ABSTRAK

Perkembangan industri hiburan di Indonesia telah dipengaruhi oleh arus globalisasi, terutama bioskop. Pengaruh globalisasi dan persaingan global tersebut dapat mengakibatkan adanya persaingan dalam industri penyedia jasa menonton film. Sehingga perusahaan penyedia jasa menonton film tersebut berlomba untuk meningkatkan kualitas layanannya guna menarik minat konsumen lebih banyak lagi. Kualitas layanan dijadikan sebagai tolok ukur untuk menilai kualitas jasa. Dimensi dari kualitas layanan *(servqual)* yang dijadikan variabel dalam penelitian ini adalah Kehandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Kepastian (*Assurance*), Perhatian (*Emphaty*), dan Berwujud (*Tangible*). Kualitas layanan yang tinggi akan menjanjikan konsumen mendapatkan nilai lebih tinggi dan tentunya ini akan menjadi bahan perbandingan bagi konsumen dalam memilih menggunakan layanan tertentu.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui perbedaan persepsi konsumen tentang kualitas layanan BLitzmegaplex Paris Van Java dan XXI Cihampelas Walk.

Dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif yang datanya dihitung menggunakan presentase untuk menggambarkan seberapa besar persepsi konsumen berdasarkan kualitas layanan. Pengumpulan data diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner kepada 385 responden yang merupakan konsumen yang pernah menonton di Blitzmegaplex Paris Van Java dan XXI Cihampelas Walk. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji beda Mann Whitney, uji ini digunakan untuk menguji signifikansi hipotesis komparatif dua sampel bila datanya berbentuk ordinal dan datanya tidak berpasangan. Bebas atau independen berarti dua buah sampel tersebut tidak tergantung antara satu dengan yang lain yaitu kualitas layanan Blitzmegaplex PVJ dan kualitas layanan XXI Ciwalk karena keduanya tidak tergantung antara satu dengan yang lain.

Hasil penelitian menunjukkan nilai signifikan sebesar 0,012 berada di bawah level of significance yang digunakan (α = 0,05) sehingga hipotesis yang menyatakan terdapat perbedaan antara persepsi konsumen tentang kualitas pelayanan BLitzmegaplex Paris Van Java dan XXI Cihampelas Walk diterima.

Kata Kunci : Persepsi konsumen, Kualitas layanan (*SERVQUAL)*, Analisis perbandingan.