



**BAB I**

**PENDAHULUAN**

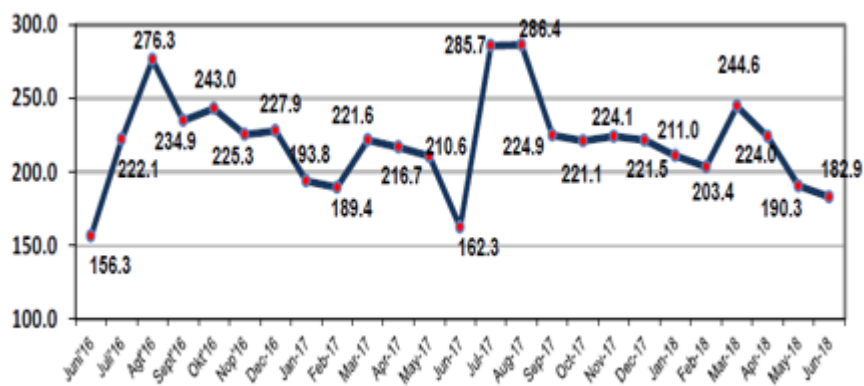
© Hak Cipta milik Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

**A. Latar Belakang Masalah**

Sebagai ibu kota negara, Jakarta merupakan pusat ekonomi dan transaksi bisnis di Indonesia. Jakarta seringkali menjadi tujuan bisnis, edukasi, maupun wisata. Dari objek kunjungan, banyak jenis hiburan yang di tawarkan Jakarta dari wisata sejarah, budaya, sampai wahana permainan bagi wisatawan mancanegara. Menurut data dari Dinas Pariwisata DKI Jakarta Unit Pengelola Statistik terjadi penurunan kunjungan wisatawan mancanegara bulan Juni tahun 2018 yang mencapai 3,88 persen terhadap bulan sebelumnya merupakan penurunan kunjungan wisatawan mancanegara yang ke empat kali selama empat tahun terakhir. Namun kunjungan wisatawan mancanegara ke kota Jakarta pada bulan Juni 2018 mengalami peningkatan sebesar 12,70 persen dibandingkan bulan Juni 2017 atau dari 162.333 kunjungan pada Juni 2017 menjadi 182.943 kunjungan pada Juni 2018.

**Gambar 1.1**  
**Perkembangan Jumlah Kunjungan Wisman ke DKI Jakarta**  
**Juni 2016 – Juni 2018 (Ribuan kunjungan)**



Sumber : (Statistik & Dinas Komunikasi, 2018)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**A.**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

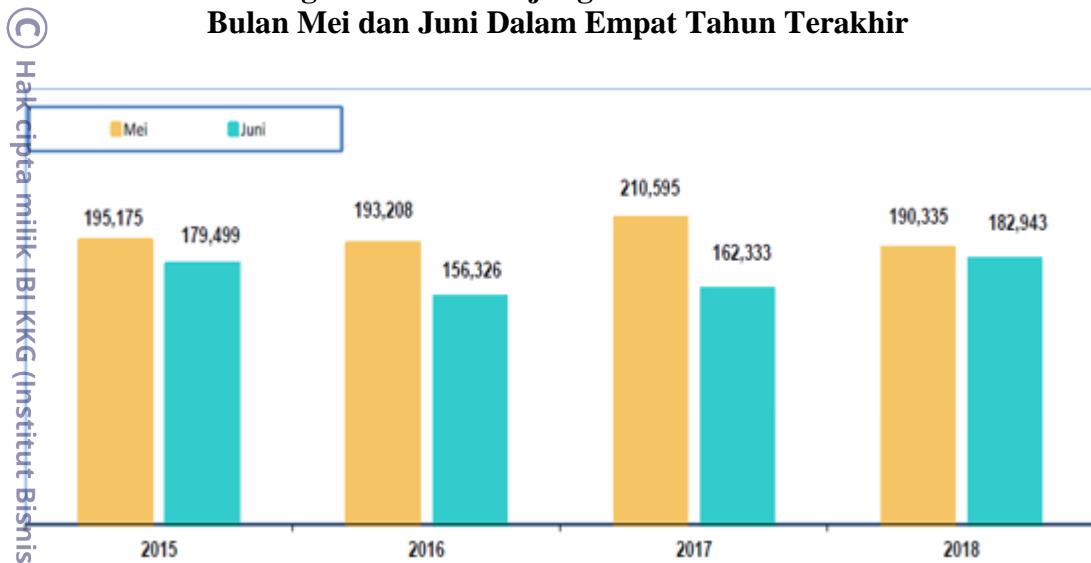
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



