

BAB V

PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

Pada bagian ini, akan dibahas mengenai pengolahan-pengolahan data yang telah didapatkan pada bagian sebelumnya. Setelah melakukan pengolahan, hasilnya akan dianalisis. Dari hasil analisis yang didapatkan, dapat dibuat usulan-usulan yang berguna untuk tempat pijat Reflexologi Karasia.

5.1 Kuesioner Pendahuluan

Kuesioner pendahuluan terdiri dari 2 bagian, yaitu : bagian pertama yakni merupakan pertanyaan untuk menentukan pesaing utama dari tempat pijat Reflexologi Karasia serta bagian kedua yakni merupakan pertanyaan yang berisi atribut-atribut yang dipentingkan oleh konsumen dalam pemilihan tempat pijat reflexologi.

Kuesioner pendahuluan disebarkan kepada 31 pelanggan jasa pijat reflexologi di Reflexologi Karasia. Kuesioner pendahuluan diberikan langsung kepada pelanggan yang sudah selesai melakukan pijat reflexologi di Reflexologi Karasia.

Kuesioner pendahuluan akan diolah sebagai berikut :

- **Kuesioner bagian pertama**

Kuesioner bagian pertama berisikan pertanyaan untuk menentukan pesaing utama dari tempat pijat Reflexologi Karasia. Tempat pijat calon pesaing utama ada sebanyak 26 yang didapatkan dari tempat pijat reflexologi yang berada di Bandung wilayah Bojonagara. Dari 26 pesaing yang berada di Bandung wilayah Bojonagara, terpilihlah Kakiku yang beralamatkan di Jalan Pasir Kaliki No. 68 sebagai pesaing utama. Kakiku mendapatkan 9 suara dari 31 kuesioner yang disebarkan dan memiliki persentasi sebesar 29%.

- Kuesioner bagian kedua

Kuesioner bagian kedua berisikan pertanyaan untuk mencari tahu variabel-variabel yang dianggap penting oleh pelanggan dalam pemilihan tempat pijat reflexologi. Untuk variabel yang nilai persentasenya kurang dari 50% akan dibuang.

Pada hasil kuesioner bagian 2 ini didapatkan 5 variabel yang didapatkan nilai persentasenya kurang dari 50%, berikut tabel 5.2 adalah variabel yang tingkat kepentingannya tidak melebihi 50%:

Tabel 5.1
Hasil Variabel yang dibuang

No. Variabel	Variabel	Penting	Tidak Penting	Persentase (%)
6	Terdapat diskon pada jam-jam tertentu (Happy Hour)	11	20	35,48
14	Adanya promo berupa gratis pijat setelah melakukan 5 kali pijat	14	17	45,16
15	Promo jika membawa teman sistem multy level marketing (MLM)	14	17	45,16
37	Terdapat suguhan untuk yang menunggu (snack/minum/lainnya)	11	20	35,48
40	Ketersediaan penitipan anak	13	18	41,94

5.2 Kuesioner Penelitian

5.2.1 Validitas Konstruksi

Validitas internal dalam penelitian ini adalah validitas konstruksi. Validitas konstruksi dilakukan sebelum menyebarkan kuesioner penelitian kepada responden, dengan tujuan agar pertanyaan dan pernyataan yang ada di kuesioner dapat dimengerti oleh responden. Untuk menguji validitas konstruksi, dapat digunakan pendapat dari ahli (*judgement experts*). Para ahli yang diminta pendapatnya adalah:

1. Arif Suryadi, ST.,MT.
2. Yulianti, ST.,MT.
3. Melina Hermawan, ST.,MT.

Para ahli diminta pendapat mengenai pertanyaan dan pernyataan yang terdapat di kuesioner. Dari uji validitas konstruksi ini dilakukan beberapa perbaikan diantaranya pemeriksaan pertanyaan mengenai *Segmentation*, *Targetting*, *Positioning* (STP) dan penambahan variabel pada 7 dimensi produk, setelah dinyatakan valid maka kuesioner disebarkan sebanyak 100 buah untuk diuji reliabilitas dan validitas.

5.2.2 Hasil Kuesioner Penelitian

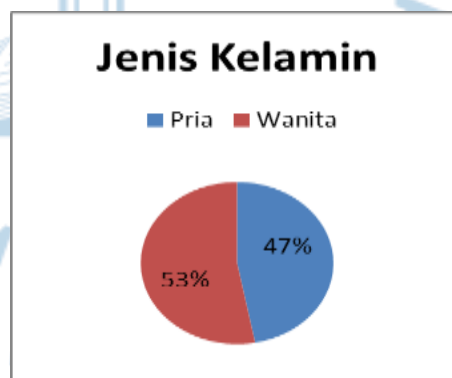
Setelah melakukan penyebaran kuesioner penelitian terhadap 100 responden, selama \pm 1 bulan lamanya. Didapatkanlah Hasil kuesioner penelitian sebagai berikut:

– Bagian 1 & 2

Pada kuesioner penelitian bagian 1 & 2 ditanyakan berbagai pertanyaan yang bertujuan untuk mengetahui data profil responden, pertanyaan mengenai tempat pijat reflexologi. Berikut akan ditampilkan hasil kuesioner bagian 1 & 2 dalam bentuk jumlah & persentase

1. Jenis Kelamin

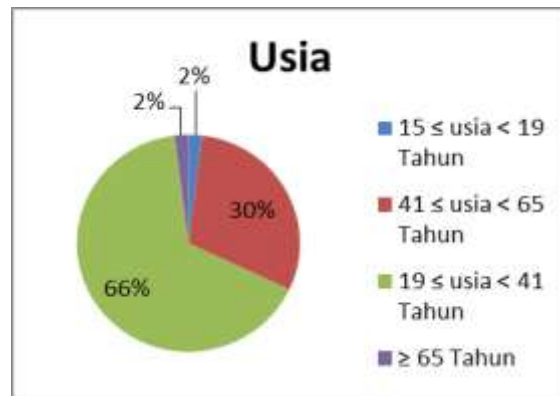
Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner penelitian, didapatkan hasil bahwa mayoritas lebih banyak pelanggan Reflexologi Karasia adalah wanita, yaitu sebesar 53%. Hal ini ditunjukkan dengan tingkat persentase yang disajikan dalam gambar 1.1 berikut :



Gambar 5.1
Pie Chart Jenis Kelamin

2. Usia

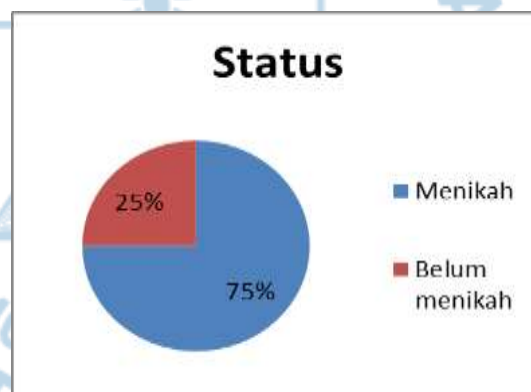
Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner penelitian, didapatkan hasil bahwa mayoritas range usia pelanggan Reflexologi Karasia adalah $19 \leq \text{usia} < 41$ Tahun yaitu sebesar 66%. Hal ini ditunjukkan dengan tingkat persentase yang disajikan dalam gambar 5.2 berikut :



Gambar 5.2
Pie Chart Usia

3. Status

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner penelitian, didapatkan hasil bahwa mayoritas status pelanggan Reflexologi Karasia adalah menikah yaitu sebesar 75%. Hal ini ditunjukkan dengan tingkat persentase yang disajikan dalam 5.3 berikut :



Gambar 5.3
Pie Chart Status

4. Tempat tinggal

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner penelitian, didapatkan hasil bahwa mayoritas tempat tinggal pelanggan Reflexologi Karasia adalah di Bandung Utara yaitu sebesar 44%. Hal ini ditunjukkan dengan tingkat persentase yang disajikan dalam 5.4 berikut :



Gambar 5.4
Pie Chart Tempat Tinggal

5. Pekerjaan

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner penelitian, didapatkan hasil bahwa mayoritas pekerjaan pelanggan Reflexologi Karasia adalah karyawan swasta/ pegawai negeri yaitu sebesar 48%. Hal ini ditunjukkan dengan tingkat persentase yang disajikan dalam 5.5 berikut :



Gambar 5.5
Pie Chart Pekerjaan

6. Pengeluaran maksimal untuk pijat

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner penelitian, didapatkan hasil bahwa pengeluaran maksimal untuk pijat yang terbanyak dipilih oleh pelanggan Reflexologi Karasia adalah

Rp. 50.000 \leq harga < 75.000, yaitu sebesar 67%. Hal ini ditunjukkan dengan tingkat persentase yang disajikan dalam gambar 5.6 berikut :

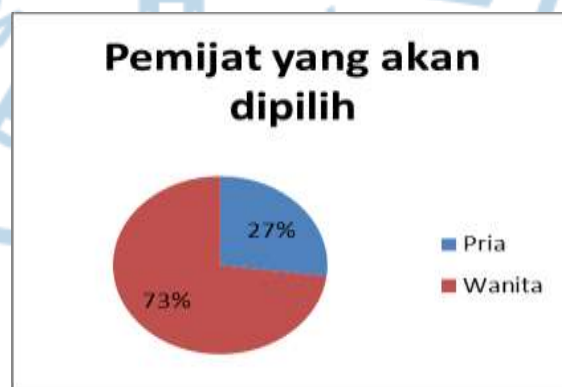


Gambar 5.6

Pie Chart Pengeluaran Maksimal untuk Pijat

7. Pemijat yang akan dipilih

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner penelitian, didapatkan hasil bahwa mayoritas pelanggan Reflexologi Karasia akan memilih pemijat wanita yaitu sebesar 73%. Hal ini ditunjukkan dengan tingkat persentase yang disajikan dalam gambar 5.7 berikut :



Gambar 5.7

Pie Chart Pemijat yang Akan Dipilih

8. Kebutuhan pelayanan pijat /bulan

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner penelitian, didapatkan hasil bahwa mayoritas kebutuhan pelayanan pijat

/bulan untuk pelanggan Reflexologi Karasia adalah 2 kali /bulan yaitu sebesar 41%. Hal ini ditunjukkan dengan tingkat persentase yang disajikan dalam gambar 5.8 berikut :



Gambar 5.8
Pie Chart Kebutuhan Pijat /Bulan

9. Yang sering dilakukan saat mengunjungi BTC mall

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner penelitian, didapatkan hasil bahwa mayoritas yang sering dilakukan pelanggan Reflexologi Karasia di BTC mall adalah belanja pakaian yaitu sebesar 39%. Hal ini ditunjukkan dengan tingkat persentase yang disajikan dalam gambar 5.9 berikut :



Gambar 5.9
Pie Chart yang Sering Dilakukan Pelanggan Saat ke BTC mall

10. Darimana konsumen mengetahui tempat reflexologi Karasia

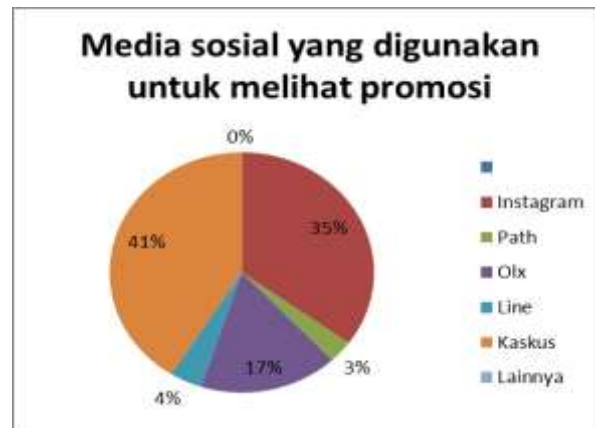
Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner penelitian, didapatkan hasil bahwa mayoritas pelanggan Reflexologi Karasia mengetahui tempat pijat reflexologi Karasia pada saat melihat papan nama tempat refleksi yaitu sebesar 53%. Hal ini ditunjukkan dengan tingkat persentase yang disajikan dalam gambar 5.10 berikut :



Gambar 5.10
Pie Chart Darimana Konsumen Mengetahui Reflexologi Karasia

11. Media sosial yang paling sering digunakan untuk melihat suatu promosi

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner penelitian, didapatkan hasil bahwa mayoritas media social yang digunakan untuk melihat suatu promosi oleh pelanggan Reflexologi Karasia adalah Kaskus yaitu sebesar 41%. Hal ini ditunjukkan dengan tingkat persentase yang disajikan dalam gambar 5.11 berikut :



Gambar 5.11

Pie Chart Media Sosial yang Digunakan untuk Melihat Promosi

12. Lama waktu pijat yang dapat membuat Anda puas

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner penelitian, didapatkan hasil bahwa mayoritas lama waktu pijat yang dapat membuat pelanggan Reflexologi Karasia puas adalah 1,5 jam yaitu sebesar 53%. Hal ini ditunjukkan dengan tingkat persentase yang disajikan dalam gambar 5.12 berikut :



Gambar 5.12

Pie Chart Lama Waktu Pijat yang Dapat Membuat Pelanggan Merasa Puas

13. Faktor yang membuat Anda tidak jadi untuk pijat

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner penelitian, didapatkan hasil bahwa mayoritas factor yang membuat pelanggan Reflexologi Karasia memilih untuk tidak jadi pijat adalah saat mereka mendapati bahwa mereka masuk dalam *waiting list* (harus menunggu giliran untuk dipijat) yaitu

sebesar 49%. Hal ini ditunjukkan dengan tingkat persentase yang disajikan dalam gambar 5.13 berikut :



Gambar 5.13
Pie Chart Faktor yang Membuat Pelanggan Tidak Jadi untuk Pijat

14. Kapan Anda biasanya mulai melakukan pijat

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner penelitian, didapatkan hasil bahwa mayoritas pelanggan Reflexologi Karasia memulai pijat pukul 14.01 – 18.00 yaitu sebesar 55%. Hal ini ditunjukkan dengan tingkat persentase yang disajikan dalam gambar 5.14 berikut :



