

## ABSTRAK

Helios Fitness Metro Indah Mall merupakan perusahaan yang bergerak pada bidang jasa dengan menyediakan sarana dan fasilitas kebugaran. Akan tetapi, terdapat *member* yang merasa tidak puas akan layanan yang diberikan oleh Helios Fitness Metro Indah Mall dengan alasan kebersihan, kurangnya jumlah alat, dan lambatnya proses penanganan keluhan. Kualitas layanan merupakan hal yang harus diperhatikan oleh perusahaan jasa karena akan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan akan tercapai jika kualitas layanan suatu perusahaan baik. Menurut Parasuraman *et al.* terdapat lima dimensi kualitas layanan yaitu *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kualitas layanan Helios Fitness Metro Indah Mall, bagaimana kepuasan pelanggan Helios Fitness Metro Indah Mall, dan seberapa besar pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Helios Fitness Metro Indah Mall.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan metode deskriptif. Jumlah sampel pada penelitian ini adalah sebanyak 261 responden dengan pendekatan *purposive sampling*. Sedangkan, teknik analisis yang digunakan adalah regresi liner berganda dan pengujian hipotesis koefisien determinasi ( $R^2$ ), uji t, dan uji F.

Secara parsial dimensi kualitas layanan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan secara signifikan adalah *Tangibles* ( $X_5$ ) (signifikansi  $0,000 < 0,05$ ), *Assurance* ( $X_3$ ) (signifikansi  $0,000 < 0,05$ ), dan *Responsiveness* ( $X_2$ ) (signifikansi  $0,007 < 0,05$ ) serta  $t_{hitung} > 1,963$ , masing-masing sebesar 7,258, 4,269, dan 2,712. Dibuktikan, secara simultan dengan nilai signifikansi ( $0,000 < 0,05$ ) dan  $F_{hitung}$  (111,596)  $> 2,249$ , kelima dimensi kualitas layanan secara signifikan mempengaruhi kepuasan pelanggan Helios Fitness Metro Indah Mall. Sedangkan, berdasarkan koefisien determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan bahwa kualitas layanan mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 68%.

Kata kunci : jasa, kualitas layanan, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, *tangibles*, kepuasan pelanggan