

# **ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PELAYANAN EVYTA SALON DENGAN MENGGUNAKAN METODE IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA)**

## ***CONSUMER SATISFACTION ANALYSIS OF EVYTA SALON SERVICES USING IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA) METHOD***

**Mareta Alifani Sandra Dewi<sup>1</sup>, Feti Fatimah<sup>2</sup>, Akhmad Fahrur Rozi<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>Mareta Alifani Sandra Dewi, Universitas Muhammadiyah Jember

<sup>1</sup>[mareta.alifani@gmail.com](mailto:mareta.alifani@gmail.com)

<sup>2</sup>Feti Fatimah, Universitas Muhammadiyah Jember

<sup>2</sup>[fetifatimah@unmuhjember.ac.id](mailto:fetifatimah@unmuhjember.ac.id)

<sup>3</sup>Akhmad Fahrur Rozi, Universitas Muhammadiyah Jember

<sup>3</sup>[fahrurrozi@unmuhjember.ac.id](mailto:fahrurrozi@unmuhjember.ac.id)

### **ABSTRAK**

Riset ini bertujuan sebagai pengukur kepuasan konsumen yang dapat di terapkan oleh Evyta Salon. Analisis data yang digunakan adalah Metode Importance Performance Analysis (IPA). kinerja yang mendapatkan nilai tinggi yaitu 4,41. Hal ini berarti Evyta Salon sangat peduli kepada konsumennya. Sedangkan atribut yang paling rendah dari kinerjanya adalah atribut nomor 5 yaitu kesigapan Evyta salon, dimana hal ini dapat dilihat dari nilai kinerja dari atribut sendiri yang paling rendah yaitu 3,41, Kesigapan karyawan terhadap konsumen yang perlu untuk ditingkatkan lagi. Hasil riset menampilkan kalau pada Kuadran I di diagram kartesius ada 2 atribut yakni Evyta salon membuktikan rasa hirau dalam melayani kegiatan serta pegawai evyta salon membagikan asumsi atas keluhan. Pada Kuadran II di diagram kartesius mempunyai 4 atribut yakni evyta salon sigap dalam penuhi kebutuhan kegiatan, evyta salon membagikan rasa yakin terhadap mutu, evyta salon bisa diandalkan dalam penuhi kegiatan serta sarana yang disediakan evyta salon cocok dengan harapan. Kuadran III mempunyai 6 atribut ialah evyta salon membagikan pelayanan pas waktu pada kegiatan, evyta salon membagikan pelayanan kilat serta pas pada kegiatan, evyta salon mempunyai keahlian handal melayani kegiatan, evyta salon paham dalam penuhi kebutuhan kegiatan, evyta salon ramah dalam penuhi kebutuhan kegiatan serta evyta salon mempunyai keahlian dalam penuhi kegiatan. Kuadran IV mempunyai 3 atribut ialah pegawai evyta salon membagikan atensi melayani kegiatan, kelengkapan perlengkapan digunakan evyta salon cocok harapan serta evyta salon menjalankan komunikasi dengan baik.

**Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen, Metode IPA.**

## **ABSTRACT**

*This study aims to measure consumer satisfaction that can be applied by Evyta Salon. The data analysis used is the Importance Performance Analysis (IPA) method. performance that gets a high score of 4.41. This means Evyta Salon cares deeply about its customers. While the lowest attribute of its performance is attribute number 5 namely evyta salon responsiveness, which can be seen from the performance value of its attribute is the lowest of 3.41, Employee awareness of consumers that need to be improved again. The results showed that in Quadrant I in the cartesian diagram there are 2 attributes is Evyta salon shows a sense of care in serving the event and evyta salon employees respond to complaints. In Quadrant II in the cartesian diagram has 4 attributes is evyta salon sigap in meeting the needs of the event, evyta salon gives confidence in the quality, evyta salon can be relied on in meeting the event and facilities provided evyta salon in accordance with expectations. Quadrant III has 6 attributes namely evyta salon provides timely service on the event, evyta salon provides fast and precise service on the event, evyta salon has professional ability to serve the event, evyta salon responsiveness in meeting the needs of the event, evyta salon friendly in meeting the needs of the event and evyta salon has skills in fulfilling the event. Quadrant IV has 3 attributes, namely evyta salon employees give attention to serving*

