

ABSTRAK

PT. Kangsen Kenko Indonesia khususnya *Beauty Zen Skin Clinic & Consultation* bergerak dalam bidang jasa klinik untuk perawatan wajah dari cek wajah sampai pelayanan *facial*. Pihak perusahaan ingin memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggannya tetapi pada kenyataannya sekarang ini banyak ditemui gejala-gejala ketidakpuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan, antara lain adalah beberapa fasilitas fisik seperti ketersediaan dan kenyamanan kursi tunggu, kemudian sistem pembayaran yang rumit dan sulitnya berkomunikasi lewat telepon untuk berkonsultasi. Maka dari itu untuk membantu pihak manajemen perusahaan dalam mengatasi masalah tersebut, diperlukan suatu metode yang dapat mengukur harapan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan saat ini.

Menurut Parasuraman, Zeithaml dan Berry (1991), dimensi-dimensi kualitas pelayanan yang mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen ada lima dimensi yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*. Sedangkan responden yang diteliti yang dijadikan sasaran utama untuk mendapatkan data tingkat kepuasan adalah para pelanggan PT. Kangsen Kenko Indonesia cabang Bandung yang berlokasi di Paskal Hypersquare Blok B 31-32.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kesenjangan yang terjadi antara harapan dengan persepsi pelanggan, harapan pelanggan dengan persepsi manajemen, persepsi manajemen terhadap harapan pelanggan dengan spesifikasi kualitas jasa, spesifikasi kualitas jasa dengan penyampaian jasa, penyampaian jasa dengan komunikasi eksternal dan memberikan usulan kepada pihak manajemen dan karyawan PT. Kangsen Kenko Indonesia cabang Bandung untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Alat ukur yang digunakan penulis dalam melakukan pengukuran tersebut adalah dengan metode SERVQUAL dan pengujian hipotesis untuk mengetahui layanan yang diberikan saat ini secara signifikan sudah memuaskan atau belum dibandingkan dengan harapan pelanggan. Pengukuran kesenjangan ini diperoleh dari hasil kuesioner yang telah diberikan kepada pelanggan, pihak manajemen, dan karyawan PT. Kangsen Kenko Indonesia cabang Bandung. Teknik sampling yang digunakan pada pembagian kuesioner kepada 115 pelanggan adalah *simple random sampling*.

Dari pengukuran dan analisis kualitas pelayanan, diperoleh nilai *Total Servqual Quality* (TSQ) adalah -0,094. Hal ini menunjukkan secara keseluruhan kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak perusahaan kepada pelanggan saat ini belum memuaskan. Kemudian dilakukan analisis penyebab ketidakpuasan tersebut untuk masing-masing kesenjangan yang ada. Untuk mengurangi kesenjangan yang ada, penulis memberikan usulan kepada pihak manajemen untuk bisa lebih sering berkomunikasi langsung dengan pelanggan, mengontrol dan menegur karyawan yang tidak melaksanakan tugasnya dengan baik, membuat laporan inspeksi toilet, membuat *line* telepon tersendiri untuk bagian klinik.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMA KASIH	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1 – 1
1.2 Identifikasi Masalah	1 – 2
1.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi	1 – 3
1.3.1 Pembatasan Masalah	1 – 3
1.3.2 Asumsi	1 – 3
1.4 Perumusan Masalah	1 – 4
1.5 Tujuan Penelitian	1 – 4
1.6 Sistematika Penulisan	1 – 5
BAB 2 LANDASAN TEORI	
2.1 Jasa	2 – 1
2.1.1 Pengertian Jasa	2 – 1
2.1.2 Kualifikasi Jasa	2 – 2
2.1.3 Klasifikasi Jasa	2 – 3
2.1.4 Karakteristik Jasa	2 – 8
2.2 Kualitas Jasa	2 – 9
2.2.1 Pengertian dan Perspektif Terhadap Kualitas	2 – 9
2.2.2 Definisi Kualitas Jasa	2 – 11
2.2.3 Dimensi Kualitas Jasa	2 – 16
2.2.4 Model Kualitas Jasa	2 – 17
2.2.5 Prinsip-Prinsip Kualitas Jasa	2 – 21
2.2.6 Pengukuran Kualitas Jasa	2 – 22

