

## **ABSTRAK**

Salon Imelda adalah salah satu salon yang bergerak di bidang pelayanan jasa penataan rambut, perawatan tubuh dan wajah. Kenyataan sekarang ini telah terjadi penurunan tingkat pengunjung dan ditemui gejala-gejala ketidakpuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan diantaranya model potongan rambut kurang sesuai dengan yang diinginkan serta sikap dari karyawan yang kurang ramah dalam melayani konsumen.

Untuk mengetahui dan mengukur kualitas pelayanan Salon Imelda dan melihat kesenjangan yang terjadi didalamnya, maka diperlukan suatu perangkat yang dapat mengukur harapan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan tersebut. Alat ukur yang digunakan dalam melakukan pengukuran tersebut adalah dengan metode *Service Quality* untuk mengetahui kesenjangan yang terjadi antara harapan dengan persepsi konsumen (Gap 5), harapan konsumen dengan persepsi manajemen (Gap 1), persepsi manajemen terhadap harapan konsumen dengan spesifikasi kualitas jasa (Gap 2), spesifikasi kualitas jasa dengan penyampaian jasa (Gap 3), dan penyampaian jasa dengan komunikasi eksternal (Gap 4), serta dengan pengujian hipotesis untuk mengetahui adanya perbedaan yang nyata atau tidak dari kesenjangan tersebut. Pengukuran kesenjangan ini diperoleh dari hasil kuesioner yang telah diberikan kepada konsumen, pihak manajemen, dan karyawan Salon Imelda. Teknik sampling yang digunakan pada pembagian kuesioner konsumen adalah *kuota sampling*.

Dari hasil pengukuran dan analisis kualitas pelayanan, menunjukkan secara keseluruhan kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak Salon Imelda kepada konsumen belum memuaskan. Ketidakpuasan tersebut disebabkan oleh ketidaktahuan pihak manajemen mengenai keinginan konsumen dan standar yang digunakan berupa standar lisan sehingga terdapat kemungkinan karyawan tidak memenuhi standar yang telah ditetapkan oleh pihak manajemen.

Usulan-usulan yang dapat diberikan kepada Salon Imelda diantaranya ialah membuat standar kerja secara tertulis, melakukan promosi yang menarik dengan cara memasang poster, melakukan perekrutan karyawan secara lebih ketat untuk masalah keterampilan, ketanggapan, kesopanan dan kemampuan komunikasi terhadap konsumen, mengadakan sistem bonus, memperbanyak majalah tentang salon yang baru (*up to date*), dan juga membuat deskripsi pekerjaan yang jelas dan rinci untuk masing-masing bagian pekerjaan.

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	iv
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMA KASIH .....	v
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1 – 1
1.2 Identifikasi Masalah .....	1 – 1
1.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi .....	1 – 3
1.4 Perumusan Masalah .....	1 – 3
1.5 Tujuan Penelitian .....	1 – 3
1.6 Sistematika Penulisan .....	1 – 4
BAB 2 STUDI KEPUSTAKAAN	
2.1 Jasa .....	2 – 1
2.1.1 Konsep dan Pengertian Jasa .....	2 – 1
2.1.2 Klasifikasi Jasa .....	2 – 2
2.1.3 Karakteristik Jasa .....	2 – 6
2.2 Kualitas Jasa .....	2 – 8
2.2.1 Pengertian Kualitas .....	2 – 8
2.2.2 Produktivitas, Kualitas, dan Profitabilitas .....	2 – 8
2.2.3 Konsep Kualitas Jasa .....	2 – 9
2.2.4 Definisi Kualitas Jasa .....	2 – 9
2.2.5 Dimensi Kualitas Jasa .....	2 – 10
2.2.6 Kesenjangan Pelayanan .....	2 – 12
2.2.7 Pengukuran Kualitas Jasa .....	2 – 16
2.2.8 Kepuasan Konsumen .....	2 – 20
2.3 Teknik dan Metode Pengumpulan Data .....	2 – 21