**Gambar 1.2**  
**Perkembangan Jumlah Kunjungan Wisman ke DKI Jakarta**  
**Bulan Mei dan Juni Dalam Empat Tahun Terakhir**



Sumber: (Statistik & Dinas Komunikasi, 2018)

Banyaknya wisatawan yang datang ke Jakarta mengunjungi tempat-tempat wisata seperti wisata budaya, wisata bermain wahana *theme park* Dunia Fantasi, Trans Studio, wahana bermain air *waterboom Snow Bay* dan Atlantis serta wahana bermain lainnya yang ada di pusat perbelanjaan atau Mall, selain itu di Jakarta juga terdapat wahana bermain edukasi wahana bermain yang berbeda yang ditawarkan yaitu wahana bermain yang menggabungkan permainan, edukasi, menggunakan logika dan pengetahuan. Wahana bermain tersebut dinamakan *Escape Room*. Salah satu perbedaan *Escape Room* dengan wahana permainan yang lain adalah permainan asah otak yang cukup menantang dan membuat ketagihan. Dari 100 orang yang bermain hanya 30 persen yang berhasil menyelesaikan permainan (Ardhiangga, 2016).

*Escape Room* adalah Wahana permainan petualangan fisik berkelompok dimana para pemain dikurung dalam ruangan dan ditantang untuk menyelesaikan serangkaian teka-teki, menyelesaikan misi tertentu dan meloloskan diri dalam waktu 45 menit. Terdapat beberapa tema ruangan atau jenis permainan yang berbeda dengan cerita dan tingkat kesulitan yang beragam (Gading, 2019).

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Banyaknya jenis serta pilihan produk maupun jasa yang memiliki daya saing yang cukup tinggi dalam jaman ini, mengakibatkan konsumen berhak menentukan produk atau jasa mana yang mereka inginkan untuk memenuhi kebutuhannya, baik dalam segi merek, harga, kualitas maupun kuantitas. Persaingan yang cukup ketat menuntut para usahawan untuk melakukan berbagai cara dan strategi serta segala kemampuan yang dimiliki untuk dapat bertahan dan memiliki daya saing di pasar. Termasuk persaingan bisnis wahana *Escape Room*, Berikut adalah data *Escape Room* yang ada di Jakarta:

**Tabel 1.1**  
**Data Wahana *Escape Room* di Jakarta**

No	Nama <i>Escape Room</i>	Alamat
1	House Of Trap	Mall Kelapa Gading 1, Lantai 1, Jl. Boulevard Raya, Kelapa Gading, Jakarta Utara.
2	The Escape Hunt Experience Jakarta	Jl. Kemang Raya No.15, RT.1/RW.7, Bangka, Kec. Mampang Prapatan, Jakarta Selatan
3	Pandora Experience Escape Adventure Puri	Ruko Puri Britania, Jl. Puri Indah Raya Blok T7 No.37, RT.2/RW.2, Kembangan Selatan, Kec. Jakarta Barat.
4	Pandora Experience Escape Adventure Kelapa Gading	Ruko Kelapa Gading Inkopal Blok B No.45, Kelapa Gading, Jakarta Utara.
5	Totem Room Escape	Garden House No.19 Blok A Pantai Indah Kapuk, Jakarta Utara
6	Freeing Indonesia	Jl. Boulevard Barat Raya Blok LC 6 No.42, Kelapa Gading, Jakarta Utara.
7	Locked Escape Game	Ruko Gallery No.8 DE, Pantai Indah Kapuk, Jakarta Utara.
8	Chronosphere Escape Room	Jl. Tajung Duren Utara IV No.450, Grogol Petamburan, Jakarta Barat
9	Agent X Reality Escape Game	Jl. Kemang Raya No.72, Jakarta Selatan.
10	Xcape Indonesia	Ruko Crown Golf Blok D-38 Jl. Marina Raya Pantai Indah Kapuk, Jakarta Utara.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Sumber: (Basri, 2017)

Escape Room menjadi salah satu wahana bermain yang digemari oleh semua kalangan masyarakat di Indonesia terutama di Kota Jakarta. Mulai kalangan usia anak-anak, remaja, dan orang - orang dewasa. Antusiasme khalayak terhadap tema Escape Room yang ditawarkan terbukti cukup besar. Salah satu Escape Room House Of Trap Mall Kelapa Gading sejak pertama dibuka pada Oktober – Desember 2015, menerima 3.000 – 4.000 pengunjung per bulan. Setelah itu, House Of Trap Mall Kelapa Gading dikunjungi 4.000 sampai 5.000 pengunjung setiap bulannya atau sekitar 50.000 pengunjung selama satu tahun. Berikut adalah data pengunjung House Of Trap Mall Kelapa Gading tahun 2017.

