

ABSTRAK

Globalisasi yang menyebar secara menyeluruh ke segala lapisan, membuat semua lapisan yang ada untuk selalu siap agar dapat memenangkan persaingan global yang sangat pesat. Perkembangan dunia telekomunikasi dan informasi juga mendapatkan imbas dari persaingan global tersebut, tidak terkecuali dengan Jogjatronik mall, yang berada pada manajemen PT. Jogjatronik Anindo Jaya. Perusahaan jasa berlomba-lomba untuk menawarkan berbagai fasilitas dan kualitas pelayanan yang baik untuk memberikan nilai tambah pada kualitas pelayanan (*service quality*) yang ditawarkannya. Pelayanan yang memuaskan dapat dicapai melalui *service quality* yang sesuai dengan harapan konsumen. Penilaian konsumen terhadap pelayanan di dasarkan atas lima dimensi, yaitu : bukti fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*emphaty*). Penelitian ini menganalisis seberapa besar pengaruh *Service Quality* manajemen terhadap kepuasan *tenant*/konsumen di Jogjatronik mall. Tujuan diadakannya penelitian ini adalah untuk mengetahui besarnya pengaruh *service quality* manajemen terhadap kepuasan *tenant*/konsumen di Jogjatronik mall. Metode penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode survey dengan jumlah responden 77 orang, yakni *tenant*/konsumen yang menyewa kios di Jogjatronik mall. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *service quality* yang diberikan pihak manajemen Jogjatronik mall berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan *tenant*/konsumen di Jogjatronik mall. Hal ini berarti semakin baik *service quality* manajemen mall maka semakin tinggi kepuasan konsumen. Sebaliknya semakin buruk *service quality* manajemen Jogjatronik mall maka semakin rendah juga kepuasan *tenant*/konsumen. Besarnya variasi perubahan kepuasan *tenant*/konsumen di jelaskan oleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,391 yang berarti variasi perubahan kepuasan *tenant*/konsumen dijelaskan oleh *service quality* manajemen Jogjatronik mall sebesar 39,1% sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain sebesar 60,9%. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi industri yang bergerak di bidang layanan jasa agar dapat melakukan suatu inovasi dalam menghadapi persaingan yang terjadi.

Kata kunci: kualitas pelayanan, kepuasan

ABSTRACT

Wholly widespread of globalization makes all layers of life to be ready for struggling and winning the very fast global competition. Development on telecommunication and information also gets impact from this competition, this is also experienced by Jogjatronik Mall which is under management of PT. Jogjatronik Anindo Jaya. Service firms compete each other to offer good service facilities and service qualities in order to give some benefits on these services. A satisfying service can be achieved through a service quality as expected by the tenants. Tenants' judgement on a service is based on five dimensions, they are: tangible, reliability, responsiveness, assurance, and empathy. This research analyzes how much does management of service quality influence the tenants in Jogjatronik Mall. Aim of this research is to know how much management of service quality influences the tenants in Jogjatronik Mall. Research method for this research used survey method within 77 participants who are tenants in the mall. Result from this research shows that service quality provided by the management of Jogjatronik Mall positively and significantly influences the tenants in Jogjatronik Mall. This means that the better service quality of mall management the higher the satisfaction of the tenants. Otherwise, the worse service quality of the mall management the lower the satisfaction of the tenants. Numbers of changing variation of tenants' satisfaction is explained by the determination coefficient value (R^2) of 0.391 and it means that changing variation of tenants' satisfaction explained by service quality of Jogjatronik Mall management is of 39.1% and the rest of it is 60.9%. This research is hopefully able to be made as suggestion for service industries to be able to do some innovations to face the competition.

Keywords: service quality, satisfaction