

## ABSTRAK

Salon Amor merupakan sebuah salon yang didirikan oleh Bapak Budiman pada 14 Mei 2004 yang berada di kawasan Sariwangi, Bandung. Seiring dengan berjalannya waktu, banyak salon – salon pesaing yang mulai hadir di kawasan ini dan menyebabkan target Bapak Budiman setiap bulannya belum mampu tercapai dan banyak keluhan – keluhan yang datang dari konsumen.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui atribut yang dianggap penting dan yang perlu diperbaiki oleh pelanggan jasa Salon Amor serta upaya perbaikan yang perlu dilakukan oleh pihak Salon Amor. Pengambilan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner berdasarkan bauran pemasaran 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence*) dan *Segmentation, Targeting, Positioning* (STP). Penyebaran kuesioner dilakukan dalam 2 tahap. Tahap pertama adalah penyebaran kuesioner pendahuluan sebanyak 50 buah, yang terbagi untuk 30 orang pengunjung Salon Amor dan 20 orang pengunjung salon lainnya dengan menggunakan teknik sampling aksidental. Pertanyaan dalam kuesioner pendahuluan ini berupa pertanyaan mengenai profil responden dan faktor-faktor yang dianggap penting pada saat berkunjung ke salon. Untuk profil pelanggan, data diolah dalam bentuk tabel persentase sedangkan untuk faktor-faktor yang dianggap penting, data diolah menggunakan metode *Cochran Q Test*.

Kuesioner penelitian disebarkan kepada pelanggan Salon Amor sebanyak 125 buah dengan menggunakan teknik sampling aksidental. Dalam kuesioner penelitian, pertanyaan dalam kuesioner mengenai profil responden dan penilaian terhadap tingkat kepuasan dan tingkat kepentingan pelanggan terhadap atribut penelitian yang ada. Untuk profil pelanggan, data yang didapatkan akan diolah dalam bentuk tabel persentase. Metode pengolahan yang digunakan adalah *Importance Performance Analysis* yang bertujuan untuk menentukan urutan prioritas perbaikan berdasarkan faktor - faktor kepuasan dan kepentingan pelanggan.

Berdasarkan matriks *Importance Performance Analysis*, atribut penelitian yang berada dalam kuadran A diantaranya adalah pelayanan *creambath*, pengadaan bonus, keramahan dan kecekatan petugas salon, tersedianya penyejuk ruangan dan adanya kartu *member* / anggota dan lainnya. Sedangkan dalam kuadran B adalah pemberian diskon, peralatan dan ruangan salon yang bersih, menjual makanan ringan dan lainnya. Berdasarkan pengolahan profil pelanggan baik dari kuesioner pendahuluan maupun kuesioner penelitian maka akan diperoleh *segmentation, targeting, dan positioning* dari Salon Amor. Yang menjadi target dari Salon Amor adalah wanita dengan usia 20 – 30 tahun, pekerjaan sebagai pelajar / mahasiswa dengan tingkat penghasilan diatas Rp. 700.000,00.

Usulan yang dapat diberikan diantaranya adalah memberikan diskon sebesar 30 % kepada pelajar / mahasiswa melalui program “*Happy Hour*” pada pukul 18.00 – 21.00, pemberian brosur di kampus – kampus atau sekolah – sekolah, menyediakan penyejuk ruangan seperti AC dan penyediaan ruang ganti pakaian pada waktu akan melakukan *creambath* atau *hair spa*.

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMA KASIH</b> .....	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvi</b>

### **BAB 1 PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang .....	1-1
1.2 Identifikasi Masalah .....	1-2
1.3 Pembatasan Masalah .....	1-2
1.4 Perumusan Masalah .....	1-3
1.5 Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	1-3
1.6 Sistematika Penulisan.....	1-3

### **BAB 2 LANDASAN TEORI**

2.1 Pengertian Jasa .....	2-1
2.1.1 Definisi Jasa .....	2-1
2.1.2 Karakteristik Jasa .....	2-1
2.2 Teknik dan pengumpulan Data.....	2-2
2.3 Penentuan Jumlah sampel.....	2-5
2.4 Skala Pengukuran .....	2-7
2.5 Sampel.....	2-9
2.6 Uji Validitas Kuesioner .....	2-9
2.7 Uji Reliabilitas Kuesioner .....	2-11
2.8 <i>Segmentation, Targeting dan Positioning</i> .....	2-12
2.8.1 <i>Segmentation</i> .....	2-12
2.8.1.1 Definisi Segmentasi pasar.....	2-12
2.8.1.2 Tujuan Melakukan Segmentasi Pasar.....	2-13