**Tabel 1.2**  
**Data Pengunjung House Of Trap Mall Kelapa Gading**  
**Berdasarkan Usia**

Usia	Jumlah	Presentase %
8 – 12	14269	33,29%
13 – 17	19413	44,1%
18 – 30	9439	22,36%
31 – 40	1073	0,25%
Total	44194	100%

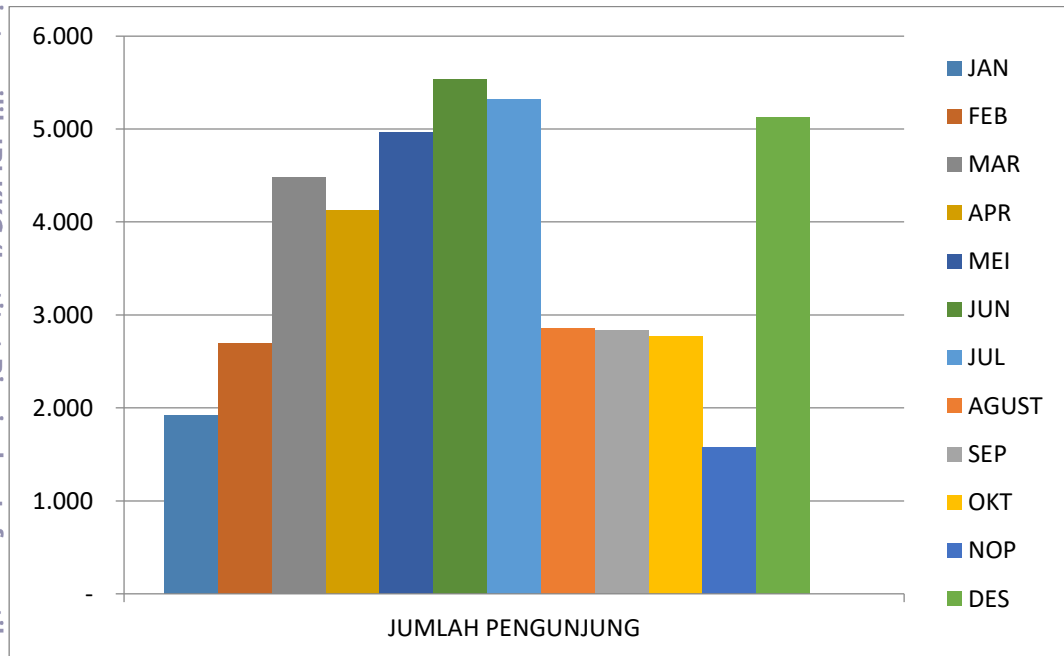
Sumber: Data internal House of Trap Mall Kelapa Gading

**Tabel 1.3**  
**Data Pengunjung House Of Trap Mall Kelapa Gading**  
**Tahun 2017**

Bulan	Total Pengunjung
Januari	1922
Februari	2701
Maret	4483
April	4121
Mei	4961
Juni	5533
Juli	5317
Agustus	2851
September	2829
Oktober	2773
November	1580
Desember	5123
Total	44194

Sumber: Data internal *House of Trap* Mall Kelapa Gading

**Gambar 1.3**  
**Pengunjung *House Of Trap* Mall Kelapa Gading**  
**Tahun 2017**



Sumber : (Trap, 2017)

Banyaknya konsumen yang bermain *Escape Room* sehingga bisnis *Escape Room* terus berkembang dan bersaing untuk memberikan fasilitas ruangan permainan yang menarik dan jenis permainan yang terbaik. Fasilitas Ruangan & Jenis Permainan *Escape Room* di Jakarta dapat dilihat di **lampiran 14**.