2.3	Kepuasan Pelanggan.....	2 – 26
2.4	Teknik dan Metode Pengumpulan Data.....	2 – 27
2.5	Populasi dan Sampel	2 – 32
2.5.1	Metode Pengambilan Sampel.....	2 – 32
2.5.2	Penentuan Jumlah Sampel	2 – 36
2.6	Skala Pengukuran	2 – 36
2.6.1	Tipe Skala Pengukuran	2 – 39
2.7	Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrument	2 – 41
2.7.1	Validitas Tes	2 – 41
2.7.1.1	Pengujian Validitas Konstruksi (<i>Construct Validity</i>)	2 – 41
2.7.1.2	Pengujian Validitas Isi (<i>Content Validity</i>)	2 – 42
2.7.1.3	Pengujian Validitas Eksternal	2 – 42
2.7.2	Reliabilitas Tes	2 – 43
2.8	Uji Menyangkut Dua Rataan	2 – 44
2.9	Pengenalan Program SPSS	2 – 45
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN		
3.1	Kerangka Penelitian	3 – 1
3.2	Penelitian Pendahuluan	3 – 1
3.3	Identifikasi Masalah	3 – 1
3.4	Pembatasan Masalah dan Asumsi	3 – 4
3.4.1	Pembatasan Masalah	3 – 4
3.4.2	Asumsi	3 – 4
3.5	Perumusan Masalah	3 – 4
3.6	Tujuan Penelitian	3 – 5
3.7	Penyusunan Variabel Penelitian	3 – 5
3.7.1	Identifikasi Variabel Gap 5	3 – 6
3.7.2	Identifikasi Variabel Penyebab Gap 1	3 – 8
3.7.3	Identifikasi Variabel Penyebab Gap 2	3 – 8
3.7.4	Identifikasi Variabel Penyebab Gap 3	3 – 9
3.7.5	Identifikasi Variabel Penyebab Gap 4	3 – 11
3.8	Penyusunan Kuesioner Penelitian	3 – 11

3.8.1	Penyusunan Kuesioner Konsumen	3 – 11
3.8.2	Penyusunan Kuesioner Manajemen	3 – 14
3.8.3	Penyusunan Kuesioner Karyawan	3 – 16
3.9	Pengujian Validitas Konstruksi	3 – 17
3.10	Penentuan Ukuran Sampel	3 – 17
3.10.1	Konsumen	3 – 17
3.10.2	Manajemen	3 – 18
3.10.3	Karyawan	3 – 18
3.11	Penentuan Teknik Sampling	3 – 18
3.12	Penyebaran Kuesioner Pendahuluan	3 – 19
3.13	Uji Validitas	3 – 19
3.14	Uji Reliabilitas	3 – 20
3.15	Penyebaran Kuesioner Penelitian Lanjutan	3 – 21
3.16	Pengolahan Metode Servqual	3 – 21
3.17	Pengujian Hipotesis	3 – 22
3.18	Analisis	3 – 24
3.19	Usulan	3 – 24
3.20	Kesimpulan dan Saran	3 – 24

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

4.1	Data Objek Pengamatan	4 – 1
4.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan	4 – 1
4.1.2	Struktur Organisasi	4 – 2
4.1.3	Deskripsi Pekerjaan	4 – 2
4.2	Pengumpulan Data Pendahuluan	4 – 4
4.3	Pengumpulan Data Penelitian	4 – 4
4.3.1	Pengumpulan data Awal	4 – 5
4.3.1.1	Penentuan Teknik Sampling dan Ukuran Sampel	4 – 5
4.3.1.2	Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner	4 – 6
4.3.2	Pengumpulan Data Lanjutan	4 – 6
4.3.2.1	Kuesioner Untuk Konsumen	4 – 6
4.3.2.1.1	Penentuan Teknik Sampling dan Ukuran	