Gambar 5.14
Pie Chart Waktu Pelanggan Mulai Melakukan Pijat

15. Alasan utama menggunakan jasa pijat reflexologi Karasia

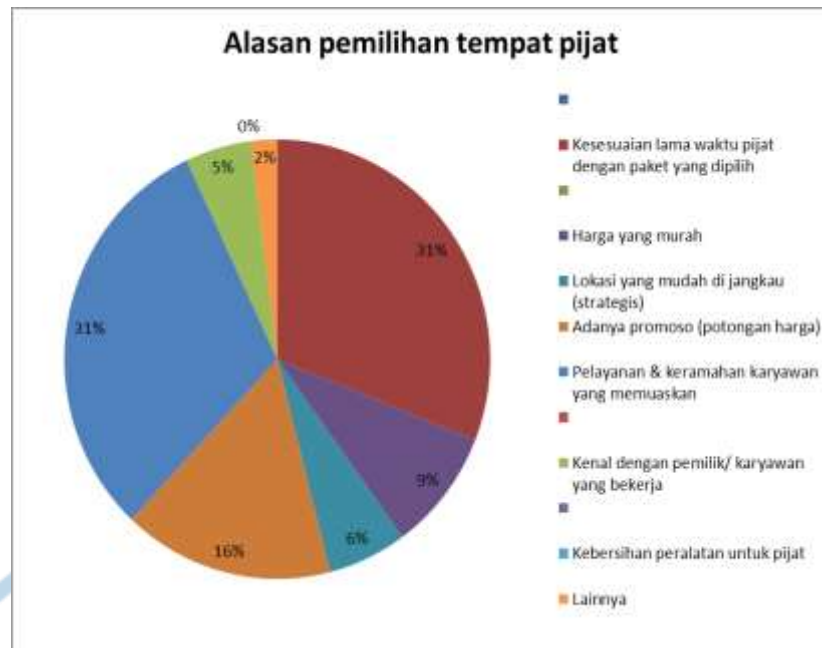
Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner penelitian, didapatkan hasil bahwa alasan mayoritas pelanggan Reflexologi Karasia menggunakan jasa reflexologi adalah karena badan pegal yaitu sebesar 34,53%. Hal ini ditunjukkan dengan tingkat persentase yang disajikan dalam gambar 5.15 berikut :



Gambar 5.15
Pie Chart Alasan utama pelanggan pijat

16. Alasan pemilihan tempat pijat reflexologi

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner penelitian, didapatkan hasil bahwa mayoritas pelanggan Reflexologi Karasia memilih tempat pijat reflexologi adalah kesesuaian lama waktu pijat dengan paket yang dipilih dan pelayanan & keramahan karyawan yang memuaskan yaitu sebesar 31% untuk keduanya. Hal ini ditunjukkan dengan tingkat persentase yang disajikan dalam gambar 5.16 berikut :



Gambar 5.16
Pie Chart Alasan Pemilihan Tempat Pijat

17. Apakah alat pembayaran melalui debit card/ kredit card diperlukan ?

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner penelitian, didapatkan hasil bahwa mayoritas pelanggan Reflexologi Karasia memilih tidak setuju untuk mengadakan pembayaran melalui debit card/ kredit card, yaitu sebesar 61%. Hal ini ditunjukkan dengan tingkat persentase yang disajikan dalam gambar 5.17 berikut :



Gambar 5.17
Pie Chart Apakah Alat Pembayaran Melalui Debit Card dan Kredit Card Diperlukan

18. Apakah Anda mengharapkan adanya konsultasi untuk menangani keluhan

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner penelitian, didapatkan hasil bahwa mayoritas pelanggan Reflexologi Karasia mengharapkan adanya konsultan untuk menangani keluhan yang ada yaitu sebesar 58%. Hal ini ditunjukkan dengan tingkat persentase yang disajikan dalam gambar 5.18 berikut :



Gambar 5.18
Pie Chart Apakah Pelanggan Mengharapkan Adanya Konsultasi untuk Keluhan

19. Apakah Anda mengharapkan dapat melakukan pemesanan pijatan ?

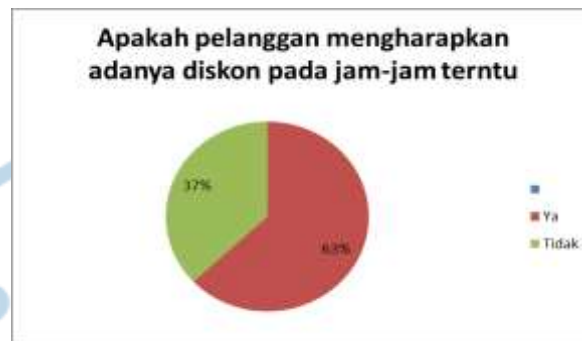
Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner penelitian, didapatkan hasil bahwa mayoritas pelanggan Reflexologi Karasia setuju untuk mengadakan pemesanan pijatan yaitu sebesar 74%. Hal ini ditunjukkan dengan tingkat persentase yang disajikan dalam gambar 5.19 berikut :



Gambar 5.19
Apakah Pelanggan Mengharapkan Dapat Melakukan Pemesanan Pijat

20. Apakah Anda mengharapkan diskon pada jam tertentu

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner penelitian, didapatkan hasil bahwa mayoritas pelanggan Reflexologi Karasia setuju adanya diskon pada jam-jam tertentu yaitu sebesar 63%. Hal ini ditunjukkan dengan tingkat persentase yang disajikan dalam gambar 5.20 berikut :



Gambar 5.20
Pie Chart Apakah Pelanggan Mengharapkan Adanya Diskon Pada Jam Tertentu

- Bagian 3

Pada kuesioner penelitian bagian 3 ditanyakan berbagai pertanyaan yang bertujuan untuk mengetahui tingkat kepentingan, kinerja perusahaan serta mengetahui peringkat tempat Reflexologi Karasia dibanding dengan Kakiku.

5.2.3 Pengujian Validitas Eksternal dan Reliabilitas

Hasil dari kuesioner yang telah diterima dapat dilanjutkan kepengujian validitas eksternal dan reliabilitas. Pengujian validitas eksternal dan reliabilitas ini menggunakan bantuan program SPSS.

Ketentuan valid apabila $r > r$ kritis atau $r > r$ tabel. Dengan jumlah responden 100 orang maka dari tabel *Product R Moment* untuk jumlah *sample* 100 nilai r tabel adalah 0,195. Atribut yang dinyatakan valid adalah atribut yang memiliki nilai *Corrected Item Total Correlation* melebihi angka 0,195.

❖ Tingkat Kepentingan

- Berikut ini adalah hasil output SPSS untuk tingkat kepentingan yang diuji validitasnya ditunjukkan pada tabel 5.4 - 5.6:

Tabel 5.4 Validitas Tingkat Kepentingan

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	157.8600	62.606	.125	.840
VAR00002	157.8300	61.476	.278	.836
VAR00003	157.8100	61.671	.270	.836
VAR00004	157.7800	61.527	.296	.835
VAR00005	157.8900	62.745	.113	.840
VAR00006	157.8800	62.086	.206	.838
VAR00007	157.7800	61.830	.255	.836
VAR00008	157.8500	61.119	.336	.834
VAR00009	157.8200	60.594	.413	.833
VAR00010	157.8800	60.349	.397	.833
VAR00011	157.9800	63.434	.029	.842
VAR00012	157.7400	61.649	.292	.836
VAR00013	157.7200	63.598	.021	.841
VAR00014	157.8400	61.045	.347	.834
VAR00015	157.8700	60.761	.363	.834
VAR00016	157.8500	60.795	.346	.834
VAR00017	157.9200	60.398	.388	.833
VAR00018	157.8800	60.996	.332	.835
VAR00019	157.8800	60.086	.448	.832
VAR00020	157.8500	61.301	.312	.835
VAR00021	157.8400	62.136	.203	.838

Tabel 5.4 Validitas Tingkat Kepentingan (lanjutan)

VAR00022	157.9000	61.424	.276	.836
VAR00023	157.9400	60.845	.347	.834
VAR00024	157.8300	62.122	.196	.838
VAR00025	157.8900	60.564	.386	.833
VAR00026	157.9100	59.376	.495	.830
VAR00027	157.9300	60.147	.418	.832
VAR00028	157.8600	60.263	.448	.832
VAR00029	157.8400	60.863	.372	.834
VAR00030	157.8300	60.446	.410	.833
VAR00031	157.8400	60.722	.391	.833
VAR00032	157.9100	59.840	.476	.831
VAR00033	157.8400	60.419	.431	.832
VAR00034	157.9000	63.606	.006	.843
VAR00035	157.8600	61.273	.314	.835
VAR00036	158.1300	63.044	.085	.840
VAR00037	157.8800	60.288	.422	.832
VAR00038	157.8000	61.091	.350	.834
VAR00039	157.7700	62.381	.182	.838
VAR00040	157.8900	61.654	.237	.837
VAR00041	157.8400	61.408	.285	.836
VAR00042	157.8700	62.215	.190	.838
VAR00043	157.9400	61.491	.267	.836
VAR00044	157.8900	61.149	.312	.835
VAR00045	157.7600	62.406	.170	.838

Dari hasil pengujian menggunakan SPSS, didapatkan beberapa atribut yang tidak valid yaitu variable 1, 5, 11, 13, 34, 36, 39, 42 dan 45. Kemudian data tersebut dibuang, kemudian dilakukan kembali uji validitas menggunakan SPSS dengan atribut yang masih ada

Tabel 5.4 Validitas Tingkat Kepentingan langkah 2

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	125.6600	52.994	.292	.855
VAR00002	125.6400	53.505	.238	.856
VAR00003	125.6100	53.230	.285	.855
VAR00004	125.7100	54.067	.151	.858

Tabel 5.4 Validitas Tingkat Kepentingan langkah 2 (lanjutan)

VAR00006	125.6800	53.189	.276	.855
VAR00007	125.6500	51.886	.471	.850
VAR00008	125.7100	51.804	.430	.851
VAR00009	125.5700	53.136	.312	.854
VAR00010	125.6700	52.971	.309	.854
VAR00011	125.7000	52.293	.383	.852
VAR00012	125.6800	52.018	.406	.852
VAR00013	125.7500	51.907	.413	.852
VAR00014	125.7100	52.551	.346	.853
VAR00015	125.7100	51.784	.452	.851
VAR00016	125.6800	52.987	.308	.854
VAR00017	125.6700	53.536	.228	.856
VAR00018	125.7300	52.846	.304	.854
VAR00019	125.7700	52.300	.376	.852
VAR00020	125.6600	53.802	.182	.857
VAR00021	125.7200	52.284	.384	.852
VAR00022	125.7400	51.103	.501	.849
VAR00023	125.7600	51.982	.403	.852
VAR00024	125.6900	52.054	.437	.851
VAR00025	125.6700	52.547	.370	.853
VAR00026	125.6600	52.025	.427	.851
VAR00027	125.6700	52.122	.431	.851
VAR00028	125.7400	51.406	.501	.849
VAR00029	125.6700	52.021	.446	.851
VAR00030	125.6900	52.620	.356	.853
VAR00031	125.7100	51.844	.443	.851
VAR00032	125.6300	52.639	.366	.853
VAR00033	125.7200	53.012	.270	.855
VAR00034	125.6700	53.274	.253	.855
VAR00035	125.7700	53.371	.232	.856
VAR00036	125.7200	53.072	.274	.855

Dari hasil pengujian menggunakan SPSS, didapatkan beberapa atribut yang tidak valid yaitu variable 4 dan 20 (atribut 6 dan 24 pada kuesioner) . Kemudian data tersebut dibuang, kemudian dilakukan kembali uji validitas menggunakan SPSS dengan atribut yang masih ada.

Tabel 5.5 Validitas Tingkat Kepentingan Langkah 3

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	118.4700	49.969	.306	.856
VAR00002	118.4500	50.513	.245	.857
VAR00003	118.4200	50.286	.286	.856
VAR00004	118.4200	50.286	.286	.856
VAR00005	118.4900	50.374	.259	.857
VAR00006	118.4600	48.958	.476	.852
VAR00007	118.5200	48.838	.440	.852
VAR00008	118.3800	50.076	.332	.855
VAR00009	118.4800	50.131	.296	.856
VAR00010	118.5100	49.465	.371	.854
VAR00011	118.4900	49.141	.403	.853
VAR00012	118.5600	49.097	.401	.853
VAR00013	118.5200	49.727	.333	.855
VAR00014	118.5200	48.858	.456	.852
VAR00015	118.4900	50.071	.303	.856
VAR00016	118.4800	50.535	.237	.857
VAR00017	118.5400	50.008	.292	.856
VAR00018	118.5800	49.600	.347	.855
VAR00019	118.5300	49.545	.358	.855
VAR00020	118.5500	48.290	.493	.851
VAR00021	118.5700	48.975	.417	.853
VAR00022	118.5000	49.141	.439	.853
VAR00023	118.4800	49.666	.365	.854
VAR00024	118.4700	48.999	.445	.852
VAR00025	118.4800	49.181	.437	.853
VAR00026	118.5500	48.533	.499	.851
VAR00027	118.4800	49.141	.443	.853
VAR00028	118.5000	49.687	.358	.855
VAR00029	118.5200	48.878	.453	.852
VAR00030	118.4400	49.623	.381	.854
VAR00031	118.5300	49.989	.282	.857
VAR00032	118.4800	50.293	.259	.857
VAR00033	118.5800	50.367	.241	.858
VAR00034	118.5300	50.151	.273	.857

Dari hasil pengujian menggunakan SPSS, didapatkan semua atribut dalam keadaan valid. Kemudian data tersebut dapat dilanjutkan kepengolahan berikutnya, yaitu pengujian reliability menggunakan SPSS.

Dari hasil validitas kepentingan didapatkan variable yang dibuang, ditunjukkan pada tabel 5.7:

Tabel 5.6
Variabel yang dibuang

No	Variabel
1	Variasi pemilihan penggunaan minyak / tidak
5	Variasi lotion dengan manfaat yang bermacam-macam
6	Variasi pemilihan lama waktu pijat
11	Banyak sarana transportasi menuju tempat pijat
13	Kemenarikan promosi melalui media cetak (koran, spanduk)
24	Pelayanan untuk mendapatkan layanan pijat yang cepat
34	Design ruangan tempat pijat yang menarik
36	Sarana hiburan yang dapat dipergunakan (televisi/ musik/ koran/ majalah)
39	Tanggapan pihak tempat pijat atas komplain yang diajukan
42	Kejelasan bukti pembayaran (Nota)
45	Penjelasan atas lotion yang dipergunakan

Hasil variabel yang dibuang tidak dapat dilanjutkan ke pengujian reliabilitas. Dari hasil akhir atribut yang tidak dibuang didapatkan bahwa pertanyaan memenuhi persyaratan 7P dimana setiap bagian 7P harus memiliki setidaknya 1 atribut didalamnya. Setelah dilakukan evaluasi mengenai syarat 7P barulah dapat diproses lanjuti ke pengujian reliabilitas.

- Berikut ini adalah hasil output SPSS untuk tingkat kepentingan yang diuji reliabilitinya ditunjukkan tabel 5.7:

Tabel 5.7 Reliabilitas Tingkat Kepentingan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.858	34

Data sudah dinyatakan reliable karena nilai r hitung $> 0,7$, berarti tingkat reliabilitasnya tinggi.