Meskipun fasilitas dan tema permainan dari setiap ruang berbeda, semua menghadirkan tantangan untuk melarikan diri dengan memecahkan kode, menguraikan petunjuk dan memanfaatkan berbagai rangkaian keterampilan, *Escape Room* adalah salah satu contoh generasi baru bisnis yang muncul dan dengan mencari pengalaman yang bermakna dan menciptakan suatu bisnis yang baru bagi pelaku usaha. Pada tiap golongan bisnis, para usahawan diupayakan agar memiliki sensitivitas mengenai perubahan-perubahan yang akan terjadi maupun yang telah terjadi, serta diharapkan memiliki tujuan utama yaitu berfokus pada kepuasan

Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

konsumen (Kotler, 2012). Sangat penting bagi perusahaan untuk dapat memuaskan harapan konsumen adalah dengan cara mencari tahu terlebih dahulu apa saja yang menjadi keinginan konsumen, baik kebutuhan pada saat sekarang maupun kebutuhan pada saat yang akan datang.

Dari fasilitas dan tema permainan *Escape Room* konsumen dapat memberikan penilaian terhadap kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan yaitu salah satu bentuk penilaian yang diberikan konsumen, seberapa besar tingkat layanan yang terima oleh konsumen dibandingkan besarnya tingkat layanan sesuai ekspektasi konsumen. Kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Cronin dan Taylor, 1992). Menurut Anderson *et al* (1994) apabila suatu pelanggan merasa puas terhadap barang atau jasa yang diberikan, maka hal tersebut akan menimbulkan peningkatan kesetiaan pelanggan. Perusahaan harus berupaya sebisa mungkin untuk memenuhi keinginan serta kebutuhan pelanggan yaitu salah satunya dengan cara memberikan pelayanan yang berkualitas dan terbaik sehingga kepuasan pelanggan bisa terpenuhi dan memberikan rasa dihargai, senang, maka dari itulah pelanggan cenderung akan bersedia untuk menjadi pelanggan setia yang memakai produk maupun jasa tersebut.

Adapun faktor terpenting yang menjadi fokus perhatian dari konsumen ialah kualitas pelayanan *Escape Room* dan setiap ruangan bermain yang disediakan. Kualitas ruangan yang baik dan menarik akan sangat berpengaruh terhadap game yang akan dimainkan oleh konsumen sehingga pada akhirnya berpengaruh terhadap jalannya sebuah permainan, tersedia petunjuk tak terbatas bagi pemain untuk memecahkan kode, teka-teki dan berbagai tantangan untuk menemukan ruang tersembunyi, jalan rahasia, hingga jawaban atas teka-teki yang dimainkan (Yuniar, 2019).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Milik IBIKKG (Asosiasi Bisnis dan Informatica Kwik Kian Gie) Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Faktor lain yang mempengaruhi konsumen untuk membeli produk atau menggunakan jasa yang dijual adalah promosi. Menurut Kotler dan Armstrong (2013) mengenai bauran promosi yakni perpaduan khusus dari alat promosi yang digunakan perusahaan untuk meyakinkan nilai komunikasi dan membangun hubungan dengan konsumen. Kotler menyatakan bahwa alat promosi yang dimaksud terdiri dari *advertising* (periklanan), *personal selling* (penjualan personal), *Sales Promotion* (Promosi Penjualan) dan *Publicity* (publisitas). Sedangkan menurut Alma (2011) promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran, yang merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk, dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

Salah satu program promosi yang dijalankan *Escape Room* untuk menyebarkan informasi adalah melalui *website*, berikut adalah promosi yang dilakukan oleh *House Of Trap* Mall Kelapa Gading yang bisa diakses melalui *website* Mall Kelapa Gading. Dapat dilihat pada gambar 1.4 dibawah ini.

**Gambar 1.4**  
**Promosi House Of Trap Mal Kelapa Gading**



Sumber: (Gading, 2019)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Harga menjadi salah satu elemen yang paling penting dalam menentukan pangsa pasar dan keuntungan suatu perusahaan. Satu-satunya unsur bauran pemasaran yang dapat menimbulkan penghasilan atau pemasukan untuk perusahaan adalah harga. Sedangkan gabungan pemasaran lainnya yaitu unsur produk, distribusi, serta promosi menyebabkan timbulnya pengeluaran atau biaya. Disisi lainnya harga juga menjadi bagian bauran pemasaran yang lebih mudah, dengan kata lain bisa mengalami perubahan yang sangat cepat.

