam skripsi ini tidak ada kutipan hasil karya orang lain yang tidak disebutkan sumbernya.

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya, dan apabila pernyataan Saya ini tidak benar dikemudian hari, Saya bersedia dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaan.

Inderalaya, 3 Juli 2014
Pembuat Pernyataan,



FEIRUZ RIZKI
NIM 01071001053

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

طَلَبُ الْعِلْمِ فَرِيضَةٌ عَلَى كُلِّ مُسْلِمٍ وَمُسْلِمَةٍ

" Mencari ilmu itu adalah wajib bagi setiap muslim laki-laki maupun muslim perempuan". (HR. Ibnu Abdil Barr)

مَنْ أَرَادَ الدُّنْيَا فَعَلَيْهِ بِاَلْعِلْمِ، وَمَنْ أَرَادَ الْآخِرَةَ فَعَلَيْهِ بِاَلْعِلْمِ، وَمَنْ أَرَادَهُمَا فَعَلَيْهِ بِاَلْعِلْمِ

"Barang siapa yang menghendaki kehidupan dunia maka wajib baginya memiliki ilmu, dan barang siapa yang menghendaki kehidupan Akherat, maka wajib baginya memiliki ilmu, dan barang siapa menghendaki keduanya maka wajib baginya memiliki ilmu". (HR. Turmudzi)

مَنْ خَرَجَ فِي طَلَبِ الْعِلْمِ فَهُوَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ حَتَّى يَرْجِعَ

"Barang siapa yang keluar untuk mencari ilmu maka ia berada di jalan Allah hingga ia pulang". (HR. Turmudzi)

Kupersembahkan Untuk:

Allah dan Rasulallah

Ayah, Bunda, Bang Fitra, Juanda, Aldi, Elvira

Serta Seluruh Saudaraku Muslim Di Dunia

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, karena atas izin-Nya jualah penulisan skripsi ini dapat diselesaikan sebagaimana mestinya.

Penulisan skripsi ini mengambil judul **"Analisis Pengaruh Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bioskop XXI PSX Di Palembang (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya)"**. Penulisan skripsi ini dibagi dalam enam bab, terdiri dari Bab I Pendahuluan, Bab II Tinjauan Pustaka, Bab III Metode Penelitian, Bab IV Analisis dan Pembahasan, dan Bab V Kesimpulan dan Saran.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari terbatasnya kemampuan serta pengetahuan yang penulis miliki. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun dari pembaca sehingga dapat menjadi bahan masukan bagi penulis.

Akhir kata penulis mengharapkan kiranya skripsi ini dapat bermanfaat bagi saya khususnya dan semua orang pada umumnya.

Inderalaya, 23 Juni 2014

Feiruz Rizki

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT karena atas rahmat dan hidayahNya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **"Analisis Pengaruh Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bioskop XXI PSX Di Palembang (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya)"** sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar sarjana ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.

Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan memberi dukungan baik moril maupun material dalam penulisan skripsi ini, antara lain:

1. Prof. Dr. Hj. Badia Perizade, MBA, Rektor Universitas Sriwijaya.
2. Prof. Dr. Taufik Marwah, M.Si, Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
3. Dr. Zakaria Wahab, MBA, Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
4. Welly Nailis, SE, MM, Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
5. Drs. H. Supardi A. Bakri, MPA, selaku Dosen Pembimbing Akademik.
6. Bapak Dr. Zakaria Wahab, MBA, selaku Dosen Pembimbing I Skripsi.
7. Bapak Welly Nailis, SE, MM, selaku Dosen Pembimbing II Skripsi.
8. Ibu Dra. Suhartini Karim MM, selaku Dosen Penguji Komprehensif.
9. Para Staf, Pegawai dan Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
10. Ayah, Bunda, Bang Fitra, Juanda, Aldi, Elvira serta seluruh keluarga di Medan.
11. Sahabat-sahabatku Shabab Hizb, Teman GEMA Pembebasan, Komunitas Pengusaha Tanpa Riba, Manajemen 2007 dan teman-teman di Inderalaya, Medan, Lombok, Jogja dan lainnya

12. Organisasi, BEM FE Unsri, GEMA Pembebasan UNSRI dan Ikatan Mahasiswa Muslim Sumatera Utara, EIT, I-Cost dan lainnya.

Semoga Allah SWT membalas budi baiknya dan berkah kepada kita semua, Amin.