Berikut adalah atribut yang telah valid pada pengujian validitas terhadap tingkat kepentingan dan reliabel ditunjukkan pada tabel 5.8:

Tabel 5.8
Variabel terpilih (valid)

No.	Variabel
<i>Product</i>	
1	Kualitas minyak yang baik (lengket/ tidak, panas/hangat)
2	Teknik pijat (pemilihan titik-titik area yang sakit/pegal)
3	Tepatnya lama waktu pijat dengan paket yang dipilih
<i>Price</i>	
4	Kualitas pelayanan dengan harga
5	Persaingan harga dengan kompetitor yang sejenis
6	Besar potongan harga (diskon) bagi yang sudah jadi pelanggan
<i>Place</i>	
7	Lokasi yang strategis (mudah dijangkau, sarana transportasi mendukung)
8	Lahan parkir yang luas dan memadai
<i>Promotion</i>	
9	Kemenarikan promosi melalui media iklan (televisi, radio)
10	Kemenarikan promosi melalui media sosial (path, instagram, facebook, twitter, dsb)
11	Perlakuan khusus untuk pemilik kartu member
<i>People</i>	
12	Kebersihan karyawan
13	Ketepatan waktu pijat
14	Keramahan karyawan
15	Keahlian karyawan untuk memijat
16	Kemudahan menemukan karyawan melalui seragam karyawan
17	Ketanggapan karyawan untuk menanyakan kekuatan pijat
18	Etika karyawan untuk meraba bagian yang tidak sopan
19	Profesionalitas karyawan bekerja (karyawan fokus dalam melakukan tugasnya)
20	Pengetahuan karyawan untuk membantu penyembuhan keluhan konsumen
<i>Physical Evidence</i>	
21	Posisi papan nama pijat refleksi
22	Ruang ganti pakaian yang memadai (jumlah dan luas)
23	Kebersihan tempat pijat
24	Temperatur udara (AC) yang nyaman
25	Sirkulasi udara didalam tempat pijat
26	Pencahayaan tempat pijit yang pas
27	Menariknya tampilan luar tempat pijat
28	Tempat tunggu yang nyaman
<i>Process</i>	
29	Kenyamanan saat sedang dilakukan pemijatan (Suasana yang hening, nyaman untuk pijat)
30	Keamanan penitipan barang
31	Ketepatan dalam transaksi pembayaran (tidak salah memerikan harga, kembalian uang)
32	Kecepatan dalam melayani permintaan (pengembalian uang, request pengambilan barang, dll)
33	Keramahan dalam penyambutan tamu saat konsumen memasuki tempat pijat
34	Penjelasan atas lotion yang dipergunakan

Keterangan : atribut yang diberi tanda kuning merupakan atribut yang belum dilakukan oleh Reflexologi Karasia

5.3 Analisis *Segmentation, Targetting*

Dari hasil kuesioner bagian profil responden, dimana hasil pengumpulan datanya telah dicantumkan pada bab 4 dapat diketahui jumlah jawaban yang terbanyak adalah sebagai berikut:

- Responden wanita (53%) dan pria (47%)
- $19 \leq \text{usia} < 41$ tahun (66%)
- Menikah (75%)
- Bandung Utara (44%)
- Karyawan swasta/ pegawai negeri (48%)
- Pengeluaran maksimal : Rp 50.000 \leq harga < Rp. 75.000 (67%)
- Gender pemijat yang dipilih adalah wanita (73%)
- Kebutuhan pijat per bulan adalah 2 kali (41%) dan 1 kali (28%)
- Aktivitas yang paling sering dilakukan di BTC mall adalah belanja pakaian (39%) dan nonton bioskop (29%)
- Mengetahui tempat reflexologi Karasia dari melihat langsung papan nama tempat reflexologi (53%) dan dari teman (35%)
- Kaskus (41%) dan instagram (35%) Sebagai media social yang digunakan untuk melihat promosi
- Lama waktu pijat 1 jam (53%) dan 1,5 jam (34%)
- Faktor yang mendorong niat pelanggan untuk pijat adalah saat pelanggan masuk kedalam *waiting list* (49%) dan harga pijat yang tinggi (31%)
- 14.01 – 18.00 (55%) dan 18.01 – 22.00 (32%) jam pijat pelanggan
- Badan pegal (34,53%), Relaksasi (30,22%) dan Keadaan kesehatan kurang baik (29,50%) menjadi alasan untuk pijat
- Kesesuaian lama waktu pijat dengan pilihan paket (31%), Pelayanan & keramahan karyawan yang bekerja (31%) dan adanya promosi potongan harga (16%) menjadi alasan pemilihan tempat pijat reflexologi
- Tidak membutuhkan alat pembayaran debit/ kredit (61%)

- Ya mengharapkan adanya konsultan untuk menangani keluhan (58%)
- Ya mengharapkan dapat melakukan pemesanan waktu pijat & pemijatnya (74%)

Dari jawaban terbanyak tersebut, dapat ditentukan target dari tempat pijat reflexologi Karasia adalah wanita maupun pria yang berusia mulai dari umur 19 hingga 41 tahun (remaja - dewasa - orang tua) dengan status sudah menikah. Pekerjaan sebagai karyawan swasta/ pegawai negeri. Bertempat tinggal di daerah Bandung Utara, karena letak tempat pijat reflexologi Karasia berada di daerah Bandung Utara dan harga maksimal yang rela dikeluarkan untuk jasa pijat reflexologi per jamnya adalah Rp. 50.000 – Rp. 74.999.

5.4 Analisis Persaingan Reflexologi Karasia Dengan Pesaingnya

Tempat pijat reflexologi Kakiku merupakan pendatang baru dalam usaha yang menawarkan jasa pijat reflexologi. Jauh sebelum Kakiku didirikan, sudah banyak tempat pijat reflexologi yang memang terkenal karena pijat ini mengenal istilah “setiap tubuh manusia memiliki hubungannya”. Kakiku merupakan perusahaan yang bergerak dibidang jasa pijat reflexologi, hanya saja perkembangan cepat dialami Kakiku disebabkan karena pemilihan nama yang unik. Hal itu membuat Kakiku mudah diingat dan dikenal banyak. Selain itu Kakiku juga memiliki 2 cabang di Bandung, yaitu di Jalan Pasirkaliki No. 68 dan satunya di Jalan Astana Anyar No. 39 sehingga keberadaannya memudahkan pelanggan untuk menjangkaunya. Lalu disamping itu Kakiku juga sudah memiliki standarisasi pelayanan mulai dari penerimaan tamu hingga tamu keluar dari Kakiku. Harga yang ditawarkan oleh Kakiku untuk pijat reflexologi berkisar Rp. 60.000,00/jam untuk *food* reflexologi hingga Rp. 90.000,00/1,5jam untuk *food, back & head* reflexologi, dan dikenakan tambahan biaya untuk *extra time* sebesar Rp. 40.000,00.

5.5 Perhitungan Ranking

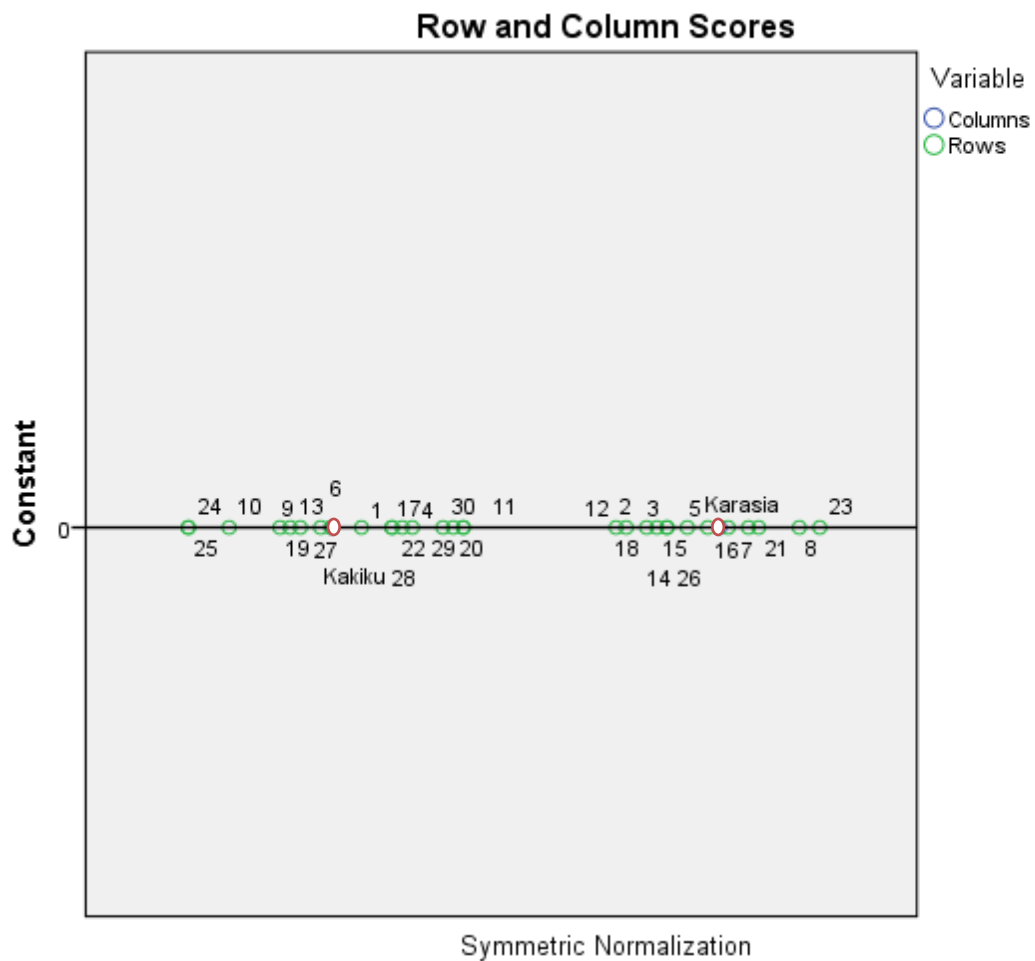
Perhitungan ranking menggunakan metode *Correspondence Analysis* (CA). kuesioner yang telah diberikan oleh responden untuk setiap tempat pijat refleksi memiliki bobot untuk setiap atributnya, yaitu untuk ranking 1 memiliki bobot 1 dan untuk ranking 2 memiliki bobot 0. Hasil bobot yang telah dijumlahkan untuk setiap atributnya diolah dengan menggunakan bantuan program SPSS (*Correspondence Analysis*).

Tabel 5.9
Jumlah Bobot

No	No. Var	Variabel	Bobot tempat pijat refleksi	
			Karasia Refleksi	Kakiku Refleksi
1	1	Kualitas minyak yang baik (lengket/ tidak, panas/hangat)	30	70
2	3	Teknik pijat (pemilihan titik-titik area yang sakit/pegal)	56	44
3	4	Tepatnya lama waktu pijat dengan paket yang dipilih	60	40
4	7	Kualitas pelayanan dengan harga	35	65
5	8	Persaingan harga dengan kompetitor yang sejenis	64	36
6	9	Besar potongan harga (diskon) bagi yang sudah jadi pelanggan	26	74
7	10	Lokasi yang strategis (mudah dijangkau, sarana transportasi mendukung)	68	32
8	12	Lahan parkir yang luas dan memadai	73	27
9	15	Kemenarikan promosi melalui media sosial (path, instagram, facebook, twitter, dsb)	24	76
10	16	Perlakuan khusus untuk pemilik kartu member	17	83
11	17	Kebersihan karyawan	40	60
12	18	Ketepatan waktu pijat	55	45
13	19	Keramahan karyawan	23	77
14	20	Keahlian karyawan untuk memijat	60	40
15	22	Ketanggapan karyawan untuk menanyakan kekuatan pijat	59	41
16	23	Etika karyawan untuk meraba bagian yang tidak sopan	66	34
17	25	Pengetahuan karyawan untuk membantu penyembuhan keluhan konsumen	58	42
18	26	Profesionalitas karyawan bekerja (karyawan fokus dalam melakukan tugasnya)	33	67
19	27	Posisi papan nama pijat refleksi	22	78
20	28	Menariknya tampilan luar tempat pijat	13	87
21	29	Tempat tunggu yang nyaman	13	87
22	31	Kebersihan tempat pijat	39	61
23	32	Temperatur udara (AC) yang nyaman	69	31
24	33	Sirkulasi udara didalam tempat pijat	33	67
25	35	Pencahayaan tempat pijat yang pas	75	25
26	37	Kenyamanan saat sedang dilakukan pemijatan (Suasana yang hening, nyaman untuk pijat)	62	38
27	38	Keamanan penitipan barang	27	73
28	40	Ketepatan dalam transaksi pembayaran (tidak salah memerikan harga, kembalian uang)	34	66
29	41	Kecepatan dalam melayani permintaan (pengembalian uang, request pengambilan barang, dll)	40	60
30	43	Keramahan dalam penyambutan tamu saat konsumen memasuki tempat pijat	38	62

Setelah data-data jumlah bobot ranking diolah dengan menggunakan bantuan program SPSS yaitu *Correspondence Analysis*. Pengolahan data dapat dilihat pada Bab 2 pengolahan data *Correspondence Analysis*.