2.8.1.3	Prosedur Melakukan Segementasi Pasar.....	2-15
2.8.1.4	Kategori Variabel Segementasi Pasar.....	2-15
2.8.1.5	Variabel Basis Untuk Segementasi Pasar.....	2-16
2.8.2	<i>Targeting</i> .....	2-17
2.8.3	<i>Positioning</i> .....	2-18
2.8.3.1	Konsep <i>Positioning</i> .....	2-18
2.8.3.2	Strategi <i>Positioning</i> .....	2-19
2.8.3.3	Faktor – Faktor yang mempengaruhi Pemilihan Strategi <i>Positioning</i> .....	2-21
2.9	Bauran Pemasaran Jasa.....	2-22
2.9.1	Produk Jasa ( <i>The Service Product</i> ) (P <sub>1</sub> ) .....	2-24
2.9.2	Tarif Jasa ( <i>Price</i> ) (P <sub>2</sub> ) .....	2-24
2.9.3	Tempat / Lokasi Pelayanan ( <i>Place / Service Location</i> ) (P <sub>3</sub> ) .....	2-25
2.9.4	Promosi ( <i>Promotion</i> ) (P <sub>4</sub> ) .....	2-26
2.9.5	Orang / Partisipan ( <i>People</i> ) (P <sub>5</sub> ) .....	2-28
2.9.6	Sarana Fisik ( <i>Physical Evidence</i> ) (P <sub>6</sub> ) .....	2-28
2.9.7	Proses ( <i>Process</i> ) (P <sub>7</sub> ) .....	2-29
2.10	<i>Cochran Q Test</i> .....	2-29
2.11	Analisis Tingkat kepentingan dan Kepuasan Pelanggan.....	2-32

### **BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN**

3.1	Penelitian Pendahuluan .....	3-4
3.2	Studi Pustaka.....	3-4
3.3	Identifikasi Masalah.....	3-4
3.4	Pembatasan Masalah .....	3-4
3.5	Perumusan Masalah .....	3-5
3.6	Tujuan Penelitian .....	3-5
3.7	Pembuatan Kuesioner Pendahuluan.....	3-5
3.8	Pengujian Validitas Konstruksi.....	3-6
3.9	Penentuan Jumlah Sampel Kuesioner Pendahuluan.....	3-6

3.10	Penyebaran Kuesioner Pendahuluan.....	3-6
3.11	Pengolahan Kuesioner Pendahuluan.....	3-6
3.12	Penyusunan Kuesioner Penelitian.....	3-7
3.13	Penentuan Jumlah Sampel Penelitian dan Metode Sampling.....	3-11
3.14	Penyebaran Kuesioner Penelitian.....	3-12
3.15	Uji Validitas .....	3-12
3.16	Uji Reliabilitas .....	3-12
3.17	Pengolahan Data.....	3-13
3.18	Analisis.....	3-13
3.19	Usulan.....	3-13
3.20	Kesimpulan dan Saran.....	3-13

#### **BAB 4 PENGUMPULAN DATA**

4.1	Data Umum Perusahaan .....	4-1
	4.1.1 Sejarah Singkat Pendirian Salon Amor.....	4-1
	4.1.2 Struktur Organisasi.....	4-1
4.2	Uji Validitas Konstruksi.....	4-2
4.3	Hasil Penyebaran Kuesioner Pendahuluan .....	4-2
4.4	Hasil Penyebaran Kuesioner Penelitian.....	4-9

#### **BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS**

5.1	Kuesioner Pendahuluan.....	5-1
5.2	Kuesioner Penelitian.....	5-13
5.3	<i>Importance-Performance Analysis</i> .....	5-22
	5.3.1 Perhitungan Tingkat Kesesuaian.....	5-22
	5.3.2 Perhitungan Tingkat Kepuasan dan Tingkat Kepentingan.....	5-23
	5.3.3 Analisis Diagram Kartesius.....	5-26
5.4	Analisis Profil Pelanggan Salon Amor dan Salon Lainnya.....	5-31
5.5	Analisis <i>Segmentation, Targeting</i> dan <i>Positioning</i> .....	5-37
5.6	Usulan.....	5-41

**BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN**

6.1 Kesimpulan ..... 6-1  
6.2 Saran ..... 6-8

**DAFTAR PUSTAKA..... xvii**

**LAMPIRAN**

**DATA PENULIS**

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Judul</b>	<b>Hal</b>
3.1	Atribut Kuesioner Penelitian Bagian 3	3-10
3.2	Atribut Kuesioner Penelitian Bagian 3 ( Lanjutan )	3-11
4.1	Data Mentah Kuesioner Pendahuluan-Jenis Kelamin	4-3
4.2	Data Mentah Kuesioner Pendahuluan-Usia	4-3
4.3	Data Mentah Kuesioner Pendahuluan-Pekerjaan	4-3
4.4	Data Mentah Kuesioner Pendahuluan-Tingkat Penghasilan	4-4
4.5	Data Mentah Kuesioner Pendahuluan-Jenis Pelayanan yang Sering Diminta	4-4
4.6	Data Mentah Kuesioner Pendahuluan-Biaya yang Dikeluarkan ke Salon	4-4
4.7	Data Mentah Kuesioner Pendahuluan-Jam Kunjungan ke Salon	4-5
4.8	Data Mentah Kuesioner Pendahuluan-Status Pelanggan	4-5
4.9	Data Mentah Kuesioner Pendahuluan-Jumlah Kedatangan	4-5
4.10	Data Mentah Kuesioner Pendahuluan-Sumber Informasi Mengenai Salon	4-6
4.11	Data Mentah Kuesioner Pendahuluan-Tujuan ke Salon	4-6
4.12	Data Mentah Kuesioner Pendahuluan-Alasan Berkunjung ke Salon	4-6
4.13	Data Mentah Kuesioner Pendahuluan Bagian 3	4-7
4.14	Data Mentah Kuesioner Pendahuluan Bagian 3 ( Lanjutan )	4-8
4.15	Data Mentah Kuesioner Penelitian-Jenis Kelamin	4-9
4.16	Data Mentah Kuesioner Penelitian-Usia	4-10
4.17	Data Mentah Kuesioner Penelitian-Pekerjaan	4-10
4.18	Data Mentah Kuesioner Penelitian-Tingkat Penghasilan	4-10
4.19	Data Mentah Kuesioner Penelitian- Jenis Pelayanan yang Sering Diminta	4-11

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Judul</b>	<b>Hal</b>
4.20	Data Mentah Kuesioner Penelitian- Biaya yang Dikeluarkan ke Salon	4-11
4.21	Data Mentah Kuesioner Penelitian- Jam Kunjungan ke Salon	4-11
4.22	Data Mentah Kuesioner Penelitian-Status Pelanggan	4-11
4.23	Data Mentah Kuesioner Penelitian-Jumlah Kedatangan	4-12
4.24	Data Mentah Kuesioner Penelitian-Sumber Informasi Mengenai Salon	4-12
4.25	Data Mentah Kuesioner Penelitian-Tujuan ke Salon	4-12
4.26	Data Mentah Kuesioner Penelitian-Alasan Berkunjung ke Salon	4-12
5.1	Hasil Kuesioner Pendahuluan-Jenis Kelamin	5-2
5.2	Hasil Kuesioner Pendahuluan-Usia	5-2
5.3	Hasil Kuesioner Pendahuluan-Pekerjaan	5-3
5.4	Hasil Kuesioner Pendahuluan-Tingkat Penghasilan	5-3
5.5	Hasil Kuesioner Pendahuluan-Jenis Pelayanan yang Sering Diminta	5-4
5.6	Hasil Kuesioner Pendahuluan-Biaya yang Dikeluarkan ke Salon	5-5
5.7	Hasil Kuesioner Pendahuluan-Jam Kunjungan ke Salon	5-5
5.8	Hasil Kuesioner Pendahuluan-Status Pelanggan	5-6
5.9	Hasil Kuesioner Pendahuluan-Jumlah Kedatangan	5-6
5.10	Hasil Kuesioner Pendahuluan-Sumber Informasi Mengenai Salon	5-7
5.11	Hasil Kuesioner Pendahuluan-Tujuan ke Salon	5-7
5.12	Hasil Kuesioner Pendahuluan-Alasan Berkunjung ke Salon	5-8