Sampel	4 – 7
4.3.2.1.2 Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner	4 – 8
4.3.2.2 Kuesioner Untuk Manajemen	4 – 8
4.3.2.2.1 Penentuan Teknik Sampling dan Ukuran	
Sampel	4 – 9
4.3.2.2.2 Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner	4 – 9
4.3.2.3 Kuesioner Untuk Karyawan	4 – 10
4.3.2.3.1 Penentuan Teknik Sampling dan Ukuran	
Sampel	4 – 10
4.3.2.3.2 Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner	4 – 10
BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS	
5.1 Pengolahan Data Awal	5 – 1
5.1.1 Pengujian Validitas Instrumen	5 – 1
5.1.1.1 Pengujian Validitas Internal	5 – 1
5.1.1.2 Pengujian Validitas Eksternal	5 – 2
5.1.2 Pengujian Reliabilitas Instrumen	5 – 5
5.2 Pengukuran Kesenjangan Pelayanan dan Analisis Data	5 – 6
5.2.1 Pengolahan Data dan Analisis Gap 5	5 – 6
5.2.1.1 Pengolahan Data Gap 5 Dengan Metode Servqual	5 – 7
5.2.1.2 Pengolahan Data Gap 5 Dengan Metode Pengujian	
Hipotesis	5 – 8
5.2.1.2.1 Uji Kesamaan Rata-Rata Tiap Dimensi Gap 5 ...	5 – 8
5.2.1.2.2 Uji Kesamaan Rata-Rata Tiap Item Gap 5	5 – 10
5.2.1.3 Analisis Gap 5	5 – 12
5.2.2 Pengolahan Data dan Analisis Gap 1.....	5 – 19
5.2.2.1 Pengolahan Data Gap 1 Dengan Metode Servqual	5 – 19
5.2.2.2 Pengolahan Data Gap 1 Dengan Metode Pengujian	
Hipotesis	5 – 21
5.2.2.2.1 Uji Kesamaan Rata-Rata Tiap Dimensi Gap 1 ...	5 – 21
5.2.2.2.2 Uji Kesamaan Rata-Rata Tiap Item Gap 1	5 – 22
5.2.2.3 Pengolahan Variabel Penyebab Gap 1	5 – 25

5.2.2.4 Analisis Gap 1	5 – 29
5.2.3 Pengolahan Data dan Analisis Gap 2.....	5 – 35
5.2.3.1 Pengolahan Data Gap 2 Tiap Item	5 – 35
5.2.3.2 Pengolahan Variabel Penyebab Gap 2	5 – 40
5.2.4 Pengolahan Data Gap 3	5 – 44
5.2.4.1 Pengolahan Variabel Penyebab Gap 3	5 – 47
5.2.5 Pengolahan Data Gap 4	5 – 55
5.2.5.1 Pengolahan Variabel Penyebab Gap 4	5 – 57
5.2.5.2 Analisis Keterkaitan Penyampaian Jasa Pemimpin Perusahaan dengan Persepsi Pelanggan Terhadap Penyebab Gap 4	5 – 59
5.3 Analisis Keterkaitan Antara Kelima Gap (Gap 1, Gap 2, Gap 3, Gap 4 dan Gap 5)	5 – 60
5.4 Analisis Penyebab Ketidakpuasan dan Pengembangan Usulan	5 – 62
BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1 Kesimpulan	6 – 1
6.2 Saran	6 – 5
6.2.1 Saran Untuk Perusahaan	6 – 6
6.2.2 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya	6 – 6
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
KOMENTAR DOSEN PENGUJI	
DATA PENULIS	

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
3.1	Variabel Penelitian Gap 5	3 – 6
3.2	Variabel Penyebab Gap 1 (Manajemen)	3 – 8
3.3	Variabel Penyebab Gap 2 (Manajemen)	3 – 9
3.4	Variabel Penyebab Gap 3 (Karyawan)	3 – 9
3.5	Variabel Penyebab Gap 4	3 – 11
3.6	Skala Likert Untuk Harapan Pelanggan	3 – 12
3.7	Skala Likert Untuk Persepsi Pelanggan	3 – 12
3.8	Bobot Kelima Dimensi Servqual	3 – 13
3.9	Skala Kuesioner Tentang Jasa Yang Diharapkan	3 – 13
3.10	Skala Kuesioner Tentang Konsistensi Pelayanan Yang Diberikan	3 – 13
3.11	Skala Likert Untuk Persepsi Manajemen Terhadap Harapan Pelanggan	3 – 14
3.12	Skala Performansi Standar Pelayanan di <i>Beauty Zen Clinic</i>	3 – 15
3.13	Skala untuk Penilaian Manajemen Terhadap Hasil Kerja Karyawan	3 – 15
3.14	Skala untuk Persepsi Manajemen Terhadap Klinik dan Operasinya	3 – 16
3.15	Skala Penilaian Kejelasan Standar Bagi Karyawan	3 – 16
3.16	Skala Tentang Konsistensi Karyawan Dalam Menjalankan Standar Kerja	3 – 17
4.1	Jumlah Kuesioner Lanjutan Yang Dibutuhkan	4 – 11
5.1	Hasil Pengujian Validitas Eksternal Kuesioner Awal Persepsi Pelanggan	5 – 2
5.2	Hasil Pengujian Validitas Eksternal Kuesioner Awal Harapan Pelanggan	5 – 4