Berikut adalah grafik *row and column scores* setelah dilakukan input syntax pada SPSS.:



Gambar 5.21
Grafik Hasil *Correspondance Analysis*

Dari hasil syntax pada SPSS dilakukan *zoom in ratio* terhadap *Height* sebesar 1335 dan *Width* sebesar 1681,2 untuk mendapatkan jarak antar attribut terhadap titik Karasia dan Kakiku yang lebih jelas. Berikut hasil jarak tiap attribut hasil dari SPSS (pengukuran menggunakan penggaris):

Tabel 5.10
Jarak Attribut terhadap Karasia & Kakiku Reflexologi

Dari Variabel	Ke				Tempat pijat unggul	Dari Variabel	Ke				Tempat pijat unggul
	Titik	Cm	Titik	Cm			Titik	Cm	Titik	Cm	
1	Kakiku	1,3	Karasia	15	Kakiku	16	Kakiku	16,6	Karasia	0,3	Karasia
2	Kakiku	12,4	Karasia	3,9	Karasia	17	Kakiku	2,5	Karasia	13,8	Kakiku
3	Kakiku	14,1	Karasia	2,2	Karasia	18	Kakiku	13,3	Karasia	3	Karasia
4	Kakiku	3,4	Karasia	12,9	Kakiku	19	Kakiku	2,2	Karasia	18,5	Kakiku
5	Kakiku	15,8	Karasia	0,5	Karasia	20	Kakiku	5,1	Karasia	11,2	Kakiku
6	Kakiku	0,5	Karasia	16,8	Kakiku	21	Kakiku	17,9	Karasia	1,6	Karasia
7	Kakiku	17,5	Karasia	1,2	Karasia	22	Kakiku	2,5	Karasia	13,8	Kakiku
8	Kakiku	19,7	Karasia	3,4	Karasia	23	Kakiku	20,5	Karasia	4,2	Karasia
9	Kakiku	1,3	Karasia	17,6	Kakiku	24	Kakiku	6	Karasia	22,3	Kakiku
10	Kakiku	4,3	Karasia	20,6	Kakiku	25	Kakiku	6	Karasia	22,3	Kakiku
11	Kakiku	5,5	Karasia	10,8	Kakiku	26	Kakiku	14,9	Karasia	1,4	Karasia
12	Kakiku	12	Karasia	4,3	Karasia	27	Kakiku	0,05	Karasia	16,35	Kakiku
13	Kakiku	1,8	Karasia	18,1	Kakiku	28	Kakiku	2,9	Karasia	13,4	Kakiku
14	Kakiku	14,1	Karasia	2,2	Karasia	29	Kakiku	5,5	Karasia	10,8	Kakiku
15	Kakiku	13,7	Karasia	2,6	Karasia	30	Kakiku	4,7	Karasia	11,6	Kakiku

Berdasarkan jarak perhitungan diatas, berikut adalah keunggulan atribut dari masing-masing tempat pijat reflexologi:

Tabel 5.22
Keunggulan tempat pijat reflexologi Karasia

No	No. Var	Variabel Unggul
2	3	Teknik pijat (pemilihan titik-titik area yang sakit/pegal)
3	4	Tepatnya lama waktu pijat dengan paket yang dipilih
5	8	Persaingan harga dengan kompetitor yang sejenis
7	10	Lokasi yang strategis (mudah dijangkau, sarana transportasi mendukung)
8	12	Lahan parkir yang luas dan memadai
12	18	Ketepatan waktu pijat
14	20	Keahlian karyawan untuk memijat
15	22	Ketanggapan karyawan untuk menanyakan kekuatan pijat
16	23	Etika karyawan untuk meraba bagian yang tidak sopan
18	25	Pengetahuan karyawan untuk membantu penyembuhan keluhan konsumen
21	32	Temperatur udara (AC) yang nyaman
23	35	Pencahayaan tempat pijit yang pas
26	37	Kenyamanan saat sedang dilakukan pemijatan (Suasana yang hening, nyaman untuk pijat)

Tabel 5.12
Ketidak Unggulan Tempat Pijat Reflexologi Karasia

No	No. Var	Variabel yang Tidak Unggul
1	1	Kualitas minyak yang baik (lengket/ tidak, panas/hangat)
4	7	Kualitas pelayanan dengan harga
6	9	Besar potongan harga (diskon) bagi yang sudah jadi pelangga
9	15	Kemenarikan promosi melalui media sosial (path, instagram, facebook, twitter, dsb)
10	16	Perlakuan khusus untuk pemilik kartu member
11	17	Kebersihan karyawan
13	19	Keramahan karyawan
17	26	Profesionalitas karyawan bekerja (karyawan fokus dalam melakukan tugasnya)
19	27	Posisi papan nama pijat refleksi
20	28	Menariknya tampilan luar tempat pijat
22	29	Tempat tunggu yang nyaman
24	31	Kebersihan tempat pijat
25	33	Sirkulasi udara didalam tempat pijat
27	38	Keamanan penitipan barang
28	40	Ketepatan dalam transaksi pembayaran (tidak salah memerikan harga, kembalian uang)
29	41	Kecepatan dalam melayani permintaan (pengembalian uang, request pengambilan barang, dll)
30	43	Keramahan dalam penyambutan tamu saat konsumen memasuki tempat pijat

5.6 Perhitungan *Importance Performance Analysis*

Data tingkat kepentingan dan kinerja yang telah didapatkan sebelumnya, selain diolah dengan persentase tingkat kepuasan dan persentase tingkat kepentingan, diolah juga dengan metode *Importance Performance Analysis*.

Tabel 5.13
Rata-rata Tingkat Kepentingan & Kinerja

No. Var	Variabel	Kepentingan	Kinerja
		Rata-rata	Rata-rata
1	Kualitas minyak yang baik (lengket/ tidak, panas/hangat)	3,62	3,60
3	Teknik pijat (pemilihan titik-titik area yang sakit/pegal)	3,64	3,61
4	Tepatnya lama waktu pijat dengan paket yang dipilih	3,67	3,58
7	Kualitas pelayanan dengan harga	3,67	3,63
8	Persaingan harga dengan kompetitor yang sejenis	3,60	3,37
9	Besar potongan harga (diskon) bagi yang sudah jadi pelanggan	3,63	3,47
10	Lokasi yang strategis (mudah dijangkau, sarana transportasi mendukung)	3,57	3,71

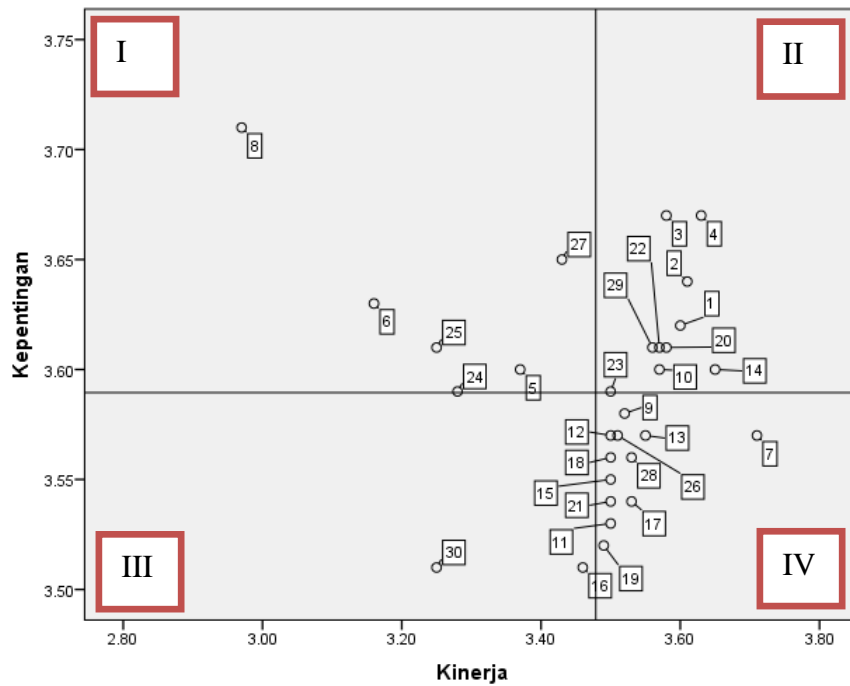
Tabel 5.13
Rata-rata Tingkat Kepentingan & Kinerja (lanjutan)

No. Var	Variabel	Kepentingan	Kinerja
		Rata-rata	Rata-rata
13	Lahan parkir yang luas dan memadai	3,71	3,56
	Kemenarikan promosi melalui media iklan (televisi, radio)		
15	Kemenarikan promosi melalui media sosial (path, instagram, facebook, twitter, dsb)	3,58	3,52
16	Perlakuan khusus untuk pemilik kartu member	3,60	3,57
17	Kebersihan karyawan	3,53	3,50
18	Ketepatan waktu pijat	3,57	3,50
19	Keramahan karyawan	3,57	3,55
20	Keahlian karyawan untuk memijat	3,60	3,65
	Kemudahan menemukan karyawan melalui seragam karyawan		
22	Ketanggapan karyawan untuk menanyakan kekuatan pijat	3,55	3,50
23	Etika karyawan untuk meraba bagian yang tidak sopan	3,51	3,46
25	Profesionalitas karyawan bekerja (karyawan fokus dalam melakukan tugasnya)	3,54	3,58
26	Pengetahuan karyawan untuk membantu penyembuhan keluhan konsumen	3,56	3,50
27	Posisi papan nama pijat refleksi	3,52	3,49
	Ruang ganti pakaian yang memadai (jumlah dan luas)		
28	Kebersihan tempat pijat	3,61	3,58
29	Temperatur udara (AC) yang nyaman	3,54	3,50
31	Sirkulasi udara didalam tempat pijat	3,61	3,57
32	Pencahayaan tempat pijit yang pas	3,59	3,50
33	Menariknya tampilan luar tempat pijat	3,59	3,62
35	Tempat tunggu yang nyaman	3,61	3,55
37	Kenyamanan saat sedang dilakukan pemijatan (Suasana yang hening, nyaman untuk pijat)	3,57	3,51
38	Keamanan penitipan barang	3,65	3,43
40	Ketepatan dalam transaksi pembayaran (tidak salah memerikan harga, kembalian uang)	3,56	3,53
41	Kecepatan dalam melayani permintaan (pengembalian uang, request pengambilan barang, dll)	3,61	3,56
43	Keramahan dalam penyambutan tamu saat konsumen memasuki tempat pijat	3,51	3,25
	Penjelasan atas lotion yang dipergunakan		

Contoh perhitungan rata-rata kepentingan untuk atribut 1:

$$\begin{aligned}
 \text{Rata - rata} &= \frac{(0 * 1) + (2 * 2) + (108 * 3) + (252 * 4)}{100} \\
 &= 3,62
 \end{aligned}$$

Hasil dari pengolahan data *Importance Performance Analysis* ditunjukkan pada gambar 5.22 berikut:



Gambar 5.22
Importance Performance Analysis Kuadran

Keterangan : Garis tengah tingkat kepentingan adalah 3,59 dan 3,48 untuk garis tengah tingkat kinerja

Berikut adalah hasil kesimpulan atribut mana saja yang berada didalam kuadran 1 sampai 4, ditunjukkan pada tabel 5.26.

Tabel 5.26
Ringkasan IPA

No. Urut				
Kuadran 1	Kuadran 2	Kuadran 3	Kuadran 4	
5	1	14	16	7, 17
6	2	20	30	9, 18
8	3	22		11, 19
24	4	23		12, 21
25	10	29		13, 26
27				15, 28

Tabel 5.27
No Urut

No	No. Var	No	No. Var	No	No. Var	No	No. Var	No	No. Var	No	No. Var
1	1	6	9	11	17	16	23	21	29	26	37
2	3	7	10	12	18	17	25	22	31	27	38
3	4	8	12	13	19	18	26	23	32	28	40
4	7	9	15	14	20	19	27	24	33	29	41
5	8	10	16	15	22	20	28	25	35	30	43

Dilihat dari grafik *Importance Performance Analysis* kuadran, dapat diketahui bahwa:

- ❖ Pada kuadran 1 (Prioritas 1) dimana performansi rendah dan kepentingan tinggi, terdapat no. urut 5, 6, 8, 24, 25 dan 27. Pada kuadran ini, atribut-atribut yang ada sangat diharapkan oleh konsumen, tetapi performansi tempat pijat Reflexologi Karasia untuk atribut-atribut ini rendah.
- ❖ Pada kuadran 2 (Prioritas 2) dimana performansi tinggi dan kepentingan tinggi, terdapat no. urut 1, 2, 3, 4, 10, 14, 20, 22, 23 dan 29. Pada kuadran ini, atribut-atribut yang ada sangat diharapkan oleh konsumen dan performansi tempat pijat Reflexologi Karasia terhadap atribut-atribut ini sudah tinggi.
- ❖ Pada kuadran 3 (Prioritas 3) dimana performansi rendah dan kepentingan rendah, terdapat no. urut 16 dan 30. Pada kuadran ini, atribut-atribut yang ada tidak diharapkan oleh konsumen dan performansi dari tempat pijat Reflexologi Karasia juga rendah.
- ❖ Pada kuadran 4 (Prioritas 4) dimana performansi rendah dan kepentingan tinggi, terdapat no. urut 7, 9, 11, 12, 13, 15, 17, 18, 19, 21, 26 dan 28. Pada kuadran ini, atribut-atribut yang ada tidak diharapkan oleh konsumen tetapi performansi dari tempat pijat Reflexologi Karasia tinggi.

5.7 Perhitungan Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui kepentingan konsumen terhadap kinerja yang diberikan oleh tempat pijat refleksi Karasia. Dimana langkah-langkah uji hipotesis adalah sebagai berikut.

- Struktur Hipotesis:

$H_0 : \mu_1 = \mu_2$ (tidak ada perbedaan antara tingkat kinerja dengan tingkat kepentingan, sehingga konsumen puas)

$H_1 : \mu_1 < \mu_2$ (rata-rata tingkat kinerja lebih kecil dari rata-rata tingkat kepentingan, sehingga konsumen tidak puas)

Keterangan : μ_1 = rata-rata kinerja tempat pijat refleksi Karasia

μ_2 = rata-rata kepentingan tingkat pijat refleksi Karasia

➤ Taraf nyata: $\alpha = 0.05$

➤ Statistik uji: Uji Z $\rightarrow Z_{hitung} = \frac{(\bar{X}_1 - \bar{X}_2) - \mu_d}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}}$

Keterangan:

\bar{X}_1 : Rata-rata tingkat kinerja

\bar{X}_2 : Rata-rata tingkat kepentingan

S_1^2 : Variansi tingkat kinerja

S_2^2 : Variansi tingkat kepentingan

n_1 : Jumlah sample tingkat kinerja

n_2 : Jumlah sample tingkat kepentingan

μ_1 : Rata-rata tingkat kinerja

μ_2 : Rata-rata tingkat kepentingan

Wilayah Kritis : ($\alpha = 0.05$), Z tabel = -1.645

Tabel 5.27
Tabel Pengolahan Uji Hipotesis

No. Var	Variabel	Kepentingan		Kinerja		Z	Keputusan
		Rata-rata	STDV^2	Rata-rata	STDV^2		
1	Kualitas minyak yang baik (lengket/ tidak, panas/hangat)	3,62	0,26	3,60	0,51	-0,228	Terima Ho
3	Teknik pijat (pemilihan titik-titik area yang sakit/pegal)	3,64	0,23	3,61	0,49	-0,353	Terima Ho
4	Tepatnya lama waktu pijat dengan paket yang dipilih	3,67	0,22	3,58	0,54	-1,033	Terima Ho
7	Kualitas pelayanan dengan harga	3,67	0,22	3,63	0,49	-0,475	Terima Ho
8	Persaingan harga dengan kompetitor yang sejenis	3,60	0,24	3,37	0,63	-2,462	Tolak Ho
9	Besar potongan harga (diskon) bagi yang sudah jadi pelanggan	3,63	0,23	3,47	0,52	-1,845	Tolak Ho
10	Lokasi yang strategis (mudah dijangkau, sarana transportasi mendukung)	3,57	0,29	3,71	0,46	1,623	Terima Ho
13	Lahan parkir yang luas dan memadai	3,71	0,21	3,56	0,50	-1,790	Tolak Ho
	Kemenarikan promosi melalui media iklan (televisi, radio)						
15	Kemenarikan promosi melalui media sosial (path, instagram, facebook, twitter, dsb)	3,58	0,27	3,52	0,56	-0,660	Terima Ho
16	Perlakuan khusus untuk pemilik kartu member	3,60	0,28	3,57	0,54	-0,331	Terima Ho
17	Kebersihan karyawan	3,53	0,29	3,50	0,56	-0,325	Terima Ho
18	Ketepatan waktu pijat	3,57	0,27	3,50	0,58	-0,761	Terima Ho
19	Keramahan karyawan	3,57	0,27	3,55	0,52	-0,225	Terima Ho
20	Keahlian karyawan untuk memijat	3,60	0,24	3,65	0,48	0,589	Terima Ho
	Kemudahan menemukan karyawan melalui seragam karyawan						
22	Ketanggapan karyawan untuk menanyakan kekuatan pijat	3,55	0,27	3,50	0,56	-0,549	Terima Ho
23	Etika karyawan untuk meraba bagian yang tidak sopan	3,51	0,27	3,46	0,52	-0,561	Terima Ho
25	Profesionalitas karyawan bekerja (karyawan fokus dalam melakukan tugasnya)	3,54	0,31	3,58	0,49	0,447	Terima Ho
26	Pengetahuan karyawan untuk membantu penyembuhan keluhan konsumen	3,56	0,27	3,50	0,54	-0,667	Terima Ho
27	Posisi papan nama pijat refleksi	3,52	0,29	3,49	0,56	-0,325	Terima Ho
	Ruang ganti pakaian yang memadai (jumlah dan luas)						
28	Kebersihan tempat pijat	3,61	0,24	3,58	0,50	-0,350	Terima Ho