Penulis,

Feiruz Rizki

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PERSETUJUAN PANITIA UJIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
UCAPAN TERIMA KASIH	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
ABSTRAKSI	xiv
ABSTRACT	xv

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang	2
1.2. Perumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	6
1.4.1. Manfaat Teoritis.....	6
1.4.2. Manfaat Praktis	6

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori	7
2.1.1 Produk	7
2.1.2 Fasilitas	9
2.1.3 <i>Layout</i>	10
2.1.4 Layanan Dan Kepuasan Konsumen	10
2.1.5 Merek	12
2.2. Kerangka Konseptual Penelitian	13
2.3. Penelitian Terdahulu	13
2.4. Gambaran Umum Dan Objek Penelitian	17

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Rancangan Penelitian	21
3.2. Populasi Dan Sampel	21
3.3. Variabel Penelitian	22
3.3.1. Identifikasi Variabel Penelitian	22
3.3.2. Batasan Variabel Penelitian	23
3.3.3. Pengukuran Variabel Penelitian	24
3.4. Instrumen Penelitian	25
3.5. Jenis Data, Sumber dan Metode Pengumpulan Data	25
3.5.1. Jenis Data	25
3.5.2. Sumber Data	25
3.6. Metode Pengumpulan Data	26

3.7. Teknik Analisis Data	27
---------------------------------	----

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1. Analisis Frekuensi dan Analisis Deskriptif	29
4.1.1. Analisis Frekuensi	29
4.1.1.1. Profil Responden.....	30
4.1.1.2. Prilaku Responden	33
4.1.2. Analisis Deskriptif	36
4.2. Analisis Tabulasi Silang	38
4.3. Uji Data (<i>Validity & Reability</i>).....	48
4.4. Analisis Korelasi Dan Regresi Linear.....	52

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan	61
5.2. Saran	63

DAFTAR PUSTAKA	65
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN	67
-----------------------	-----------

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Jenis Kelamin	30
Tabel 4.2	Jurusan	31
Tabel 4.3	Smester	31
Tabel 4.4	Rata-Rata Pengeluaran	32
Tabel 4.5	Lama Menggunakan.....	33
Tabel 4.6	Berapa Kali Dalam Sebulan	34
Tabel 4.7	Jenis Film	34
Tabel 4.8	Alasan Memilih XXI PSX Palembang.....	35
Tabel 4.9	Bersama Siapa	36
Tabel 4.10	Analisis Deskriptif.....	36
Tabel 4.11	Analisis Tabulasi Silang Berapa Lama * Jenis Kelamin	38
Tabel 4.12	Analisis Tabulasi Silang Berapa Kali Sebulan * Jenis Kelamin ...	39
Tabel 4.13	Analisis Tabulasi Silang Berapa Kali Sebulan * Pengeluaran	41
Tabel 4.14	Analisis Tabulasi Silang Jenis Film Komedi * Jenis Kelamin	43
Tabel 4.15	Analisis Tabulasi Silang Mengapa Memilih XXI PSX * Jenis Kelamin	44
Tabel 4.16	Analisis Tabulasi Silang Mengapa Memilih XXI PSX * Pengeluaran	46
Tabel 4.17	Hasil Uji Validitas Variabel	50
Tabel 4.18	Hasil Uji Reliabilitas	51
Tabel 4.19	<i>Correlations</i>	61

Tabel 4.20	<i>Variabels Entered / Removed</i>	55
Tabel 4.21	<i>Model Summary</i>	56
Tabel 4.22	<i>Anova</i>	57
Tabel 4.23	<i>Coefficients</i>	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Konseptual Penelitian	13
Gambar 4.1	Rumus <i>Corrected Item-Total Correlation</i>	49
Gambar 4.2	Tabel <i>Variables Entered / Removed</i>	55
Gambar 4.3	Tabel <i>Model Summary</i>	56
Gambar 4.4	Tabel Anova	57
Gambar 4.5	Tabel <i>Coefficients</i>	58

ABSTRAKSI

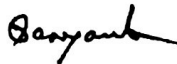
Analisis Pengaruh Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bioskop XXI PSX Di Palembang (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya)