Berdasarkan definisi yang dipaparkan oleh Kotler dan Amstrong (2008) secara sempit harga bisa diartikan sejumlah uang tertentu yang dibayarkan untuk memperoleh suatu produk atau jasa. Sedangkan, secara luas harga diartikan sejumlah nilai atau uang yang dibayarkan konsumen untuk mendapatkan serta menggunakan produk atau jasa, dimana perusahaan dapat memperoleh laba dari kepuasan pelanggan yang terpenuhi.

Hal yang diperhatikan oleh para konsumen adalah harga yang ditawarkan. Pada umumnya konsumen akan menanyakan harga terlebih dahulu sebelum melakukan pemesanan tempat atau *booking*. Harga yang ditawarkan *Escape Room* relatif sama, yaitu sekitar Rp. 75.000,- sampai dengan Rp. 300.000,- per orang dengan durasi waktu yang sudah ditentukan. Harga tersebut dapat berbeda-beda tergantung pada hari dan lama durasi waktu bermain.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang  
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





**Tabel 1.4**  
**Harga Tiket *Escape Room* di Jakarta**

No	Nama <i>Escape Room</i>	Harga Tiket
1	House Of Trap	Senin – Jumat Rp. 75.000,- per orang Sabtu – Minggu & Hari Libur Rp. 100.000,- per orang. (Harga tiket lebih murah dikarenakan ada durasi waktu bermain selama 45 menit, sedangkan wahana <i>Escape Room</i> lainnya memiliki harga yang lebih tinggi karena durasi waktu bermain lebih lama)  sumber: (Gading, 2019)
2	The Escape Hunt Experience Jakarta	Rp. 300.000,- per orang.  sumber: (Urukyu, 2016)
3	Pandora Experience Escape Adventure Puri	Rp. 200.000,- per orang  sumber: (Xperience, 2019)
4	Pandora Experience Escape Adventure Kelapa Gading	Rp. 200.000,- per orang  sumber: (Xperience, 2019)
5	Totem Room Escape	Rp. 100.000,- per orang  sumber: (Escape, 2018)
6	Freeing Indonesia	Rp. 250.000,- per orang  sumber: (Fave, 2020)
7	Locked Escape Game	Rp. 200.000,- per orang  sumber: (Mister aladin, 2018)
8	Chronosphere Escape Room	Senin – Jumat Rp. 185.000,- per orang Sabtu – Minggu & Hari Libur Rp. 200.000,- per orang.  sumber: (Hanyauntukiseng, 2015)
9	Agent X Reality Escape Game	Rp. 300.000,- per orang  sumber: (Id, 2015)
10	Xcape Indonesia	Rp. 180.000,- per orang  sumber: (Reddoorz, 2018)

Sumber : Data Internal *House of Trap* Mall Kelapa Gading

Fenomena yang terjadi belakangan ini pada *Escape Room* diantaranya adalah kurangnya perhatian pemilik terhadap kualitas ruangan yang disediakan. *Escape*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



*Room* yang baik harusnya seharusnya memiliki fasilitas yang memadai. Diantaranya seperti kebersihan ruangan, *property game* yang menarik, mengikuti perkembangan teknologi menggabungkan *game* dengan teknologi yang lebih menarik, memiliki ruangan yang terawat serta mempunyai fasilitas keamanan apabila terjadi kecelakaan dan lain sebagainya, Selain itu juga biaya yang dikeluarkan per pengunjung bisa mencapai Rp. 300.000,-. Belum lagi peserta harus terlebih dahulu *booking room* dengan menyesuaikan jadwal. Ketidaksesuaian harga dengan fasilitas yang diberikan oleh *Escape Room* menjadi suatu pertanyaan apakah kepuasan konsumen akan tercapai atau tidak (Vagansza, 2016).

Salah satu *Escape Room* di Jakarta yaitu *House Of Trap* yang diresmikan pada Oktober tahun 2015 saat ini terletak di Mall Kelapa Gading, Kelapa Gading, Jakarta Utara, tepatnya di dalam Mall Kelapa Gading 1 lantai 1, dengan lokasi yang strategis *House Of Trap* selalu ramai pengunjung. Berikut adalah data pengunjung *House Of Trap* Tahun 2015 – 2019.