2.3.1	Wawancara (Interview) .....	2–21
2.3.2	Kuesioner (Angket) .....	2–22
2.3.3	Observasi .....	2–23
2.4	Populasi dan Sampel .....	2–24
2.4.1	Populasi .....	2–24
2.4.2	Sampel .....	2–24
2.4.3	Teknik Sampling .....	2–25
2.4.4	Menentukan Ukuran Sampel .....	2–28
2.5	Skala Pengukuran dan Instrumen Penelitian .....	2–28
2.5.1	Macam-macam Skala Pengukuran .....	2–28
2.5.2	Tipe Skala Pengukuran .....	2–30
2.5.3	Validitas dan Reliabilitas Instrumen .....	2–32
2.5.3.1	Pengujian Validitas Instrumen .....	2–33
2.5.3.2	Pengujian Reliabilitas Instrumen .....	2–33
2.6	Uji Hipotesis Menyangkut Dua Rataan .....	2–35
2.7	IPA ( <i>Importance Performance Analysis</i> ).....	2–37
2.7.1.	Pembuatan Peta Posisi <i>Importance Performance Analysis</i> ....	2–39
2.7.2.	Interpretasi Peta Posisi. <i>Importance Performance Analysis</i> ....	2–40
2.8	Pengenalan Program SPSS .....	2–41

### BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Studi Pendahuluan .....	3 – 1
3.1.1	Wawancara .....	3 – 1
3.1.2	Identifikasi Masalah .....	3 – 5
3.1.3	Perumusan Masalah .....	3 – 6
3.1.4	Tujuan Penelitian .....	3 – 6
3.1.5	Pengumpulan Data Pendahuluan .....	3 – 6
3.2	Studi Kepustakaan.....	3 – 7
3.3	Variabel Penelitian.....	3 – 7
3.4	Identifikasi Variabel Penelitian .....	3 – 7
3.5	Menentukan Populasi dan Sampel.....	3 – 8
3.6	Penyusunan Kuesioner Awal .....	3 – 9

3.6.1	Penyusunan Kuesioner Konsumen .....	3 – 9
3.6.2	Penyusunan Kuesioner Manajemen .....	3–10
3.6.3	Penyusunan Kuesioner Karyawan.....	3–11
3.7	Uji Validitas Konstruksi .....	3–13
3.8	Penyebaran Kuesioner Awal.....	3–13
3.9	Pemeriksaan Kuesioner Awal.....	3–14
3.10	Uji Validitas.....	3–14
3.11	Uji Reliabilitas.....	3–14
3.12	Penyebaran Kuesioner Lanjutan.....	3–15
3.13	Penyebaran Kuesioner Manajemen Dan Karyawan.....	3–15
3.14	Pemeriksaan Kuesioner.....	3–15
3.15	Pengolahan Dan Analisis Data .....	3–16
3.15.1	Metode Kuesioner .....	3–16
3.15.2	Uji Hipotesis .....	3–16
3.15.3	Uji Kesamaan Skor Rata-rata .....	3–17
3.15.4	<i>Peta Importance Performance Analysis</i> .....	3–18
3.15.5	Penyebab Gap 1 – Gap 4 .....	3–19
3.16	Pengembangan Usulan.....	3–19
3.17	Kesimpulan Dan Saran .....	3–19

#### 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 Penelitian.....	4 – 3
4.2.1	Pengumpulan Data Awal.....	4 – 5
4.2.1.1	Penentuan Teknik Sampling dan Ukuran Sampel .....	4 – 5
4.2.1.2	Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner .....	4 – 5
4.2.2	Pengumpulan Data Lanjutan .....	4 – 6
4.2.2.1	Kuesioner Konsumen .....	4 – 6
4.2.2.2	Kuesioner Manajemen .....	4 – 7