Oleh:
Feiruz Rizki

Pada Penelitian ini penulis meneliti pengaruh dari Pelayanan Jasa yang terdiri dari empat dimensi yaitu Merek, Layanan, *Layout* dan Fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada Bioskop XXI PSX di Palembang. Tujuan dari penelitian ini untuk 1) mengetahui dimensi mana dari Pelayanan Jasa yang paling mempengaruhi kepuasan konsumen pada Bioskop XXI PSX di Palembang, dan 2) mengetahui seberapa besar Pelayanan Jasa mempengaruhi kepuasan konsumen pada Bioskop XXI PSX di Palembang. Responden pada penelitian ini berjumlah 45 responden yang merupakan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya Inderalaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, dari hasil uji t variabel merek dan *layout* mampu mempengaruhi kepuasan konsumen pada Bioskop XXI PSX di Palembang dengan persamaan $Y = 4,458 + 0,379 X_2 + 0,196 X_4$. Variabel dari merek yang paling besar mempengaruhi kepuasan konsumen pada Bioskop XXI PSX di Palembang yaitu sebesar 0,379, kemudian ekuitas merek memiliki nilai koefisien regresi (determinasi) sebesar 0,558, berarti 55,8% variasi dari merek dapat menjelaskan variabel kepuasan konsumen sedang sisanya sebesar 44,2% lagi dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini dan dianggap tetap, misalnya bukti fisik, keandalan, daya tanggap dan lain-lain. Maka, sebaiknya pihak XXI PSX Palembang harus bisa meningkatkan kesan kualitas merek dan *layout*nya, karena kesan kualitas merek dan *layout* merupakan salah satu pertimbangan utama konsumen dalam menikmati pelayanan jasa XXI PSX pada penelitian ini.

Kata kunci : Merek, Layout, Fasilitas, Layanan, Kepuasan Konsumen.

Ketua,



Dr. Zakaria Wahab, MBA
NIP. 195707141984031005

Anggota,



Welly Nailis, SE, MM
NIP. 197407102008011011

Mengetahui,
Ketua Jurusan



Dr. Zakaria Wahab, MBA
NIP. 195707141984031005

ABSTRACT

Influence Analysis Services Customer Satisfaction In Services To The Cinema XXI PSX In Palembang (Case Studies Faculty of Economics, University of Sriwijaya)

By: Feiruz Rizki; Dr. Zakaria Wahab, MBA; Welly Nailis, SE, MM

In this study the authors examined the effect of service performance which consists of four dimensions, namely brand, service, layout and facilities to the satisfaction of the consumer at Cinema XXI PSX in Palembang. The purpose of this study was to 1) determine which dimensions of service performance that most affect customer satisfaction at Cinema XXI PSX in Palembang, and 2) know how big influence of customer satisfaction Care Services at Cinema XXI PSX in Palembang. Respondents in this study are 45 respondents who are students of the Faculty of Economics, University of Sriwijaya Inderalaya. The results showed that, of the results of the t test brand and layout variables can influence consumer satisfaction at Cinema XXI PSX in Palembang with the equation $Y = 4.458 + 0.379 X_2 + 0.196 X_4$. The variable of most major brands influence customer satisfaction in Cinema XXI PSX in Palembang is equal to 0.379, then the brand equity value of regression coefficient (determination) of 0.558, meaning 55.8% of the variation of brand customer satisfaction variables can explain the rest equal to 44, another 2% is explained by other variables not examined in this study and are considered permanent, such as physical evidence, reliability, responsiveness, and others. So, should the XXI PSX Palembang should be able to improve the image quality of the brand and the layout, because the layout impression of the quality of the brand and is one of the major considerations of consumers in the enjoyment of services XXI PSX in this study .

Keywords: Brand, Layout, Facilities, Services, Customer Satisfaction.

Ketua,



Dr. Zakaria Wahab, MBA
NIP. 195707141984031005

Anggota,



Welly Nailis, SE, MM
NIP. 197407102008011011

Mengetahui,
Ketua Jurusan



Dr. Zakaria Wahab, MBA
NIP. 195707141984031005

BAB I PENDAHULUAN



1.1. LATAR BELAKANG

Zaman telah ambil bagian pada perubahan. Tak satu pun orang atau bahkan perusahaan yang mampu menghentikan perubahan itu. Ibarat air mengalir, ia akan terus mengalir deras tanpa batas. Arahnya jelas menuju kemana ia harus melangkah. Begitu pula dengan dunia pemasaran. Andaikan pasir itu lautan, airnya tampak terhampar luas tanpa ujung. Di situlah ikan-ikan bersaing mencari makan. Di tempat itulah para *marketer* berlomba menaklukkan konsumen. Dan saat ini persaingan itu sudah semakin rapat, padat, ketat, sengit. Karena itu, *marketer* rela melakukan apa saja untuk sekedar merebut secuil pasar yang dimasukinya (*Majalah Marketing*, 2009, 22).

