

ABSTRAK

Tujuan bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan agar merasa puas. Kualitas jasa yang unggul dan konsisten dapat menumbuhkan kepuasan pelanggan dan akan memberikan berbagai manfaat seperti: hubungan perusahaan dan para pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang, dapat mendorong terciptanya loyalitas pelanggan, membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan perusahaan, reputasi perusahaan menjadi baik di mata pelanggan dan laba yang diperoleh dapat meningkat.

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh bukti fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), keramahmataman (*empathy*) terhadap kepuasan pelanggan Green Fitness Cepiring. Populasi dalam penelitian ini adalah populasi adalah seluruh pelanggan yang menggunakan jasa Green Fitness Cepiring sebanyak 14.216 orang, dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel adalah *Purposive Sampling*. Jenis data yang digunakan adalah data primer dengan kuesioner dan data sekunder dengan kepustakaan. Alat analisis yang dipergunakan adalah regresi berganda.

Hasil dari penelitian ini adalah : bukti fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), keramahmataman (*empathy*) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Green Fitness Cepiring, semakin meningkat bukti fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), keramahmataman (*empathy*), maka kepuasan pelanggan semakin meningkat.

Kata Kunci : Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, dan Kepuasan Konsumen