4.2.2.3 Kuesioner Karyawan .....	4 – 8
<b>BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS</b>	
5.1 Analisis Variabel Harapan Konsumen.....	5 – 1
5.1.1 Hasil Pengumpulan Variabel Harapan Konsumen.....	5 – 1
5.1.2 Penyusunan Instrumen Awal.....	5 – 1
5.1.3 Pengujian Validitas Instrumen.....	5 – 1
5.1.3.1 Pengujian Validitas Internal .....	5 – 1
5.1.3.2 Pengujian Validitas Eksternal .....	5 – 4
5.1.3.3 Pengujian Reliabilitas Instrumen .....	5 – 7
5.2 Pengolahan Data Gap 5 .....	5 – 8
5.2.1 Pengolahan Data Gap 5 dengan Metode Servqual .....	5 – 8
5.2.2 Pengolahan Data Gap 5 dengan Metode Pengujian Hipotesis.....	5–10
5.2.2.1 Pengujian Hipotesis Gap 5 (Dimensi) .....	5–11
5.2.2.2 Pengujian Hipotesis Gap 5 (Pernyataan).....	5–12
5.3 Pengolahan Data Gap 1 .....	5–15
5.3.1 Pengolahan Data Gap 1 dengan Metode Servqual.....	5–16
5.3.2 Pengolahan Data Gap 1 dengan Metode Pengujian Hipotesis.....	5–17
5.3.2.1 Pengujian Hipotesis Gap 1 (Dimensi).....	5–18
5.3.2.2 Pengujian Hipotesis Gap 1 (Pernyataan).....	5–19
5.4 Pengolahan Data Gap 2.....	5–22
5.4.1 Pengolahan Data Gap 2 per (Dimensi).....	5–22
5.4.2 Pengolahan Data Gap 2 per (Pernyataan).....	5–23
5.5 Pengolahan Data Gap 3 .....	5–25
5.5.1 Pengolahan Data Gap 3 per (Dimensi).....	5–25
5.5.2 Pengolahan Data Gap 3 per (Pernyataan).....	5–27
5.6 Pengolahan Data Gap 4 .....	5–28
5.6.1 Pengolahan Data Gap 4 per (Dimensi).....	5–29
5.6.2 Pengolahan Data Gap 4 per (Pernyataan).....	5–30
5.7 IPA ( <i>Importance Performance Analysis</i> ).....	5–32

5.8 Analisis .....	5–34
5.8.1 Analisis Gap 5.....	5–34
5.8.2 Analisis Gap 1.....	5–35
5.8.3 Analisis Gap 2.....	5–35
5.8.4 Analisis Gap 3.....	5–36
5.8.5 Analisis Gap 4.....	5–37
5.8.6 Analisis Konseptual Kualitas Pelayanan.....	5–37
5.8.7 Analisis IPA ( <i>Importance Performance Analysis</i> ).....	5–37
5.8.8 Analisis Penyebab Gap 1–Gap 4.....	5–47
5.8.8.1 Analisis Penyebab Gap 1.....	5–48
5.8.8.2 Analisis Penyebab Gap 2.....	5–50
5.8.8.3 Analisis Penyebab Gap 3.....	5–52
5.8.8.4 Analisis Penyebab Gap 4.....	5–55
5.9 Usulan.....	5–57
5.9.1 Usulan Survei Harapan Konsumen.....	5–57
5.9.2 Usulan Harapan Kinerja Karyawan Yang Telah Memuaskan Konsumen.....	5–60
5.9.3 Usulan Penetapan Standar Kerja & Pelatihan Karyawan.....	5–64
5.9.4 Usulan Metode Pengawasan & Pemantauan Kinerja Karyawan.....	5–66
5.9.5 Usulan Menekan Ketidakpuasan.....	5–67

## BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan .....	6 – 1
6.2 Saran .....	6 – 4
6.2.1 Saran untuk Salon Imelda .....	6 – 4
6.2.2 Saran untuk Penelitian Selanjutnya .....	6 – 5

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN

## DATA PENULIS

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
3.1	Variabel Penyebab Gap 1 (Untuk Manajemen)	3 – 11
3.2	Variabel Penyebab Gap 2 (Untuk Manajemen)	3 – 11
3.3	Variabel Penyebab Gap 3 (Untuk Karyawan)	3 – 12
3.4	Variabel Penyebab Gap 4 (Untuk Karyawan)	3 – 13
4.1	Kuesioner (Sebelum Validitas Konstruk)	4 – 3
5.1	Kuesioner (Setelah Validitas Konstruk)	5 – 2
5.2	Pengujian Validitas Eksternal Kuesioner Penelitian Harapan dan Persepsi Konsumen	5 – 5
5.3	Perhitungan Rata-Rata Servqual Gap 5	5 – 9
5.4	Pengujian Hipotesis Untuk Gap 5 (Dimensi)	5 – 11
5.5	Pengujian Hipotesis Untuk Gap 5 (Pernyataan)	5 – 12
5.6	Perhitungan Rata-Rata Servqual Gap 1	5 – 16
5.7	Pengujian Hipotesis Untuk Gap 1 (Dimensi)	5 – 18
5.8	Pengujian Hipotesis Untuk Gap 1 (Pernyataan)	5 – 19
5.9	Perbandingan Persepsi Manajemen dengan Standar yang Ada (Dimensi)	5 – 22
5.10	Perbandingan Persepsi Manajemen dengan Standar yang Ada (Pernyataan)	5 – 24
5.11	Perbandingan Standar Kerja Dengan Penyampaian Jasa Oleh Karyawan (Dimensi)	5 – 26
5.12	Perbandingan Standar Kerja dengan Penyampaian Jasa Oleh Karyawan (Pernyataan)	5 – 27
5.13	Perbandingan Kinerja Dalam Memenuhi Standar Dengan Memenuhi Janji Perusahaan (Dimensi)	5 – 29
5.14	Perbandingan Kinerja Dalam Memenuhi Standar Dengan Memenuhi Janji Perusahaan (Pernyataan)	5 – 30