Hal ini telah dilakukan oleh bioskop XXI yang mengambil sebagian pasar tersebut. Sasaran segmentasi bioskop XXI tidak hanya ditujukan kepada orang dewasa tetapi juga remaja dan anak-anak. Tidak melihat golongan, status pekerjaan dan latar belakang pendidikan, semua kalangan dapat menikmatinya. Hal ini membuat XXI menjadi *market leader* di Indonesia sebagai sebuah perusahaan yang memberikan hiburan tontonan bagi masyarakat yang luas. Di tahun 80-an, bioskop mempunyai pasarnya sendiri yang memiliki konsumen bersifat sempit tetapi di era sekarang, bioskop XXI memberikan sesuatu yang lebih kepada konsumen dengan harga tiket yang terjangkau dan gaya hidup masyarakat membuat bisnis ini berkembang pesat di Indonesia karena telah

menjadi *market leader*. Konsumen, sebagai sasaran para pemasar semakin disadari memiliki dinamika yang tinggi dalam kehidupannya. Karena itu, cara pandang pemasar dalam melihat konsumen idealnya bersifat multidimensi, tidak hanya terpaku pada ukuran-ukuran umum seperti, usia, latar belakang pendidikan, status pekerjaan yang biasanya dijadikan indikator makro demografi.

Beragam kajian tentang perilaku konsumen telah membawa perspektif baru dalam memetakan kelompok konsumen melalui pendekatan psikografi. Beberapa lembaga riset besar telah memiliki peta perilaku dalam melihat pasar konsumen. Dua diantaranya yang paling banyak diaplikasikan di Indonesia adalah AC Nielsen (dengan kelompok 9 psikografi konsumen) dan Roy Morgan (dengan 10 kelompok psikografi konsumen) (*Majalah Marketing*, 2009, 15).

Kalangan muda berusia 21 – 39 tahun di perkotaan saat ini adalah generasi yang akrab dengan teknologi. Mereka aktif menggunakan kemudahan teknologi dan senang melakukan aktivitas *online*. Boleh dibilang teknologi sudah menjadi bagian dari gaya hidup mereka. Sadar akan hal ini, *Citi Clear Card* tak ingin membuang-buang kesempatan untuk meluncurkan *Visa Pay Wafe*. Dengan teknologi *PayWafe*, pemegang kartu kredit *Citi Clear Card* dapat menggunakan teknologi nirkabel jarak dekat dalam melakukan transaksi. “Caranya, cukup dengan menyentuhkan kartu ke bagian depan alat pembayaran. Transaksi tersebut mudah dan tidak memakan waktu banyak” terang Farnsisca K Arnan, *Assistant Vice President Product Management Citibank*. Menurutnya, meski teknologi *Pay Wafe* merupakan salah satu dari banyak fitur yang dimiliki versi terbaru *Citi Clear Card*, namun kemudahan yang ditawarkan dapat memenuhi gaya hidup pemegang

kartu kredit tersebut. Pasalnya kartu kredit tersebut dirancang khusus bagi generasi muda yang mengerti teknologi (Majalah Marketing, 2009, 30).

Hal ini juga dilirik oleh Cinema 21 sebagai *market leader* dengan meluncurkan kartu yang tidak jauh berbeda dengan kartu kredit yang dapat digunakan untuk memesan kursi tanpa mengantri, artinya dapat dilakukan *via online*. Dengan hanya mengisi saldo kartu XXI tersebut maka konsumen dapat menikmati layanan ini dan tidak perlu lama mengantri untuk waktu yang cukup lama karena semuanya dilakukan dengan sentuhan jari si konsumen. Inilah yang memberikan perbedaan yang cukup besar antara XXI dengan bioskop-bioskop yang menjadi *Brand Follower*-nya. Dengan terus melakukan inovasi terhadap fasilitas dan layanan terhadap konsumen maka XXI dapat bertahan di puncak sebagai *market leader* dan memiliki nilai jual yang lebih diantara *Brand-brand Follower* yang mengikutinya.

Hal lain yang membuat XXI tetap bertahan karena XXI telah memiliki *positioning* dihati konsumen. Hal inilah yang membuat XXI tetap bertahan karena XXI peduli dengan konsumennya. Contohnya XXI memberikan kemudahan bagi para konsumennya dengan fasilitas-fasilitas penunjang yang memaksimalkan kepuasan konsumen dalam hal menikmati layanann di XXI.