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
5.3	Hasil Perhitungan Rata-Rata Servqual Gap 5	5 – 7
5.4	Hasil Pengujian Hipotesis Gap 5 Tiap Dimensi	5 – 8
5.5	Hasil Pengujian Hipotesis Gap 5 Tiap Item	5 – 10
5.6	Hasil Perhitungan Rata-Rata Servqual Gap 1	5 – 19
5.7	Hasil Pengujian Hipotesis Gap 1 Tiap Dimensi	5 – 21
5.8	Hasil Pengujian Hipotesis Gap 1 Tiap Item	5 – 23
5.9	Hasil Nilai Penyebab Gap 1	5 – 26
5.10	Pengolahan Data Untuk Tiap Item Kualitas Jasa	5 – 36
5.11	Hasil Nilai Penyebab Gap 2	5 – 40
5.12	Perbandingan Persepsi Manajemen dan Karyawan mengenai Penyampaian Jasa	5 – 45
5.13	Hasil Nilai Penyebab Gap 3	5 – 48
5.14	Perbandingan Penyampaian Jasa dengan Persepsi Pelanggan	5 – 56
5.15	Hasil Nilai Penyebab Gap 4	5 – 57
5.16	Kesimpulan Pengolahan Data dari Kelima Gap	5 – 60
5.17	Tabel Prioritas Perbaikan Berdasarkan Selisih Rata-Rata Harapan Pelanggan Dengan Persepsi Pelanggan	5 – 63

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2.1	Model Konseptual Ekspektasi Pelanggan Terhadap Jasa	2 – 13
2.2	Penilaian Pelanggan atas Kualitas Jasa	2 – 15
2.3	Model Kualitas Jasa	2 – 20
2.4	Model Kualitas Jasa Yang Diperluas	2 – 21
2.5	Konsep Kepuasan Pelanggan	2 – 27
2.6	Teknik Sampling	2 – 33
3.1	Metodologi Penelitian	3 – 2
4.1	Struktur Organisasi PT. Kangsen Kenko Indonesia (Bandung)	4 – 2
5.1	Diagram Batang Rata-Rata Servqual Gap 5	5 – 7
5.2	Diagram Batang Rata-Rata Servqual Gap 1	5 – 20
5.3	Diagram Batang Persepsi Manajemen Terhadap Harapan Pelanggan	5 – 20
5.4	Penyebab Gap 1, Gap 2, Gap 3 dan Gap 4 Serta Ketidakpuasan Terhadap Dimensi Kualitas Gap 5	5 – 62
5.5	Contoh Format Laporan Inspeksi Toilet	5 – 68

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner Penelitian Untuk Pelanggan	L – 1
2	Kuesioner Penelitian Untuk Manajemen	L – 2
3	Kuesioner Penelitian Untuk Karyawan	L – 3
4	Penggunaan Bilangan Random Untuk Pembagian Kuesioner Pelanggan	L – 4
5	Jawaban Kuesioner Awal Pelanggan	L – 5
6	Hasil Pengujian SPSS (Uji Validitas dan Uji Reliabilitas)	L – 6
7	Jawaban Kuesioner Lanjutan Pelanggan, Manajemen, dan Karyawan.	L – 7
8	Pengolahan Data Gap 5	L – 8
9	Pengolahan Data Gap 1	L – 9
10	Pengolahan Data Gap 2	L – 10
11	Pengolahan Data Gap 3	L – 11
12	Pengolahan Data Gap 4	L – 12
13	Tabel r <i>Product Moment</i> Tabel Distribusi Normal (Z)	L – 13
14	Tabel Bilangan Random	L – 14
15	Tabel Faktor Alasan Konsumen Menjawab Kuesioner	L – 15