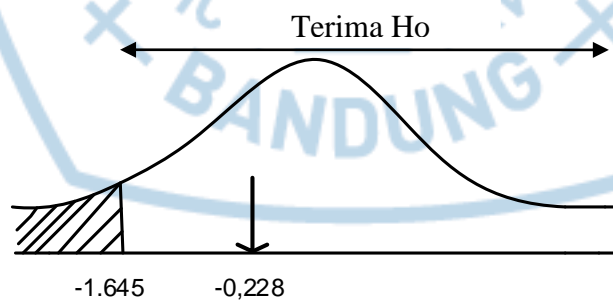
Tabel 5.27
Tabel Pengolahan Uji Hipotesis (lanjutan)

No. Var	Variabel	Kepentingan		Kinerja		Z	Keputusan
		Rata-rata	STDV ²	Rata-rata	STDV ²		
29	Temperatur udara (AC) yang nyaman	3,54	0,27	3,50	0,56	-0,439	Terima Ho
31	Sirkulasi udara didalam tempat pijat	3,61	0,24	3,57	0,52	-0,460	Terima Ho
32	Pencahayaan tempat pijit yang pas	3,59	0,24	3,50	0,58	-0,993	Terima Ho
33	Menariknya tampilan luar tempat pijat	3,59	0,24	3,62	0,51	0,347	Terima Ho
35	Tempat tunggu yang nyaman	3,61	0,24	3,55	0,54	-0,682	Terima Ho
37	Kenyamanan saat sedang dilakukan pemijatan (Suasana yang hening, nyaman untuk pijat)	3,57	0,27	3,51	0,58	-0,653	Terima Ho
38	Keamanan penitipan barang	3,65	0,23	3,43	0,57	-2,455	Tolak Ho
40	Ketepatan dalam transaksi pembayaran (tidak salah memerikan harga, kembalian uang)	3,56	0,29	3,53	0,54	-0,329	Terima Ho
41	Kecepatan dalam melayani permintaan (pengembalian uang, request pengambilan barang, dll)	3,61	0,26	3,56	0,52	-0,566	Terima Ho
43	Keramahan dalam penyambutan tamu saat konsumen memasuki tempat pijat	3,51	0,27	3,25	0,63	-2,743	Tolak Ho
Penjelasan atas lotion yang dipergunakan							

Berdasarkan tabel 5.27, terdapat beberapa variable yang memberikan keputusan bahwa konsumen tidak puas (Tolak H₀) yakni adalah variable : 8, 9, 12, 38, 43.

Berikut contoh perhitungan untuk atribut nomor 1

$$Z_{hitung} = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{\sqrt{\frac{s_1^2}{n_1} + \frac{s_2^2}{n_2}}} = \frac{3,62 - 3,6}{\sqrt{\frac{0,26}{100} + \frac{0,51}{100}}} = -0,228$$



Gambar 5.23
Wilayah Kritis Uji Z

- Keputusan : Terima H₀ (Z_{hitung} = - 0,228; - 0,228 > - 1,645)
- Keterangan : Tidak ada perbedaan antara tingkat kinerja dengan tingkat kepentingan, sehingga untuk variabel ini konsumen sudah merasa puas

5.8 Analisis Gabungan (*Correspondece Analysis, Importance Performance Analysis, Uji Hipotesis*)

Analisis gabungan antara *Correspondence Analysis* (CA), *Importance Performance Analysis* (IPA) dan Uji Hipotesis dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui urutan prioritas yang harus dilakukan tempat pijat reflexologi Karasia.

Berikut ini adalah hasil dari penggabungan *Correspondence Analysis* (CA), *Importance Performance Analysis* (IPA) dan Uji Hipotesis serta skala prioritas yang sudah disusun.

Tabel 5.28
Tabel Prioritas Perbaikan

No Urut	No Var	CA	IPA	Hipotesis	Z Hitung	Variabel	Usulan		
27	38	Tidak Unggul	1	Tidak Puas	-2,455	Keamanan penitipan barang	Prioritas 1		
6	9			Tidak Puas	-1,845	Besar potongan harga (diskon) bagi yang sudah jadi pelanggan			
25	35	Tidak Unggul	1	Puas	-0,682	Tempat tunggu yang nyaman	Prioritas 2		
24	33			Puas	0,347	Menariknya tampilan luar tempat pijat			
29	41	Tidak Unggul	2	Puas	-0,566	Kecepatan dalam melayani permintaan (pengembalian uang, request pengambilan barang, dll)	Prioritas 3		
4	7			Puas	-0,475	Kualitas pelayanan dengan harga			
22	31			Puas	-0,460	Sirkulasi udara didalam tempat pijat			
20	28			Puas	-0,350	Kebersihan tempat pijat			
10	16			Puas	-0,331	Perlakuan khusus untuk pemilik kartu member			
1	1			Puas	-0,228	Kualitas minyak yang baik (lengket/ tidak, panas/hangat)			
30	43	Tidak Unggul	3	Tidak Puas	-2,743	Keramahan dalam penyambutan tamu saat konsumen memasuki tempat pijat	Prioritas 4		
9	15			Puas	-0,660	Kemungkinan promosi melalui media sosial (path, instagram, facebook, twitter, dsb)	Prioritas 5		
28	40			Puas	-0,329	Ketepatan dalam transaksi pembayaran (tidak salah memerikan harga, kembalian uang)			
11	17			Puas	-0,325	Kebersihan karyawan			
19	27			Puas	-0,325	Posisi papan nama pijat refleksi			
13	19			Puas	-0,225	Keramahan karyawan			
17	25			Puas	0,447	Profesionalitas karyawan bekerja (karyawan fokus dalam melakukan tugasnya)			
5	8			Tidak Unggul	1	Tidak Puas	-2,462	Persaingan harga dengan kompetitor yang sejenis	Prioritas 6
8	12					Tidak Puas	-1,790	Lahan parkir yang luas dan memadai	Prioritas 7
3	4					Puas	-1,033	Tepatnya lama waktu pijat dengan paket yang dipilih	
23	32	Puas	-0,993			Pencahayaan tempat pijat yang pas			
2	3	Puas	-0,353			Teknik pijat (pemilihan titik-titik area yang sakit/pegal)			
14	20	Puas	0,589			Keahlian karyawan untuk memijat			
16	23	Puas	-0,561			Etika karyawan untuk meraba bagian yang tidak sopan	Prioritas 8		
12	18	Tidak Unggul	4			Puas	-0,761	Ketepatan waktu pijat	Prioritas 9
18	26					Puas	-0,667	Pengetahuan karyawan untuk membantu penyembuhan keluhan konsumen	
26	37					Puas	-0,653	Kenyamanan saat sedang dilakukan pemijatan (Suasana yang hening, nyaman untuk pijat)	
15	22					Puas	-0,549	Ketanggapan karyawan untuk menanyakan kekuatan pijat	
21	29					Puas	-0,439	Temperatur udara (AC) yang nyaman	
7	10					Puas	1,623	Lokasi yang strategis (mudah dijangkau, sarana transportasi mendukung)	

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa terdapat 10 skala prioritas berdasarkan dari 25 variabel penelitian. Berikut adalah analisis gabungan dari masing-masing skala prioritas:

- Prioritas Perbaikan 1

Atribut yang berada pada skala prioritas perbaikan 1 adalah atribut nomor 27 dan 6 yakni keamanan penitipan barang dan besarnya potongan harga (diskon) bagi yang sudah jadi pelanggan. Hal ini berdasarkan dari; hasil *Correspondence Analysis* (CA) yang tidak unggul dibanding pesaingnya, hasil *Importance Performance Analysis* (IPA) yang berada di kuadran 1 yang berarti tingkat kepentingan tinggi namun tingkat kinerja rendah dan hasil Uji Hipotesis, dimana konsumen merasa tidak puas atas kinerja dari variabel-variabel ini.

- Prioritas Perbaikan 2

Atribut yang berada pada skala prioritas perbaikan 2 adalah atribut nomor 25 dan 24 yakni tempat tunggu yang nyaman dan menariknya tampilan luar tempat pijat. Hal ini berdasarkan dari; hasil *Correspondence Analysis* (CA) yang tidak unggul dibanding pesaingnya, hasil *Importance Performance Analysis* (IPA) yang berada di kuadran 1 yang berarti tingkat kepentingan tinggi namun tingkat kinerja rendah dan hasil Uji Hipotesis, dimana konsumen sudah merasa puas atas kinerja dari variabel-variabel ini.

- Prioritas Perbaikan 3

Atribut yang berada pada skala prioritas perbaikan 3 adalah atribut nomor 29, 4, 22, 20, 10 dan 1, yakni kecepatan dalam melayani permintaan (pengembalian uang, request pengambilan barang, dll), kualitas pelayanan dengan harga, sirkulasi udara di dalam tempat pijat, kebersihan tempat pijat, perlakuan khusus untuk pemilik kartu member, kualitas minyak yang baik (lengket/ tidak, panas/ hangat). Hal ini berdasarkan dari; hasil *Correspondence Analysis* (CA) yang tidak unggul dibanding pesaingnya, hasil *Importance Performance Analysis* (IPA) yang berada di kuadran 2 yang berarti tingkat

kepentingan tinggi lalu tingkat kinerja juga sudah tinggi dan hasil Uji Hipotesis, dimana konsumen sudah merasa puas atas kinerja dari variabel-variabel ini.

- Prioritas Perbaikan 4

Atribut yang berada pada skala prioritas perbaikan 4 adalah atribut nomor 30 yakni Keramahan dalam penyambutan tamu saat konsumen memasuki tempat pijat. Hal ini berdasarkan dari; hasil *Correspondence Analysis* (CA) yang tidak unggul dibanding pesaingnya, hasil *Importance Performance Analysis* (IPA) yang berada di kuadran 3 yang berarti tingkat kepentingan rendah dan tingkat kinerja yang juga rendah dan hasil Uji Hipotesis dimana konsumen belum merasa puas atas kinerja dari variabel ini.

- Prioritas Perbaikan 5

Atribut yang berada pada skala prioritas perbaikan 5 adalah atribut nomor 9, 28, 11, 19, 13 dan 17, yakni kemenarikan promosi melalui media sosial (path, instagram, facebook, twitter, dsb), ketepatan dalam transaksi pembayaran (tidak salah memberikan harga, kembalian uang), kebersihan karyawan, posisi papan nama pijat refleksi, keramahan karyawan, profesionalitas karyawan bekerja (karyawan fokus dalam melakukan tugasnya). Hal ini berdasarkan dari; hasil *Correspondence Analysis* (CA) yang tidak unggul dibanding pesaingnya, hasil *Importance Performance Analysis* (IPA) yang berada di kuadran 4 yang berarti tingkat kepentingan rendah tetapi tingkat kinerja tinggi, dan hasil Uji Hipotesis dimana konsumen sudah merasa puas atas kinerja dari variabel-variabel ini.

- Prioritas Perbaikan 6

Atribut yang berada pada skala prioritas perbaikan 6 adalah atribut nomor 5 dan 8 yakni persaingan harga dengan competitor yang sejenis dan lahan parkir yang luas dan memadai. Hal ini berdasarkan dari; hasil *Correspondence Analysis* (CA) yang sudah unggul dibanding pesaingnya, hasil *Importance Performance Analysis* (IPA)

yang berada di kuadran 1 yang berarti tingkat kepentingan tinggi dan tingkat kinerja rendah dan hasil Uji Hipotesis dimana konsumen belum merasa puas atas kinerja dari variabel-variabel ini.

- **Prioritas Perbaikan 7**

Atribut yang berada pada skala prioritas perbaikan 7 adalah atribut nomor 3, 23, 2, 14, yakni tepatnya lama waktu pijat dengan paket yang dipilih, pencahayaan tempat pijat yang pas, teknik pijat (pemilihan titik-titik area yang sakit/ pegal) dan keahlian karyawan untuk memijat. Hal ini berdasarkan dari; hasil *Correspondence Analysis* (CA) yang sudah unggul dibanding pesaingnya, hasil *Importance Performance Analysis* (IPA) yang berada di kuadran 1 yang berarti tingkat kepentingan tinggi dan tingkat kinerja rendah dan hasil Uji Hipotesis dimana konsumen sudah merasa puas atas kinerja dari variabel-variabel ini.

- **Prioritas Perbaikan 8**

Atribut yang berada pada skala prioritas perbaikan 8 adalah atribut nomor 16 yakni etika karyawan untuk meraba bagian yang tidak sopan. Hal ini berdasarkan dari; hasil *Correspondence Analysis* (CA) yang sudah unggul dibanding pesaingnya, hasil *Importance Performance Analysis* (IPA) yang berada di kuadran 3 yang berarti tingkat kepentingan rendah dan tingkat kinerja yang juga rendah dan hasil Uji Hipotesis dimana konsumen sudah merasa puas atas kinerja dari variabel ini.

- **Prioritas Perbaikan 9**

Atribut yang berada pada skala prioritas perbaikan 9 adalah atribut nomor 12, 18, 26, 15, 21 dan 7 yakni ketepatan waktu pijat, pengetahuan karyawan untuk membantu penyembuhan keluhan konsumen, kenyamanan saat sedang dilakukan pemijatan (suasana yang hening, nyaman untuk dipijat), ketanggapan karyawan untuk menanyakan kekuatan pijat, temperature udara (AC) yang nyaman, Lokasi yang strategis (mudah dijangkau, sarana transportasi

mendukung). Hal ini berdasarkan dari; hasil *Correspondence Analysis* (CA) yang sudah unggul dibanding pesaingnya, hasil *Importance Performance Analysis* (IPA) yang berada di kuadran 4 yang berarti tingkat kepentingan rendah dan tingkat kinerja yang tinggi dan hasil Uji Hipotesis dimana konsumen sudah merasa puas atas kinerja dari variabel-variabel ini.

