

ABSTRACT

Saat ini, banyak industri jasa berkembang di Indonesia, salah satunya adalah jasa salon. Pihak salon perlu memberikan kualitas pelayanan yang terbaik agar tercipta kepuasan pelanggan, sehingga mereka dapat bersaing dengan para pesaing lainnya. Dengan berkembangnya bisnis salon, maka saya tertarik untuk meneliti mengenai kualitas jasa *House of LIN* Bandung. Penelitian ini bertujuan untuk menemukan persentase pelanggan yang merasa puas dan mengetahui tindakan yang perlu dilakukan *House of LIN* berdasarkan penilaian pelanggan terhadap berbagai elemen dari kumpulan jasa *House of LIN*.

Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 orang responden yang sedang mengkonsumsi jasa *House of LIN*. Karakteristik individu yang digunakan antara lain: jenis kelamin, usia, pekerjaan, asal tempat tinggal, dan frekuensi mengkonsumsi jasa *House of LIN*. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode survey. Sedangkan metode analisis data yang digunakan adalah *importance-performance analysis* yang didukung oleh pengukuran rata-rata (*mean descriptive statistic measurement*). Variabel operasional dalam penelitian ini didasarkan pada penelitian Parasuraman, Zeithaml, dan Berry yaitu kualitas pelayanan, sedangkan sub variabel yang digunakan yaitu: keandalan, daya tanggap, kepastian, empati, dan berwujud (dikutip dari Kotler 440).

Hasil analisis kepuasan pelanggan menunjukkan bahwa 5% pelanggan *House of LIN* merasa tidak puas, 6% merasa puas, dan 89% merasa sangat puas akan kualitas pelayanan yang diberikan oleh *House of LIN*. Sedangkan untuk empat *actions* yang perlu dilakukan *House of LIN*, menjelaskan lima item yang berada di quadrant A perlu ditingkatkan (*concentrate here*). Tujuh item yang berada di quadrant B perlu dipertahankan (*keep up the good work*). Enam item yang berada di quadrant C dapat dikesampingkan (*low priority*). Empat item yang berada di quadrant D dapat dikurangi (*possible overkill*).

TABLE OF CONTENT

	Page
ABSTRACT	i
DECLARATION OF ORIGINALITY	ii
PUBLICATION APPROVAL PAGE	iv
PREFACE	vi
TABLE OF CONTENT	viii
LIST OF TABLES	x
LIST OF FIGURES	xi
LIST OF APPENDIX	xii
CHAPTER I INTRODUCTION	
1.1 Background of the Study	1
1.2 Identification of the Case.....	4
1.3 Objectives of the Study	4
1.4 Limitation of the Study.....	5
1.5 Layout of the Thesis.....	5
CHAPTER II THEORETICAL REVIEW	
2.1 Service Comprehension	6
2.2 Service Quality	8
2.3 Customer Satisfaction	9
2.4 Salon as Service Company	10
2.5 Research Method	11
2.5.1 Research Population and Sample	11
2.5.2 Sampling Method	11
2.5.3 Method of Data Collection	12
2.5.4 Operational Variable and Data Analyze	

Method	13
--------------	----

CHAPTER III FINDINGS AND DISCUSSION OF THE STUDY

3.1 Respondents Characteristic	16
3.1.1 Respondents Characteristic Based On Gender	17
3.1.2 Respondents Characteristic Based On Domicile.....	17
3.1.3 Respondents Characteristic Based On Occupation	18
3.1.4 Respondents Characteristic Based On Age	19
3.1.5 Respondents Frequency in Consume Service Given by <i>House of LIN</i>	20
3.2 Customer Satisfaction Analysis.....	21
3.3 Means Importance-Performance Analysis.....	22
3.4 Discussion.....	24

CHAPTER IV CONCLUSION AND SUGGESTIONS

4.1 Conclusion	33
4.2 Research Limitation	35
4.3 Suggestions	35
4.3.1 For the Company.....	35
4.3.2 For the next research	36

BIBLIOGRAPHY

LIST OF TABLES

	Page
Table 3.1 Respondents' Characteristics Based on Gender	17
Table 3.2 Respondents' Characteristics Based on Domicile	17
Table 3.3 Respondents' Characteristics Based on Occupation	18
Table 3.4 Respondents' Characteristics Based on Age	19
Table 3.5 Respondents' Frequency to Consume Service Given by <i>House of LIN</i>	20
Table 3.6 Customer Satisfaction Analysis.....	21
Table 3.7 Mean Importance Analysis.....	23
Table 3.8 Mean Performance Analysis.....	24
Table 3.9 Discussion Summary	32

LIST OF FIGURES

	Page
Figure 2.1 Importance-Performance Analysis Map	14
Figure 3.1 Importance-Performance Map Based on Means of Direct of Respondent.....	25

LIST OF APPENDIX

- Appendix 1 Research confirmation from the owner of *House of LIN*
- Appendix 2 Questionnaire Format
- Appendix 3 SPSS Calculation: Gender, Domicile, Occupation, Age,
Frequency
- Appendix 4 SPSS Calculation: Descriptive Statistic Importance-
Performance
- Appendix 5 SPSS Calculation: Customer Satisfaction Analysis
- Appendix 6 Direct Interview Format