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Judul</b>	<b>Hal</b>
5.13	Atribut – Atribut yang Tidak Dibuang	5-12
5.14	Atribut – Atribut yang Dibuang	5-13
5.15	Hasil Kuesioner Penelitian-Jenis Kelamin	5-14
5.16	Hasil Kuesioner Penelitian-Usia	5-14
5.17	Hasil Kuesioner Penelitian-Pekerjaan	5-14
5.18	Hasil Kuesioner Penelitian-Tingkat Penghasilan	5-15
5.19	Hasil Kuesioner Penelitian-Jenis Pelayanan yang Sering Diminta	5-15
5.20	Hasil Kuesioner Penelitian-Biaya yang Dikeluarkan ke Salon	5-16
5.21	Hasil Kuesioner Penelitian-Jam Kunjungan ke Salon	5-16
5.22	Hasil Kuesioner Penelitian-Status Pelanggan	5-17
5.23	Hasil Kuesioner Penelitian-Jumlah Kedatangan	5-17
5.24	Hasil Kuesioner Penelitian-Sumber Informasi Mengenai Salon	5-17
5.25	Hasil Kuesioner Penelitian-Tujuan ke Salon	5-18
5.26	Hasil Kuesioner Penelitian-Alasan Berkunjung ke Salon	5-18
5.27	Uji Validitas Data – Tingkat Kepentingan	5-19
5.28	Uji Validitas Data – Tingkat Kepuasan	5-21
5.29	Tingkat Kesesuaian Untuk Tiap Variabel	5-22
5.30	Tingkat Kesesuaian Untuk Tiap Variabel ( Lanjutan )	5-23
5.31	Perhitungan Rata-Rata Tingkat Kepuasan dan Tingkat Kepentingan Pada Atribut yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Jasa Salon Amor	5-24



## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Judul</b>	<b>Hal</b>
5.32	Perhitungan Rata-Rata Tingkat Kepuasan dan Tingkat Kepentingan Pada Atribut yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Jasa Salon Amor ( Lanjutan )	5-25
5.33	Atribut – Atribut Dalam Kuadran A	5-27
5.34	Atribut – Atribut Dalam Kuadran B	5-27
5.35	Atribut – Atribut Dalam Kuadran C	5-28
5.36	Atribut – Atribut Dalam Kuadran D	5-28
5.37	Perbandingan Salon Amor dan Salon Lainnya – Jenis Kelamin	5-29
5.38	Perbandingan Salon Amor dan Salon Lainnya – Usia	5-30
5.39	Perbandingan Salon Amor dan Salon Lainnya – Pekerjaan	5-30
5.40	Perbandingan Salon Amor dan Salon Lainnya – Tingkat Penghasilan	5-31
5.41	Perbandingan Salon Amor dan Salon Lainnya – Jenis Pelayanan yang Sering Diminta	5-31
5.42	Perbandingan Salon Amor dan Salon Lainnya – Biaya yang Dikeluarkan ke Salon	5-32
5.43	Perbandingan Salon Amor dan Salon Lainnya – Jam Kunjungan ke Salon	5-32
5.44	Perbandingan Salon Amor dan Salon Lainnya – Status Pelanggan	5-33
5.45	Perbandingan Salon Amor dan Salon Lainnya – Jumlah Kedatangan	5-33
5.46	Perbandingan Salon Amor dan Salon Lainnya – Sumber Informasi Mengenai Salon	5-34

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Judul</b>	<b>Hal</b>
5.47	Perbandingan Salon Amor dan Salon Lainnya – Tujuan ke Salon	5-34
5.48	Perbandingan Salon Amor dan Salon Lainnya – Alasan Berkunjung ke Salon	5-35

## DAFTAR GAMBAR

<b>Tabel</b>	<b>Judul</b>	<b>Hal</b>
2.1	Bauran Pemasaran Jasa	2-23
2.2	Grafik Pengujian	2-31
2.3	Diagram Kartesius	2-33
3.1	<i>Flowchart</i> Metodologi Penelitian	3-1
3.2	<i>Flowchart</i> Metodologi Penelitian (1)	3-2
3.3	<i>Flowchart</i> Metodologi Penelitian (2)	3-3
4.1	Struktur Organisasi Salon Amor	4-1
5.1	Grafik Pengujian Ke-1	5-10
5.2	Grafik Pengujian Ke-12	5-11
5.3	Matrix <i>Importance Performance Analysis</i> Salon Amor	5-26

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Hal
1	Validitas Konstruksi	L1-1
1	Kuesioner Pendahuluan	L1-4
1	Kuesioner Penelitian	L1-9
2	Tabel Chi Square	L2-1
2	Cochran Q Test	L2-2
3	Kuesioner Penelitian - Tingkat Kepentingan	L3-1
3	Kuesioner Penelitian -Tingkat Kepuasan	L3-2
4	Tabel Nilai-Nilai R <i>Product Moment</i>	L4-1
4	Uji Validitas Data – Tingkat Kepentingan	L4-2
4	Uji Validitas Data – Tingkat Kepuasan	L4-4
4	Uji Reliabilitas Data – Tingkat Kepentingan	L4-6
4	Uji Reliabilitas Data – Tingkat Kepuasan	L4-8
5	Pembagian Kelas Sosial	L5-1
6	Berita Acara Seminar Isi Tugas Akhir	L6-1
7	Form Komentar dan Saran Sidang Tugas Akhir	L7-1