5.9 Usulan *Positioning* Untuk Reflexologi Karasia

Dengan melihat pelanggan yang datang dengan alasan terbanyak adalah badan pegal (34,35%), relaksasi (30,22%) dan untuk keadaan kesehatan yang kurang baik (29,50%). Karasia bisa memanfaatkannya dengan menyediakan produk lotion untuk pengobatan nyeri, pegal, dsb. Sisi lain alasan pemilihan tempat pijat reflexologi adalah kesesuaian lama waktu pijat dengan paket yang dipilih (31%) dan pelayanan yang ramah (31%).

Jika dilihat dari persaingan yang telah ditetapkan Kakiku sebagai pesaing utama, Kakiku memiliki keunggulan dalam tampilan, cara promosi, variasi refleksi, dll. Namun Karasia juga memiliki keunggulan, terlihat Karasia memiliki kualitas pekerja, kenyamanan pelanggan saat sedang didalam yang lebih baik. Sehingga Karasia bisa menjadi tempat refleksi yang menjanjikan kualitas pemijatan yang baik.

Dari usulan yang telah diberikan, dapat diberikan *positioning* untuk tempat pijat Reflexologi Karasia yaitu sebagai tempat reflexologi yang dapat membantu mengobati segala nyeri, pegal dan berbagai penyakit-penyakit sakit badan lainnya. Agar *positioning* tempat pijat Reflexologi Karasia dapat melekat dalam benak konsumennya, tempat pijat Reflexologi Karasia dapat merancang sebuah slogan “Untuk Kesehatan & Penyembuhan Alami”. *Positioning* yang dilakukan pihak Karasia sudah tepat, karena pelanggan yang mengunjungi Karasia adalah pelanggan yang membutuhkan kesehatan dan penyembuhan atas keluhan yang ada.

5.10 Usulan Dari Hasil Analisis Gabungan (*Correspondece Analysis, Importance Performance Analysis, Uji Hipotesis*)

- Usulan Skala Prioritas Perbaikan 1
 - Variabel 38 (Kemanan penitipan barang)

Pelanggan yang sedang pijat biasanya hanya fokus untuk menikmati pijatan dari pemijat, tak jarang pelanggan menutup matanya saat sedang pijat. Tentu saja keamanan barang sangat perlu diperhatikan untuk kenyamanan pelanggan. Jaminan keamanan yang diberikan juga dapat meningkatkan kepuasan tersendiri terhadap pelanggan karena dapat membuat pelanggan merasa barangnya disimpan dengan baik dan terjaga.

Saat ini kondisi ditempat Karasia, pekerja menawarkan barang pelanggan untuk dititipkan tetapi hanya disimpan di sebuah kursi meja, sehingga memungkinkan tidak adanya rasa aman yang dirasakan pelanggan. Sedangkan kondisi ditempat Kakiku, pekerja menawarkan barang pelanggan untuk dititipkan dan menyimpannya disebuah loker khusus tempat penyimpanan barang.

Usulan yang dapat diberikan untuk pihak tempat pijat reflexologi Karasia adalah menyediakan loker dengan sistem kunci yang tidak dapat dicabut apabila keadaan loker tidak terkunci dan dapat dicabut apabila loker sudah terkunci, lalu kunci dapat dibawa. Sehingga pelanggan dapat merasa nyaman saat meninggalkan barangnya untuk melakukan pijat, karena kunci tersebut dipegang oleh pelanggan sendiri. Dengan diimensi ukuran 50x60x50 cm, dengan mempertimbangkan pelanggan membawa tas dan belanjaan. Rak diletakan dibawah AC dengan peletakan rak 3 kesamping dan 3 ke atas sehingga terdapat total 9 rak.

- Variabel 9 (Besar potongan harga (diskon) bagi yang sudah jadi pelanggan)

Berbagai cara memenangkan pasar yang dilakukan suatu perusahaan jasa. Salah satunya dengan mengadakan potongan harga (diskon). Besarnya potongan harga yang ditawarkan suatu perusahaan dapat mempengaruhi daya beli konsumen. Semakin besar penawaran potongan harga semakin besar juga daya tariknya.

Saat ini kondisi di Karasia menawarkan potongan harga sebesar Rp. 10.000,00 untuk setiap kedatangan ke-6. Sedangkan Kakiku menawarkan diskon berupa gratis pijat setelah pemijatan ke 10 (untuk pemijatan ke 11).

Usul yang dapat diberikan adalah untuk memberikan *free* pijat setelah pemijatan ke 9 (untuk pemijatan ke 10, pelanggan tidak perlu membayar biaya pijat refleksi) tetapi dengan jarak waktu dari pemijatan pertama yakni 3 bulan. Alasan pemilihan pemijatan ke 10 ini didapatkan dari wawancara kepada Bapak Harijanto Hartanto setelah mempertimbangkan tentang keuntungan yang didapat.

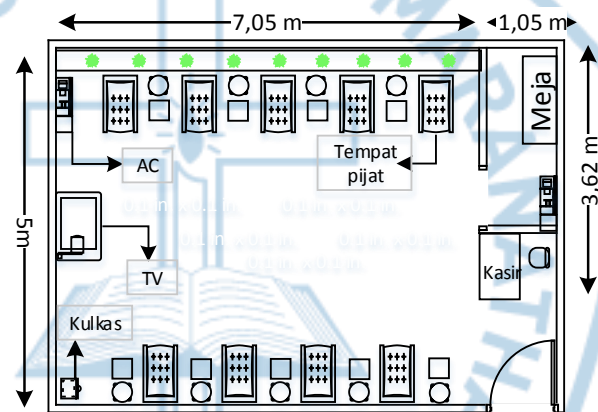
- Usulan Skala Prioritas Perbaikan 2
 - Variabel 35 (Tempat tunggu yang nyaman)

Keberadaan tempat tunggu yang nyaman sangat diperlukan dalam perusahaan yang bergerak dalam pijat reflexologi. Selain untuk seseorang yang menunggu temannya untuk dipijat, tempat tunggu juga dapat dipergunakan saat keadaan pemijat sedang sibuk (*full*) sehingga mengharuskan pelanggan untuk menunggu. Dengan tempat tunggu yang nyaman tentu pelanggan tidak akan pergi saat sedang menunggu teman/ antrian.

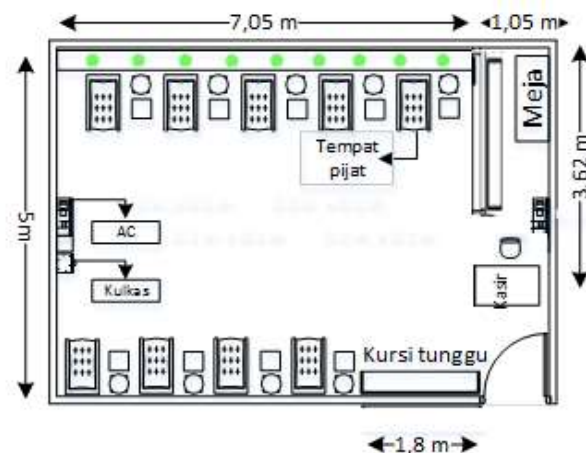
Keadaan saat ini di Karasia mereka tidak mempunyai tempat tunggu khusus, mereka hanya mempergunakan tempat berbaring pelanggan untuk pelanggan yang hendak menunggu. Memang lebih empuk tapi jika didapatkan keadaan Karasia sedang penuh, terpaksa orang yang menunggu harus menunggu sambil berdiri.

Sedangkan di Kakiku, mereka sudah menyediakan kotak balok yang ditempel menempel dengan dinding yang memiliki panjang yang cukup besar.

Usulan yang diberikan kepada Karasia adalah segera menyediakan kursi panjang yang diletakan di dalam Karasia. Kursi diberikan ukuran 1,8 m, yang dapat menampung 3 sampai 4 orang dan menyediakannya juga di bagian depan Karasia untuk para pekerja sehingga suhu di dalam ruangan tidak pengap oleh banyaknya orang. Berikut layout Karasia saat ini dan layout usulannya yang ditunjukkan pada gambar 5.24 dan 5.25.



Gambar 5.24
Layout saat ini



Gambar 5.25
Layout usulan

- Variabel 33 (Menariknya tampilan luar tempat pijat)

Kemenarikan tampilan luar suatu perusahaan menjadi daya tarik kepada calon pelanggan yang melewati. Kesulitannya adalah bagaimana menyampaikan produk/jasa yang ditawarkan dengan semenarik mungkin.

Saat ini kondisi di Karasia sudah menampilkan gambar kaki dengan titik-titik reflexologi dibagian depan pintunya. Sedangkan di Kakiku menggunakan desain yang lebih sederhana yaitu kaki dengan nama yang unik yaitu “Kakiku”, lalu ditampilkan juga gambar orang sedang melakukan pijat.

Usulan yang diberikan kepada Karasia adalah untuk membuat desain baru untuk tampilan luar, untuk lebih menarik perhatian. Berikut desain usulan untuk tampilan luar Karasia ditunjukkan pada gambar 5.26



Gambar 5.26
Tampilan luar actual Karasia



Gambar 5.26
Desain usulan untuk tampilan luar

Diberikan tampilan berupa gambar seseorang sedang dipijat. Dengan menampilkan seseorang yang sedang dilakukan pemijatan seperti di Kakiku, diharapkan dapat menambah minat seseorang untuk memijat. Melihat dari hasil kuesioner penelitian, dimana 53% dari responden mengetahui Karasia saat melihat langsung dan 87 dari 100 responden menyatakan Kakiku lebih unggul. Sehingga diusulkan sesuatu yang dapat membuat calon pelanggan lebih tertarik untuk masuk kedalam Karasia.

- Usulan Skala Prioritas Perbaikan 3
 - Variabel 41 (Kecepatan dalam melayani permintaan (pengembalian yang, permintaan pengambilan barang,dll))

Pelayanan yang cepat dan tepat merupakan nilai tambah yang diperhatikan pelanggan terhadap suatu perusahaan. Gesitnya pelayanan yang diberikan perusahaan dapat membuat pelanggan merasa perusahaan loyal terhadap mereka.

Saat ini kondisi ditempat Karasia kurang gesit, kerap pekerja berleha-leha untuk melayani permintaan pelanggan. Sedangkan di Kakiku dirasakan lebih unggul tentang kecepatan dalam melayani permintaan.

Usulan yang diberikan kepada Karasia adalah Karasia dapat menyediakan kotak penilaian kepada pelanggan atas pelayanan

karyawan mulai dari sangat buruk, buruk, baik, sangat baik. Dengan imbalan tambahan gaji, hal itu dapat meningkatkan motivasi pekerja. Perhitungan penilaian yang diberikan dalam pembobotan, contohnya untuk sangat buruk adalah 1 hingga sangat baik adalah 4, dengan pembobotan tersebut perusahaan dapat melihat apakah pelayanan yang diberikan untuk setiap pekerjanya sudah baik apa belum. Sehingga hal itu dapat memacu pekerja untuk melayani pelanggan lebih gesit lagi dan lebih baik lagi.

o Variabel 7 (Kualitas pelayanan dengan harga)

Pelanggan tentunya mengharapkan kualitas produk atau pelayanan yang diterima dapat memuaskan mereka. Namun dengan harga yang tidak mahal. Walaupun harga yang ditetapkan mahal, pelanggan mengharapkan adanya pelayanan/ produk yang memuaskan.

Saat ini kondisi ditempat Karasia dengan harga sebesar Rp. 60.000,00 sudah memberikan kualitas pijat yang baik, namun pelayanan yang dinilai oleh pelanggan tidak hanya layanan pijatnya saja melainkan dari proses pelanggan hendak masuk hingga pelanggan keluar. Sedangkan Kakiku, disamping memiliki standar pemijatan juga memberikan pelayanan lainnya yang cukup memuaskan terutama dalam prosedur memperlakukan pelanggan, diantaranya selalu ramah terhadap pelanggan.

Usulan yang diberikan adalah peraturan-peraturan dasar. Diantaranya; penyambutan tamu yang ramah, kerap memberikan souvenir untuk setiap pelanggan ke 10, dan jika memungkinkan memberikan *free* minuman untuk pelanggan yang beruntung (misal pelanggan kelipatan ke-50). Hal ini untuk memberikan kepuasan yang diluar ekspektasi pelanggan. Sehingga pelanggan akan berpikir uang yang mereka keluarkan sangatlah pantas untuk pelayanan yang diberikan.

- Variabel 31 (Sirkulasi udara didalam tempat pijat)

Sirkulasi udara pada suatu ruangan sangat diperlukan untuk mendapati kondisi udara yang sejuk dan segar. Apabila sirkulasi keluar masuknya udara tidak baik, akan mengakibatkan ruangan menjadi pengap bahkan memungkinkan seseorang mengalami sesak karena udara oksigen didalamnya sangat kurang. Banyaknya manusia di dalam ruangan juga mempengaruhi udara yang ada. Dengan keberadaan pendingin (AC) dapat membantu kesejukan didalam ruangan. Hal ini juga yang dapat mempengaruhi kenyamanan pelanggan saat sedang melakukan pijat reflexologi.

Saat ini kondisi ditempat Karasia sudah memiliki pendingin (AC) dan hanya terdapat 1 pintu untuk masuk dan keluar lalu memiliki 1 ventilasi udara di bagian atas pintu. Sedangkan Kakiku sudah menempatkan ventilasi udara yang cukup serta sudah tersedia *exhaust fan*.

Usulan yang diberikan adalah menyediakan tempat duduk untuk pegawai di bagian luar tempat pijat Karasia dengan tujuan agar didalam tempat pijat tidak terlalu banyak manusia. Hal ini didasarkan oleh ruangan Karasia yang relatif kecil hanya berukuran 5 x 8,1 meter.

- Variabel 28 (Kebersihan tempat pijat)

Banyak orang sekarang sangat memperhatikan kebersihan. Tidak sedikit pelanggan meninggalkan tempat yang biasa ia kunjungi karena dirasakan bahwa lingkungannya yang tidak bersih. Pada kuesioner penelitian memang tidak ada yang menjawab kebersihan sebagai alasan untuk pemilihan tempat pijat reflexologi. Hal itu karena bukanlah menjadi alasan jika suatu perusahaan lebih bersih maka tempat itu akan dipilih. Namun jika kondisi tempat pijat reflexologi kotor, akan membuat pelanggan memutuskan untuk tidak memilih tempat pijat reflexologi.