## **DAFTAR TABEL**

<b>Tabel</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
5.15	Tabel Pengelompokan Dalam Kuadran IPA	5 – 33
5.16	Tabel Hasil Skor Penyebab Gap 1	5 – 49
5.17	Tabel Hasil Skor Penyebab Gap 2	5 – 50
5.18	Tabel Hasil Skor Penyebab Gap 3	5 – 52
5.19	Tabel Hasil Skor Penyebab Gap 4	5 – 56
5.20	Tabel Usulan Menekan Ketidakpuasan	5 – 67
6.1	Tabel 54 Variabel Harapan Konsumen	6 – 1

## **DAFTAR GAMBAR**

<b>Gambar</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
2.1	Model Konseptual Kualitas Jasa	2 – 16
2.2	Model Gap Kualitas Jasa yang Diperluas	2 – 17
2.3	Teknik Sampling	2 – 25
3.1	Metodologi Penelitian	3 – 2
3.2	Dimensi Kualitas Layanan	3 – 7
3.3	Grafik IPA	3 – 19
4.1	Struktur Organisasi Salon Imelda	4 – 2
5.1	Diagram Batang Rata-Rata Servqual Gap 5	5 – 9
5.2	Diagram Batang Rata-Rata Servqual Gap 1 (Dimensi)	5 – 16
5.3	Diagram Batang Persepsi Manajemen–Harapan Konsumen	5 – 17
5.4	Diagram Batang Persepsi Manajemen–Standar Kerja (Dimensi)	5 – 23
5.5	Diagram Batang Standar Kerja – Penyampaian Jasa Oleh Karyawan (Dimensi)	5 – 26
5.6	Diagram Pemenuhan Standar Kerja – Pemenuhan Janji Perusahaan Oleh Karyawan (Dimensi)	5 – 29
5.7	Grafik IPA (54 variabel)	5 – 33
5.8	Diagram Konseptual Kualitas Pelayanan	5 – 38
5.9	Gambar Analisis Penyebab Gap	5 – 48

## **DAFTAR LAMPIRAN**

<b>Lampiran</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
1	Kuesioner Awal Konsumen	L - 1
2	Komentar Narasumber Validitas Konstruk	L - 5
3	Kuesioner Penelitian Untuk Konsumen	L - 22
4	Kuesioner Penelitian Untuk Manajemen	L - 26
5	Kuesioner Penelitian Untuk Karyawan	L - 32
6	Jawaban Persepsi Kuesioner Awal Konsumen	L - 38
7	Jawaban Harapan Kuesioner Awal Konsumen	L - 40
8	Hasil Pengujian SPSS: Validitas dan Reliabilitas	L - 42
9	Jawaban Persepsi Kuesioner Lanjutan Konsumen	L - 44
10	Jawaban Harapan Kuesioner Lanjutan Konsumen	L - 46
11	Jawaban Kuesioner Manajemen: Persepsi Manajemen terhadap Harapan Konsumen	L - 48
12	Jawaban Kuesioner Manajemen: Perfomansi Standar Pelayanan	L - 50
13	Jawaban Kuesioner Manajemen: Persepsi Manajemen terhadap Salon dan Operasinya (Penyebab Gap1&2)	L - 52
14	Jawaban Kuesioner Karyawan: Konsistensi Karyawan Dalam Memenuhi Standar Kerja	L - 54
15	Jawaban Kuesioner Karyawan: Konsistensi Karyawan Dalam Memenuhi Janji Perusahaan	L - 56
16	Jawaban Kuesioner Karyawan: Persepsi Karyawan terhadap Salon dan Operasinya (Penyebab Gap3&4)	L - 58
17	Komentar Narasumber Seminar Proposal	L - 60
18	Komentar Narasumber Seminar Prasidang	L - 64
19	Bahan Lainnya: Tabel Statistik, Rumus, dll	L - 68
20	Komentar Narasumber Sidang Akhir	L - 72