

## ABSTRAK

Dalam era persaingan yang bergejolak, perusahaan dituntut untuk memberikan nilai tambah bagi konsumen. Nilai tambah tersebut ditujukan untuk menciptakan keunggulan bersaing yang berkesinambungan. Perwujudan dari nilai tambah tersebut dituangkan dalam bentuk pelaksanaan *service quality* yang dilaksanakan secara terintegrasi baik dari sisi *tangibles, reliability, responsiveness, assurance dan empathy*. Salon FORA bergerak dalam bidang jasa yang spesifikasinya adalah tata rias rambut dan tata rias wajah untuk pernikahan, pesta, wisuda, dan ulang tahun.

Tujuan dari penelitian ini adalah (1) untuk mengetahui pelaksanaan *service quality* di salon FORA Bandung, (2) untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen di salon FORA Bandung, (3) untuk mengetahui pengaruh *service quality* terhadap kepuasan konsumen di Salon FORA Bandung.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian survey, dimana jawaban dari responden (para konsumen) dari sebagian populasi dikumpulkan langsung di tempat kejadian dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi yang bersangkutan terhadap objek penelitian. Jenis data yang diperoleh dari penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Metode pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden, wawancara dan observasi dengan responden dan pihak perusahaan salon FORA Bandung.

Setelah dilakukan uji statistik dengan menggunakan koefisien korelasi rank spearman, didapat  $r_s = 1,6$  hal ini menunjukkan bahwa antara *service quality* (variabel X) dan kepuasan konsumen (variabel Y) terdapat pengaruh kuat sekali hal ini dapat dilihat dari batas – batas yang ditunjukkan oleh D.J Champion dalam statistiknya.

Setelah didapat koefisien korelasi maka langkah selanjutnya dilakukan perhitungan koefisien determinasi, berdasarkan hasil perhitungan koefisien determinasi, diketahui bahwa besarnya pengaruh *service quality* terhadap kepuasan konsumen adalah sebesar 256 % dan sisanya adalah faktor lain yang tidak diteliti.

Setelah didapat koefisien korelasi dan koefisien determinasi, maka langkah selanjutnya adalah melakukan pengujian hipotesis dengan  $\alpha = 5 \%$  ternyata didapat bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu sebesar  $12,68 > 1,66$  yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif antara *service quality* dan kepuasan konsumen.

# DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	5
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Kegunaan Penelitian.....	6
1.5. Kerangka Pemikiran.....	6
1.6. Hipotesis.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1. Pengertian Pemasaran.....	10
2.2. Pengertian Bauran Pemasaran.....	11
2.3. Produk.....	16
2.3.1. Pengertian Produk.....	16
2.3.2. Atribut Produk.....	17
2.4. Jasa.....	19
2.4.1. Pengertian Jasa.....	19

2.4.2. Karakteristik Jasa.....	20
2.4.3. Klasifikasi Jasa.....	21
2.5. Kualitas Jasa.....	22
2.5.1. Pengertian Kualitas Jasa.....	22
2.5.2. Faktor – faktor Penentu Kualitas Jasa.....	23
2.6. Kepuasan Pelanggan.....	24
2.6.1. Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	24
2.6.2. Konsep Kepuasan Pelanggan Dalam Pemasaran.....	25
2.6.3. Mengukur Kepuasan Pelanggan.....	26
2.7. Pengaruh <i>Service Quality</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	29
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN.....	30
3.1. Sejarah Singkat Perusahaan.....	30
3.1.1. Jenis – jenis Jasa Di Salon FORA.....	31
3.1.2. Proses Penyelenggaraan Jasa Di Salon FORA.....	33
3.1.3. Struktur Organisasi Dan Uraian Jabatan Perusahaan.....	34
3.2. Metode Penelitian.....	37
3.2.1. Desain Penelitian.....	37
3.2.2. Definisi Variabel.....	37
3.2.3. Operasional Variabel.....	38
3.3. Jenis Dan Sumber Data.....	41
3.4. Metode Pengumpulan Data.....	42
3.4.1. Teknik Penentuan Sampel.....	42