Saat ini kondisi ditempat Karasia belumlah dirasakan bersih, karena pekerja hanya membersihkan lingkungan tempat pijat jika terlihat kotor oleh pekerja, lalu baskom untuk merendam air yang kerap tidak bersih, serta handuk disediakan banyak oleh pihak Karasia. Sedangkan Kakiku melakukan piket pembersihan tempat pijat setiap harinya sebelum Kakiku menerima *order* pemijatan yaitu pukul 08.00, namun terkadang baskom untuk merendam air kerap terlihat kurang bersih.

Usulan yang diberikan berupa penjadwalan kepada setiap pekerja di tempat pijat reflexologi Karasia untuk melakukan piket atau kegiatan membersihkan tempat pijat reflexologi Karasia dan lingkungannya setiap hari sebelum Karasia menerima *order* pemijatan. Karasia juga diharapkan membersihkan kotoran-kotoran yang menempel di baskom pencuci kaki minimal 1 bulan sekali. Lalu menyediakan alat pengering semacam *hairdryer* apabila suatu waktu pelanggan banyak berkunjung dalam waktu yang relatif berdekatan. Hal ini akan mengurangi kemungkinan pelanggan berpenilaian buruk terhadap tempat pijat reflexologi Karasia.

o Variabel 16 (Perlakuan khusus untuk pemilik kartu member)

Perlakuan lebih terhadap pelanggan yang sudah sering menggunakan jasa pijat reflexologi sangatlah penting. Tentu saja dengan kepuasan yang dirasakan pelanggan, dapat sangat mempengaruhi pemilihan tempat pijat reflexologi. Kartu member biasanya diberikan kepada pelanggan yang sudah sering berkunjung dan melakukan pijat reflexologi. Suatu perusahaan biasanya memberikan potongan harga, suvenir, atau bahkan dapat memberikan *free* setelah melakukan beberapa kali pijat reflexologi.

Saat ini kondisi ditempat Karasia telah memberikan kartu member untuk yang berkunjung ke Karasia. Karasia memberikan sebuah kartu yang dapat diberi cap dan tanda tangan pekerja untuk

setiap kali pelanggan melakukan pijat. Kartu itu diberikan oleh pekerja secara random, waktu yang ditentukan biasanya di hari-hari besar tergantung perintah dari Bpk. Hari selaku pemilik Karasia. Namun keistimewaan kartu itu hanya berupa diskon potongan harga sebesar Rp. 10.000,- untuk pemijatan ke-6 (5 cap dan 5 tanda tangan). Cap dan tanda tangan tidak dapat digabungkan apabila dari kartu yang berbeda. Sedangkan Kakiku juga menggunakan sistem yang sama, yaitu memberikan kartu yang bisa diberikan cap dan tanda tangan untuk setiap pemijatannya, dan keistimewaan dari kartu itu ialah *free* untuk pemijatan setelah 10 kali (10 cap dan 10 tanda tangan).

Usulan yang diberikan adalah penawaran-penawaran yang menarik bagi pengguna kartu member. Diantaranya adalah pelanggan dapat mendapatkan *additional* 10 menit pijat untuk pemijatan yang ke 3 dalam 1 bulan.

- o Variabel 1 (Kualitas minyak yang baik (lengket/tidak, panas/hangat)

Dalam perusahaan jasa yang bergerak dibidang pijat reflexologi tentu saja pemilihan lotion/ minyak yang dipergunakan dalam proses pijat sangatlah menentukan. Pelanggan dapat menjadi loyal apabila merasakan pemijatan dan lotion yang digunakan cocok. Hal yang menjadi perhatian adalah kegemaran setiap pelanggan sangatlah bervariasi, ada pelanggan yang gemar lotion/ minyak yang panas, ada yang tidak gemar lotion/ minyak yang hangat dan ada pula yang tidak gemar lotion/ minyak yang tidak panas dan hangat. Perlu diperhatikan juga untuk menggunakan lotion/ minyak yang tidak lengket karena akan mengganggu aktivitas setelah melakukan pijat reflexologi.

Saat ini kondisi ditempat Karasia menawarkan lotion dengan hasil yang tidak lengket dan tidak hangat (netral). Sedangkan

Kakiku menawarkan lotion yang tidak lengket dan lotion yang sedikit hangat.

Usulan yang diberikan adalah tempat pijat reflexologi Karasia tetap menggunakan lotion/ minyak yang tidak lengket. Lalu Karasia perlu juga menyediakan jenis-jenis minyak yang bervariasi tingkat kepanasannya, untuk mengantisipasi permintaan konsumen atas tingkat kepanasan yang diinginkan. Hal ini juga bisa dimanfaatkan sebagai promo kepada pelanggan bahwa tempat pijat Reflexologi Karasia menawarkan level kepanasan sesuatu keinginan pelanggan.

- Usulan Skala Prioritas Perbaikan 4
 - Variabel 43 (Keramahan dalam penyambutan tamu saat pelanggan memasuki tempat pijat)

Keramahan pekerja saat pelanggan datang sangat dibutuhkan, tentu setiap dari kita senang apabila kita disapa dengan ramah. Terkadang pelanggan kerap bingung jika tidak ada pekerja yang menyambut mereka, dan dapat membuat pelanggan merasa tidak dihargai kedatangannya.

Saat ini kondisi ditempat Karasia kurang peka terhadap pelanggan yang datang, kerap beberapa karyawan asik memainkan *handphone* saat pelanggan masuk ke area Karasia. Sedangkan pekerja Kakiku selalu menyambut ramah kedatangan pelanggannya.

Sesuai dengan hasil kuesioner penelitian dimana salah satu alasan pemilihan tempat pijat reflexologi adalah pelayanan & keramahan karyawan yang memuaskan (31%). Maka usulan yang diberikan pada tempat pijat reflexologi Karasia adalah penetapan peraturan untuk setiap pekerja agar melakukan penyambutan yang ramah, terutama pada pekerja yang sedang di kasir, karena posisi kasir tempat pijat Reflexologi Karasia berdekatan dengan pintu

masuknya. Lalu pekerja lain yang tidak sedang dalam penyambutan harus membantu mengarahkan pelanggan ke tempat pijatnya. Diusulkan juga kata-kata untuk penyambutan tamu seperti berikut “Selamat pagi/ siang/ malam, Selamat datang di Karasia”.

- Usulan Skala Prioritas Perbaikan 5
 - Variabel 15 (Kemenarikan promosi melalui media sosial (path, instagram, facebook, twitter, dsb)

Perkembangan teknologi semakin lama semakin berkembang. Dengan munculnya beragam sosial media yang digemari oleh para pengguna teknologi, banyak perusahaan mempergunakannya sebagai media promosi.

Saat ini kondisi ditempat Karasia belum dapat memaksimalkan perkembangan teknologi yang cepat, sehingga hanya mampu dikenal di media sosial path. Sedangkan Kakiku tentu kerap ditemukan iklan di beberapa browser di internet, di media sosial juga terutama path, facebook, twitter.

Usulan yang diberikan kepada pihak tempat pijat reflexologi Karasia sesuai dengan hasil kuesioner penelitian sebaiknya Karasia melakukan promosi-promos-promo diskon, potongan harga, dll melalui Kaskus (41%) dan Instagram (35%). Karena media sosial tersebut merupakan media sosial yang paling sering dipergunakan untuk melihat promosi, iklan, dsb.

- Variabel 40 (Ketepatan dalam transaksi pembayaran (tidak salah memberikan harga, kembalian uang))

Pelanggan dapat memberikan penilaian buruk kepada suatu perusahaan apabila saat mendapati bahwa uang kembalian yang diterima tidak sesuai dengan seharusnya. Untuk kedatangan berikutnya pelanggan akan lebih berhati-hati dalam memperhatikan kembalian yang diberikan oleh kasir. Hal itu tentu saja

mengganggu, seakan perusahaan sudah pernah melakukan kesalahan.

Saat ini kondisi ditempat Karasia pernah terjadi salah melakukan pengembalian uang kepada pelanggan, hal ini didapatkan dari wawancara langsung kepada pekerja Karasia, dan dibuktikan dengan pendapatan yang melebihi laporan keuangan. Untungnya pelanggan tidak melakukan protes untuk hal itu. Sedangkan untuk Kakiku belum pernah melakukan kesalahan pengembalian uang kepada pelanggan.

Usulan yang diberikan kepada pihak tempat pijat reflexologi Karasia adalah menyediakan uang kembalian yang pas dengan nominal Rp. 10.000,00 dan Rp. 20.000,00 karena tarif yang ditetapkan adalah Rp. 60.000,00/jam dan Rp. 90.000,00/1,5jam. Jika memungkinkan diusulkan juga penerangan yang sedikit lebih terang di area kasir untuk memudahkan pekerja melakukan pengembalian uang kepada pelanggan. Perhitungan transaksi ini hanya dilakukan oleh pekerja, tidak ada mesin kasir sehingga memungkinkan kesalahan terjadi.

o Variabel 17 (Kebersihan karyawan)

Sama seperti kebersihan tempat pijat, kebersihan karyawan juga sangatlah dapat mempengaruhi pandangan pelanggan terhadap suatu tempat pijat. Khususnya untuk pekerja yang melakukan pemijatan, karena mereka langsung beradu kontak dengan pelanggan. Tentu saja kebersihan yang baik akan menjadikan pekerja enak dilihat.

Saat ini kondisi ditempat Karasia pekerjanya sudah cukup bersih namun kerap menggunakan pakaian yang kurang rapih sehingga terkesan pekerja Karasia kurang bersih. Sedangkan Kakiku didukung dengan desain seragam yang baik sehingga terkesan rapih.

Usulan yang diberikan kepada pihak tempat pijat reflexologi Karasia adalah membuat peraturan terhadap pekerjaannya untuk bekerja dengan keadaan yang bersih. Sehingga tidak ada kesan kusem, kotor, bahkan yang ditakuti adalah muncul bebauan dari pekerja yang tidak bersih. Lalu ditambahkan pula usulan untuk pekerja yang hendak memijat harus melakukan cuci tangan terlebih dahulu dan mengikat rambut agar terlihat rapih dan bersih.

o Variabel 27 (Posisi papan nama pijat refleksi)

Hal pertama yang dilihat oleh pelanggan terhadap sebuah toko adalah papan nama toko tersebut. Biasanya suatu logo dan nama toko tertera didalam papan nama tersebut. Tingkat kemenarikan yang tinggi dituntut untuk membuat pelanggan yang melintas melihatnya menjadi penasaran dan mencoba untuk masuk atau minimalnya mencari tahu tentang nama yang tertera di papan nama itu.

Saat ini kondisi ditempat Karasia sudah memiliki papan nama pijat reflexologi yang jelas namun desain yang digunakan kurang dapat menarik perhatian calon pelanggan. Kemudian posisi papan nama Karasia juga tidak didukung dengan letak Karasia di dalam *BTC mall*. Sedangkan Kakiku terletak di jalan utama Pasir Kaliki dan kemenarikan nama dan desain Kakiku memudahkan pelanggan mengenal, mengingat dan bahkan membuat calon pelanggan penasaran.

Usulan untuk pihak tempat pijat reflexologi Karasia adalah membuat papan nama yang menarik seandainya dimungkinkan diusulkan untuk mengganti nama tempat pijat reflexologi Karasia dengan brand baru yang memiliki makna dan lebih mudah dikenal serta diingat oleh pelanggan. Setelah itu diusulkan juga untuk menempatkan papan nama di tempat yang mudah dilihat, lebih

baik lagi untuk meletakkan papan petunjuk arah menuju tempat pijat reflexologi Karasia di beberapa titik yang strategis.

o Variabel 19 (Keramahan karyawan)

Kepuasan pelanggan merupakan hal terpenting untuk membuat pelanggan tersebut loyal terhadap suatu perusahaan. Salah satu hal yang dapat membuat pelanggan merasa puas adalah saat tanggapan daripada pekerja yang baik dan ramah.

Saat ini kondisi ditempat Karasia keramahan yang diberikan belum terlihat, karena hanya beberapa pekerja yang menyambut. Sedangkan seluruh pekerja di Kakiku selalu menyambut baik dengan ramah pelanggan yang memasuki Karasia dan yang hendak menanyakan kebutuhan pelanggan.

Usulan yang diberikan kepada pihak tempat pijat reflexologi Karasia adalah untuk menganjurkan kepada setiap pekerjanya untuk tetap beraut muka yang baik, mudah tersenyum dan menanggapi kebutuhan pelanggan dengan baik.

o Variabel 25 (Profesionalitas karyawan bekerja (karyawan focus dalam melakukan tugasnya)

Saat karyawan memasuki area perusahaan, tentu saja mengharapkan profesionalitas karyawan yang tinggi. Karyawan yang baik adalah karyawan yang focus dalam melakukan tugasnya, terutama perlakuan terhadap konsumen. Terutama perusahaan yang menawarkan jasa pijat reflexologi. Para pekerja diharapkan fokus dalam melakukan tugasnya yaitu memijat.

Pada saat ini kondisi di Karasia memiliki televisi dibagian dalam (ruangan pijat), hal ini membuat para pekerja kerap tidak fokus dalam melakukan tugasnya, tidak jarang didapatkan pekerja menonton televisi selagi memijat pelanggan. Sedangkan untuk

Kakiku, para pekerja sudah baik melakukan pemijatan dan dapat fokus untuk memijat.

Usulan yang diberikan kepada pihak Karasia adalah untuk mencabut televisi di ruangan pijat, karena hal ini dapat mengganggu fokus pekerja untuk memijat.

- Usulan Skala Prioritas Perbaikan 6
 - Variabel 8 (Persaingan harga dengan kompetitor yang sejenis)

Sesuai hasil kuesioner penelitian dimana salah satu alasan pelanggan tidak melakukan pijat reflexologi adalah karena harga yang ditawarkan pihak tempat pijat reflexologi tergolong tinggi (31%). Harga yang digolongkan tinggi oleh pelanggan tentu berpatok dengan harga yang ditawarkan oleh pihak pesaing yang menawarkan produk/jasa yang sejenis. Jadi harga yang ditawarkan harusnya punya daya saing dengan pesaing yang sejenis.

Saat ini kondisi ditempat Karasia sudah memiliki harga yang relative murah, meski terdapat tempat pijat reflexologi lain yang menawarkan Rp. 50.000,00/jam nya. Namun dengan pembandingnya adalah Kakiku, Karasia sudah mampu bersaing karena harga yang ditawarkan adalah Rp. 60.000,00/jam dan *additional* untuk 30 menitnya Rp. 30.000,00. Sedangkan Kakiku memiliki harga Rp. 90.000,00/1,5 jam dan *additional* untuk 30 menitnya Rp. 40.000,00.

Karena Karasia sudah memberikan harga yang rendah dan tidak memungkinkan juga untuk dilakukan penurunan biaya pijat, usulan yang diberikan untuk pihak tempat pijat reflexologi Karasia adalah agar menyantumkan harga yang dipatok yaitu Rp. 60.000,00/jam dan Rp. 90.000,00/1,5jam. Hal itu didasarkan karena banyak orang ketakutan tarif yang ditawarkan tinggi sehingga mengurungkan niatnya untuk masuk ke dalam.