**Tabel 1.5**  
**Jumlah Pengunjung *House Of Trap* Mall Kelapa Gading**

Tahun	Jumlah Pengunjung
2015	10.000
2016	45.000
2017	40.000
2018	50.000
2019	50.000
Total	195.000

Sumber: (Trap, 2019)

Seharusnya sebagai salah satu tempat wahana bermain *Escape Room* di Jakarta yang ramai pengunjung, *House Of Trap* dapat memberikan kualitas jasa atau permainan dan layanan yang baik bagi para konsumen sehingga kepuasan konsumen dapat tercapai.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Beberapa peneliti terdahulu telah mengkaji mengenai berbagai faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, antara lain sebagai berikut :

Putri dan Astuti (2017) menggunakan beberapa faktor yang dapat memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen yaitu kualitas produk, kualitas layanan, dan nilai pelanggan. Hasil penelitiannya mengungkapkan bahwa kualitas produk, kualitas layanan, dan nilai pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan dalam penelitian Ngatmo dan Bodroastuti (2012) menggunakan beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu kualitas produk, harga, *service quality*, *emotional factor*, biaya dan kemudahan. Hasil penelitiannya menyatakan bahwa kualitas produk, harga, *service quality*, *emotional factor*, biaya dan kemudahan memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen. Faradina dan Satrio (2016) dalam penelitiannya menggunakan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu promosi dan kepuasan konsumen. Penelitiannya mengungkapkan variabel promosi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian berbeda ditemukan oleh Gulla *et al* (2015) menggunakan beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu harga, promosi, dan kualitas pelayanan. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen, sedangkan promosi tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan fenomena masalah yang ada diatas, penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut tentang faktor faktor yang dirasa dapat mempengaruhi bisnis *Escape Room* di Jakarta. Maka dari itu penulis memilih judul : **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN WAHANA HOUSE OF TRAP MALL KELAPA GADING”**.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka penulis mengidentifikasi masalah-masalah yang ada sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen ?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen ?
3. Apakah promosi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen ?
4. Apakah nilai pelanggan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen ?

## C. Batasan Masalah

Berdasarkan Identifikasi masalah diatas, karena keterbatasan waktu maka peneliti hanya membatasi masalah penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen ?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen ?
3. Apakah promosi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen ?

## D. Batasan Penelitian

Agar penelitian ini dapat dilakukan dengan lebih terfokus, maka penulis membuat batasan penelitian sebagai berikut :

1. Objek dalam penelitian ini adalah Wahana *House Of Trap* Mall Kelapa Gading.
2. Subjek penelitian adalah para konsumen yang pernah menyewa atau bermain di Wahana *House Of Trap* Mall Kelapa Gading.
3. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik pengumpulan kuisioner.
4. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini hanya kualitas pelayanan, harga dan promosi. Sedangkan variabel dependen yang digunakan yaitu kepuasan konsumen.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



**E. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat dikemukakan bahwa permasalahan yang dihadapi adalah sebagai berikut :

Apakah kualitas pelayanan, harga, dan promosi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Wahana *House Of Trap* Mall Kelapa Gading ?

**F. Tujuan Penelitian**

1. Mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen wahana *House Of Trap* Mall Kelapa Gading.
2. Mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen wahana *House Of Trap* Mall Kelapa Gading.
3. Mengetahui apakah promosi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen wahana *House Of Trap* Mall Kelapa Gading.

**G. Manfaat Penelitian**

Peneliti berharap agar hasil penelitian ini bisamembagikan beberapa manfaat sebagai berikut :

1. Bagi tempat penelitian atau Perusahaan (*House Of Trap* MKG)  
 Penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh *House Of Trap* Mall Kelapa Gading sebagai salah satu bentuk pertimbangan yang digunakan dalam memaksimalkan kualitas jasa dan layanan yang ada menjadi lebih baik lagi. Diharapkan juga penelitian ini dapat menjadi gambaran dari hasil kerja *House Of Trap* Mall Kelapa Gading terhadap kepuasan konsumen yang tercipta sehingga dapat meningkatkan *customer intimacy* yang dimiliki oleh *House Of Trap* Mall Kelapa Gading.
2. Bagi Kalangan Akademis

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Milik IBI KKI (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan bacaan untuk meningkatkan pengetahuan atau wawasan bagi kalangan akademis mengenai besarnya pengaruh variabel kualitas pelayanan, harga dan sistem pelaksanaan promosi terhadap kepuasan konsumen, khususnya dalam bisnis *escape room*. Serta peneliti berharap penelitian ini dapat menjadi sumber informasi bagi para peneliti lain yang berkeinginan untuk melakukan penelitian lebih lanjut.

**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.