Dalam hal ini secara khusus, masalah yang akan diteliti adalah bioskop XXI di kota Palembang tepatnya berada di PS Palembang. Manajemen XXI PSX Palembang terbilang baru dalam hal membuat perubahan struktur *lay out* XXI tersebut dan membuat perubahan harga tiket. Hal ini akan berpengaruh besar kepada kepuasan konsumen. Pada dasarnya, konsumen menginginkan kepuasan

yang lebih apabila mereka mengeluarkan biaya yang lebih besar. Maka dalam penulisan penelitian kali ini, peneliti tertarik untuk mengangkat judul penelitian “**Analisis Pengaruh Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bioskop XXI PSX Di Palembang (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya)**”.

1.2. PERUMUSAN MASALAH

Adapun rumusan masalah yang akan dibahas pada penelitian kali ini adalah seberapa besar pengaruh pelayanan jasa terhadap kepuasan konsumen pada Bioskop XXI PSX di Palembang (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya).

1.3. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan penelitian kali ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pelayanan jasa terhadap kepuasan konsumen pada Bioskop XXI PSX di Palembang (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya).

1.4. MANFAAT PENELITIAN

1.4.1. MANFAAT TEORITIS

- a. Menambah pengetahuan dan wawasan, serta bahan dalam penerapan ilmu metode penelitian, khususnya mengenai pengetahuan tentang pengaruh pelayanan jasa terhadap kepuasan konsumen pada Bioskop XXI PSX di Palembang (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya).
- b. Dapat dijadikan bahan perbandingan untuk penelitian selanjutnya.

1.4.2. MANFAAT PRAKTIS

Dapat dijadikan sebagai bahan acuan untuk meningkatkan kualitas dari pelayanan jasa yang mempengaruhi keputusan konsumen pada Bioskop XXI PSX di Palembang (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya).

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, Philip. *Marketing management, Analysis, Planning, Implementation, and Control. 13-th Edition*. Prentice Hall, Inc, New Jersey, USA. 2009
- McCarty, Jerome and William Perrault, Jr. *Basic Marketing, 17-th Edition*. Richard D. Irwin, Inc. , Homewoods, Illionois, USA. 2009
- Puspowarsito, A. Herianto. *Metode Penelitian Organisasi dengan Aplikasi Program SPSS*. Humaniora. Bandung. 2008
- Rangkuty, Fredy. *Riset Pemasaran*. PT. Gramedia pustaka Utama. Jakarta. 2009
- Simamora, Bilson. *Memenangkan pasar dengan pemasaran efektif dan profitable*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta. 2008
- Syamsi, 2008. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Siswa Bimbingan Dan Konsultasi Belajar Al Qolam BandarLampung, Vol 5 No.1, 18-36 @ FKIP Unila
- Adhiyanto, 2012. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Balai Latihan Kerja Industri (BLKI). Skripsi, Universitas Kanjuruhan Malang, Malang (tidak dipublikasi).
- Anindita, 2012. Analisis Kepuasan Pelanggan Pada Alfamart Tembalang Dari Dimensi Pelayanan (Studi Kasus Pada Alfamart Jl. Ngesrep Timur V/69 Semarang). Skripsi, Universitas Negeri Semarang, Semarang (tidak dipublikasi).
- Putra, Yoan Sentosa, 2012. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Parkir (Studi Kasus Universitas Kanjuruhan Malang). Skripsi, Universitas Kanjuruhan Malang, Malang (tidak dipublikasi).
- Setyaningrum, 2012. Analisis Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Laundry Mayang Tlogosari Semarang). Skripsi, Universitas Negeri Semarang, Semarang (tidak dipublikasi).

<http://www.dnccpatent.com/merek.htm> diakses pada tanggal 20 November 2009.

http://jurnal-sdm.blogspot.com/2009/07/produk-definisi-klasifikasi-dimensi_30.html diakses pada tanggal 22 November 2009.

<http://id.wikipedia.org/wiki/Fasilitas> diakses pada tanggal 06 Desember 2009.

<http://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Istimewa%3APencarian&search=cinema+21&go=Tuju+ke> diakses pada tanggal 06 Desember 2009.

Majalah Marketing No. 01/XI/JANUARI 2009.