- Variabel 12 (Lahan parkir yang luas dan memadai)

Bagi pelanggan yang menggunakan kendaraan baik motor maupun mobil, sangat mengharapkan dapat dengan mudah melakukan parkir saat hendak berkunjung ke suatu tempat. Tidak jarang seseorang mengurungkan niatnya untuk pergi ke suatu tempat karena kesulitan untuk mencari tempat parkir.

Saat ini kondisi di Karasia untuk tempat parkirnya sangatlah baik, karena Karasia terdapat di dalam sebuah *mall*. Sedangkan untuk Kakiku hanya memiliki 3 *slot* untuk mobil dan kurang dari 10 untuk motor. Sisanya pelanggan Kakiku parkir di pinggir jalan.

Usulan yang diberikan kepada Karasia adalah menawarkan jasa memarkirkan (*valet*) untuk setiap pelanggan yang hendak pijat di Karasia.

- Usulan Skala Prioritas Perbaikan 7

- Variabel 4 (Tepatnya lama waktu pijat dengan paket yang dipilih)

Tentu saja pelanggan ingin mendapatkan janji dari suatu perusahaan atas harga yang sudah dikeluarkan oleh pelanggan. Salah satu alasan utama pelanggan memilih tempat pijat reflexologi adalah karena kesesuaian lama waktu pijat dengan paket yang dipilih (31%). Dengan tidak sesuainya pelayanan yang didapat dengan harga yang diberikan, akan membuat pelanggan menjadi kecewa dan menilai suatu perusahaan itu buruk.

Saat ini kondisi ditempat Karasia sudah baik untuk ketepatan lamanya waktu pijat. Sedangkan Kakiku kerap didapati pemijatan selesai sebelum waktunya selesai (hal ini berdasarkan wawancara langsung terhadap pelanggan Karasia dan Kakiku saat penulis melakukan survey langsung)

Usulan yang diberikan kepada pihak reflexologi Karasia adalah untuk membuat standarisasi pelayanan kepada pekerja. Jadi pekerja Karasia dilakukan pengajaran untuk melakukan pijat yang efisien

dan menganjurkan melakukan pemijatan lebih lama 2 menit dari paket yang dipilih pelanggan. Karena lebih baik kita memberikan sedikit lebih untuk pelanggan sehingga terpuaskan dan membuat pelanggan tersebut dapat loyal terhadap perusahaan, daripada pelayanan kurang yang mengakibatkan kekecewaan dari pelanggan.

o Variabel 32 (Pencahayaannya tempat pijat yang pas)

Pencahayaannya perlu diperhatikan di dalam usaha jasa bidang pijat reflexologi. Selain dapat mempengaruhi suasana saat sedang pijat, privasi pelanggan perlu diutamakan.

Saat ini kondisi ditempat Karasia sudah memiliki pencahayaannya yang relative gelap. Sedangkan untuk pemijatan di Kakiku sedikit lebih terang dari Karasia.

Usulan yang diberikan kepada pihak tempat pijat reflexologi Karasia adalah mengatur kembali penerangan di dalam tempat pijat reflexologi karena terdapat di beberapa area pemijatan pencahayaannya terlalu gelap sehingga sedikit menyulitkan pekerja untuk memijat dibagian yang benar. Tetapi perlu diberikan pencahayaannya lebih di daerah kasir. Karena di daerah kasir terjadi proses pembayaran dan pengembalian. Hal ini dapat mengurangi kemungkinan kesalahan dalam pembayaran maupun pengembalian.

o Variabel 3 (Teknik pijat (pemilihan titik-titik area yang sakit/pegal)

Tujuan daripada pelanggan yang mengunjungi tempat pijat reflexologi adalah karena ada kendala badan pegal (34,53%), badan kurang relaksasi (30,22%) dan kesehatan kurang baik (29,5%). Pemilihan titik-titik yang tepat untuk setiap keluhan pelanggan sangat diperlukan. Sehingga hasil yang didapatkan oleh pelanggan adalah keluhannya dapat terjawab.

Saat ini kondisi ditempat Karasia untuk pemilihan titik-titik area pijat reflexologi sudah baik. Untuk Kakiku pemilihan titik-titik pijat sudah baik juga. Namun karena seleksi pekerja Karasia yang sangat ketat maka pemilihan titik pijat didukung dengan keahlian pekerja Karasia.

Usulan yang diberikan kepada pihak tempat pijat reflexologi Karasia adalah untuk melakukan pengajaran kepada pekerja agar mereka bisa lihai dan hafal titik-titik pemijatan dan manfaat dari pemijatan dibagian tersebut setidaknya untuk 3 bulan sekali dan setiap ada pekerja baru.

o Variabel 20 (Keahlian karyawan untuk memijat)

Tujuan daripada pelanggan yang mengunjungi tempat pijat reflexologi adalah karena ada kendala badan pegal (34,53%), badan kurang relaksasi (30,22%) dan kesehatan kurang baik (29,5%). Tentu dibutuhkan keahlian karyawan untuk dapat mengurangi kendala-kendala tersebut. Selain itu juga konsistensi kualitas pijat perlu dijaga untuk memberikan pelayanan yang terbaik.

Saat ini kondisi ditempat Karasia memiliki pekerja-pekerja yang ahli untuk memijat. Karasia melakukan seleksi yang cukup ketat untuk pekerja-pekerjanya. Sedangkan untuk Kakiku kerap didapatkan pelanggan merasa tidak cocok dengan pemijatannya. Dari hasil wawancara terhadap pemilik Karasia didapatkan bahwa terdapat 6 orang pekerja Karasia yang telah diambil Kakiku dan Zen.

Usulan yang diberikan kepada pihak tempat pijat reflexologi Karasia adalah melakukan seleksi pekerja yang tentunya memiliki kemampuan tenaga yang kuat dan konstan. Serta memberikan pengajaran kepada pekerja Karasia teknik-teknik untuk

menghilangkan pegal, membuat kesehatan lebih baik dan menjadikan pelanggan *relax*.

- Usulan Skala Prioritas Perbaikan 8
 - Variabel 23 (Etika karyawan untuk meraba bagian yang tidak sopan)

Sebagai manusia, kita memiliki daerah-daerah yang sensitive. Baik laki-laki dan perempuan memiliki bagian privasinya masing-masing. Etika karyawan untuk meraba bagian yang tidak sopan sangat ditekankan. Terlebih untuk pelanggan perempuan yang dipijat oleh pekerja laki-laki dan sebaliknya. Rasa kepercayaan pelanggan akan langsung hilang apabila perusahaan pijat reflexologi melakukan kesalahan tersebut.

Saat ini kondisi ditempat Karasia dan Kakiku, para pekerja sudah melakukan pijatan yang baik dan benar dalam memilih bagian yang sopan. Karena belum adanya Komplain tentang ketidaknyamanan pelanggan atas bagian-bagian yang sensitif pada saat pijatan.

Usulan yang diberikan kepada pihak tempat pijat reflexologi Karasia adalah memberikan arahan kepada setiap pekerjanya untuk tidak meraba bagian-bagian yang privasi. Dan sebaiknya tempat pijat reflexologi Karasia menindak lanjuti kasus ini bila terjadi. Lalu membuat aturan untuk memberhentikan pekerja yang melakukan hal tersebut. Agar kejadian yang sama tidak terjadi dan tidak terulang jika suatu saat nanti didapati kejadian seperti itu.

- Usulan Skala Prioritas Perbaikan 9
 - Variabel 18 (Ketepatan waktu pijat)

Ketepatan waktu pijat merupakan hal yang sangat penting. Meskipun hanya kurang 1 menit, akan menjadi pergumulan dalam diri pelanggan.

Saat ini kondisi ditempat Karasia pekerja sudah melakukan pemijatan sesuai dengan waktunya. Sedangkan pekerja Kakiku kerap melakukan kecurangan waktu. Hal ini didasarkan pada wawancara langsung kepada pelanggan Kakiku.

Usulan yang diberikan kepada pihak tempat pijat reflexologi Karasia adalah penetapan waktu pijat kepada pekerja Karasia dilebihkan 2 menit dari pemesanan pelanggan. Jika pelanggan memesan pijat reflexologi 60 menit, pekerja diharuskan untuk melakukan pijat reflexologi sekurang-kurangnya adalah 62 menit.

- Variabel 26 (Pengetahuan karyawan untuk membantu penyembuhan keluhan pelanggan)

Persaingan tempat pijat reflexologi semakin ramai. Dengan berbagai inovasi yang ditawarkan, semuanya bertujuan untuk memperebutkan pelanggan.

Saat ini kondisi ditempat Karasia pekerja cukup ahli dalam pengobatan dan memiliki pengetahuan tentang keluhan-keluhan pelanggan, karena seleksi tidak hanya tenaga pijat dan teknik pijat, melainkan pengetahuan juga. Sedangkan untuk Kakiku, pekerja hanya ditugaskan melakukan pemijatan sesuai standar yang telah ditetapkan.

Berdasarkan hasil kuesioner penelitian, alasan menggunakan jasa pijat reflexologi karena badan pegal (34,53%) dan keadaan badan kurang baik (29,5%). Usulan yang diberikan kepada pihak tempat pijat reflexologi Karasia adalah dengan melakukan pengajaran kepada pekerja berkaitan dengan kemungkinan keluhan yang ditanyakan kepada karyawan. Sehingga keluhan dari pelanggan dapat terjawab dan terselesaikan.

- Variabel 37 (Kenyamanan saat sedang dilakukan pemijatan (suasana yang hening, nyaman untuk pijat))

Salah satu alasan pelanggan melakukan pijat reflexologi adalah karena ingin berelaksasi (32,22%). Cara untuk mendapatkan relaksasi yang baik adalah dengan teknik pijat yang baik dan suasana yang hening saat sedang melakukan pijat reflexologi. Kenyamanan pelanggan dapat terganggu apabila saat sedang dipijat kondisi sekitar pemijatan mengalami kebisingan atau banyak orang yang mengobrol.

Saat ini kondisi ditempat Karasia memiliki kenyamanan yang sangat baik. Sedangkan untuk Kakiku sedikit kurang baik karena penawaran jasa lain yang Kakiku tawarkan terdapat di lantai 2 dari ruangan tersebut, dan pelanggan harus melewati ruangan reflexologi terlebih dahulu.

Usulan yang diberikan kepada pihak tempat pijat reflexologi Karasia adalah menempelkan tanda “Be Quite” dengan artian orang yang berada di dalam ruangan dilarang berisik atau menciptakan suara yang mengganggu pelanggan.



Gambar 5.27

Gambar untuk menyuruh orang untuk tidak berisik

- o Variabel 22 (Ketanggapan karyawan untuk menanyakan kekuatan pijat)

Pada saat melakukan pijat reflexologi, kemampuan pelanggan untuk menerima tekanan sangat berbeda-beda. Ada pelanggan yang

sudah sering dipijat, maka tubuh biasanya perlu tenaga yang lebih, ada pula yang jarang dipijat, maka tubuh biasanya belum terbiasa untuk diberi tenaga yang kuat. Tapi tidak sedikit pelanggan yang malu untuk mengomentari kekuatan pijat dari pekerja.

Saat ini kondisi ditempat Karasia pekerja selalu menanyakan kekuatan pijat saat pindah bagian pemijatan. Sedangkan Kakiku biasanya hanya mengurangi kekuatan pemijatan jika didapati pelanggan mengeluh atau terlihat kesakitan.

Usulan yang diberikan kepada pihak tempat pijak reflexologi Karasia adalah memberikan ketetapan kepada pekerja Karasia untuk meningkatkan kinerjanya dalam hal selalu menanyakan kekuatan tenaga pijat di masing-masing aera tubuh yang dipijat. Karena kemampuan tubuh pelanggan biasanya berbeda-beda, ada yang kuat di bagian *foot* (kaki) tetapi lemah di bagian *back* (punggung) dan sebaliknya.

o Variabel 29 (Temperatur udara (AC) yang nyaman)

Hal terpenting dalam perusahaan jasa adalah kenyamanan pelanggan. Salah satu cara membuat pelanggan merasa nyaman berada didalam usaha kita yaitu membuat kondisi ruangan sejuk. Dengan keadaan ruangan yang sejuk tentu akan membuat pelanggan betah untuk berada dalam lingkup usaha kita.

Saat ini kondisi suhu udara ditempat Karasia cukup baik, di dalam ruangan terdapat AC, dan pekerja lebih peka terhadap AC karena pekerja selalu didalam ruangan. Lalu arah pendingin (AC) yang keluar juga sudah baik yakni tidak diarahkan langsung ke daerah tempat pemijatan. Sedangkan untuk Kakiku kondisi suhu udara juga sudah baik, namun kerap hawa panas dari luar tempat pijat masuk sehingga kurang stabil. Hal ini didasarkan dari letak Kakiku yang berada di pinggir jalan.

Usulan yang diberikan kepada pihak tempat pijat reflexologi Karasia adalah untuk mengatur temperatur AC sesuai kebutuhan. Diharapkan pekerja Karasia lebih cepat tanggap/ peka dalam temperatur ruangan yang dirasakan.

- Variabel 10 (Lokasi yang strategis (mudah dijangkau, sarana transportasi mendukung)

Pada jaman sekarang, banyak orang yang mau serba instan, mudah. Usaha jasa sekarang sudah banyak yang mulai melakukan pendekatan kepada pelanggan, dengan membuka cabang atau bahkan menyediakan jasa *delivery*.

Saat ini kondisi tempat Karasia sudah sangat mudah dijangkau, karena berada di tempat keramaian, yaitu di dalam sebuah *mall*. Namun letak Karasia belumlah strategi didalam *mall* tersebut. Karasia berada pada lantai LB dan letaknya hampir di paling ujung. Sedangkan Kakiku sarana transportasinya sedikit kurang karena berada pada jalan Pasir Kaliki dimana jalan tersebut hanya diperbolehkan untuk 1 arah. Namun untuk letak Kakiku yang berada tepat di pinggir jalan utama menjadikan Kakiku sangat strategis dan memudahkan calon pelanggan mengetahui keberadaan Kakiku.

Tempat pijat reflexologi Karasia sendiri memiliki lokasi yang mudah dijangkau dan banyak sarana transportasi yang mendukung, karena berada di dalam sebuah *mall*. Namun untuk letak yang strategis di dalam *mall* tempat pijat reflexologi Karasia belum tepat. Usulan yang diberikan kepada pihak tempat pijat reflexologi Karasia adalah pindah tempat ke bagian yang lebih mudah ditemukan oleh calon pelanggan. Jika tidak, diusulkan untuk membuat papan yang menunjukkan keberadaan tempat pijat reflexologi Karasia di beberapa titik *mall* BTC.