3.4.2. Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.5. Metode Analisis Data.....	44
3.6. Rancangan Pengujian Hipotesis.....	48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	50
4.1. Ruang Lingkup Pembahasan.....	50
4.2. Identifikasi Responden.....	51
4.3. Pelaksanaan <i>Service Quality</i> Di Salon FORA.....	56
4.4. Kepuasan Konsumen Salon FORA Pasteur Bandung.....	80
4.5. Pengaruh <i>Service Quality</i> Terhadap Kepuasan Konsumen.....	85
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	91
5.1. Kesimpulan .....	91
5.2. Saran.....	93
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.1.	Tabel Cabang - Cabang Salon FORA.....	2
Tabel 1.1.2.	Tabel Cabang – Cabang Salon Anata.....	2
Tabel 1.1.3.	Jasa – Jasa Di Salon FORA.....	3
Tabel 3.2.3.1.	Operasional Variabel.....	39
Tabel 3.3.1.	Jenis Dan Sumber Data.....	42
Tabel 4.2.1.	Tabel Identifikasi Responden Berdasarkan Usia Responden.....	51
Tabel 4.2.2.	Tabel Identifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Responden...	53
Tabel 4.2.3.	Tabel Identifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan Responden.....	54
Tabel 4.2.4.	Tabel Aktivitas Jasa Yang Dilakukan Responden Di Salon FOR A.....	55
Tabel 4.3.1.	Tabel pertanyaan bahwa sarana parkir di Salon FORA memadai.....	56
Tabel 4.3.2.	Tabel pertanyaan bahwa kebersihan ruangan di Salon FORA baik.....	58
Tabel 4.3.3.	Tabel pertanyaan bahwa desain interior ruangan di Salon FORA baik...	59
Tabel 4.3.4.	Tabel pertanyaan bahwa penampilan karyawan di Salon FORA baik....	60
Tabel 4.3.5.	Tabel pertanyaan bahwa peralatan yg tersedia di Salon FORA lengkap..	61
Tabel 4.3.6.	Tabel pertanyaan bahwa pelayanan jasa yang dikerjakan oleh karyawan hasilnya sesuai dengan permintaan konsumen.....	62
Tabel 4.3.7.	Tabel pertanyaan bahwa kecepatan waktu pelayanan jasa yang dikerjakan oleh karyawan baik.....	63
Tabel 4.3.8.	Tabel pertanyaan bahwa komplain dari konsumen atas pelayanan jasa yang dikerjakan oleh karyawan dapat langsung diatasi.....	65

Tabel 4.3.9.	Tabel pertanyaan bahwa informasi atas produk dan pelayanan jasa yg ingin diketahui konsumen langsung diberikan karyawan dengan baik.....	66
Tabel 4.3.10.	Tabel pertanyaan bahwa saat konsumen membutuhkan bantuan, karyawan dapat memberikan bantuan dengan cepat dan tanggap.....	67
Tabel 4.3.11.	Tabel pertanyaan bahwa pelayanan jasa yang diinginkan konsumen dikerjakan karyawan dengan terampil.....	69
Tabel 4.3.12.	Tabel pertanyaan bahwa saat konsumen membutuhkan informasi atas produk dan pelayanan jasa karyawan dapat langsung memberikan penjelasan dengan baik.....	70
Tabel 4.3.13.	Tabel pertanyaan bahwa ketika konsumen datang ke salon, karyawan langsung menyapa konsumen dengan ramah dan menanyakan pelayanan jasa yang diinginkan konsumen.....	71
Tabel 4.3.14.	Tabel pertanyaan bahwa saat karyawan sedang mengerjakan pelayanan jasa, karyawan mau mengajak ngobrol konsumen dengan perilaku sopan.....	73
Tabel 4.3.15.	Tabel pertanyaan bahwa pengerjaan pelayanan jasa yang dilakukan karyawan tidak mencelakai konsumen.....	74
Tabel 4.3.16.	Tabel pertanyaan bahwa saat pengerjaan pelayanan jasa timbul keluhan dari konsumen, karyawan mau memberikan perhatian secara sungguh – sungguh agar konsumen merasa nyaman.....	75
Tabel 4.3.17.	Tabel pertanyaan bahwa saat pengerjaan pelayanan jasa, karyawan mau menawarkan atau menyediakan untuk konsumen.....	77

Tabel 4.3.18.	Tabel pertanyaan bahwa pelayanan jasa yang diminta oleh konsumen dikerjakan dengan baik oleh karyawan tanpa memandang status sosial konsumen.....	79
Tabel 4.4.1.	Tabel pertanyaan bahwa frekuensi kunjungan konsumen ke salon FORA dalam 3 (tiga) bulan terakhir ini.....	80
Tabel 4.4.2.	Tabel pertanyaan bahwa frekuensi konsumen merekomendasikan atau mengajak orang lain untuk datang ke salon FORA.....	81
Tabel 4.4.3.	Tabel pertanyaan bahwa konsumen menolak untuk pergi ke salon lain selain salon FORA.....	82
Tabel 4.4.4.	Tabel pertanyaan bahwa kalau ada salon lain yang menawarkan harga lebih murah daripada salon FORA, konsumen akan pergi ke salon tersebut.....	83
Tabel 4.4.5.	Tabel pertanyaan bahwa saya merasa puas terhadap <i>service quality</i> yang diberikan salon FORA.....	84

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2.1. Gambar Bauran Pemasaran.....	15
Gambar 2.5.1.1. Gambar Model Kualitas Jasa.....	23
Gambar 2.6.2.1. Gambar Konsep Kepuasan Konsumen.....	26
Gambar 3.1.2. Gambar Proses Penyelenggaran Jasa Salon FORA.....	33
Gambar 3.1.3. Gambar Struktur Organisasi Di Salon FORA.....	35
Gambar 4.6.1. Gambar Grafik Distribusi $t$ Pengujian Hipotesis.....	90

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Surat bukti penelitian (surat pernyataan dan berita acara bimbingan)

Lampiran 2 : Kuesioner penelitian

Lampiran 3 : Tabel distribusi T

Lampiran 4 : Tabel hasil kuesioner tentang *service quality* dan kepuasan konsumen

Lampiran 5 : Brosur tentang Salon FORA