**Keywords:** *Quality of Service, Customer Satisfaction, IPA Method.*



## PENDAHULUAN

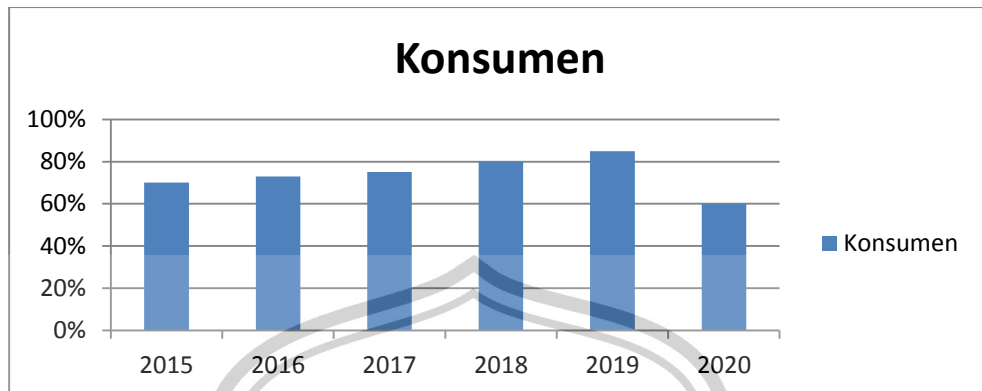
Usaha jasa ialah kegiatan yang mempunyai aspek serta lingkup bisnis yang sangat luas dibanding dengan tipe usaha yang lain. Tidak hanya mempunyai keberagaman produk serta pelayanan, tipe usaha jasa tercantum mempunyai persaingan yang sangat ketat. Strategi pengelolaan usaha dituntut buat tetap sanggup meresap pergantian pasar serta selera konsumen yang senantiasa berganti tiap dikala. Salah satunya merupakan strategi yang berfokus pada konsumen (*consumer orientation*) yang tujuannya buat mengoptimalkan kepuasan konsumen dengan menguasai kemauan pelanggan semacam sikap, kebutuhan, serta kemauan. Bagi Kotler( 2005) pada novel Sangadji serta Sopiah( 2013: 181) kepuasan ialah sepanjang mana sesuatu tingkatan produk dipersepsikan cocok harapan pembeli. Jadi, kepuasan konsumen dimaksud selaku sesuatu kondisi dimana harapan konsumen terhadap sesuatu jasa ataupun produk cocok dengan realitas yang diterima oleh konsumen. Bila jasa ataupun produk tersebut jauh di dasar harapan, konsumen hendak kecewa. Kebalikannya bila jasa ataupun produk tersebutenuhi harapan, hingga konsumen hendak puas. Pada umumnya, jenis usaha jasa lebih banyak mengandalkan kualitas pelayanan sebagai upaya atau cara untuk memberikan kepuasan kepada pelanggannya.

Evaluasi antara harapan serta kinerja dari produk ataupun jasa yang disantap ini bisa pula dibangun dari aspek evaluasi atas mutu pelayanan. Nyaris sebagian besar tipe usaha jasa diberbagai bidang memakai totalitas elemen dalam mutu pelayanan buat membagikan kepuasan yang optimal kepada konsumennya. Konsumen hendak memakai dimensi kepuasan yang dipunyai atas konsumsi produk ataupun jasa yang berikutnya hendak dijadikan selaku dasar pertimbangan atas perilaku konsumen. Pada biasanya, dimensi kepuasan konsumen ini melaporkan evaluasi konsumen terhadap beberapa produk yang dikonsumsi dengan menyamakan antara harapan dalam konsumsi serta kinerja dari produk yang dikonsumsi. Dalam perihal ini, kepuasan konsumen tidak cuma didapat dari hasil konsumsi ataupun mengenakan atas beberapa produk benda maupun jasa, hendak namun berlaku pula buat tipe produk jasa.

Penelitian yang dilakukan oleh Sebahyang dan Ihsaniyati (2019), menunjukkan bahwa alternatif strategi komunikasi pemasaran terintegrasi yang dapat digunakan di Bale Branti adalah: meningkatkan kegiatan pemasaran dan periklanan interaktif atau Internet, melaksanakan kegiatan promosi skala besar, melakukan pemasaran langsung, menyelenggarakan kegiatan pemasaran acara yang menarik, dan prioritas Bale Branti terintegrasi. Pemasaran Strategi komunikasi dapat digunakan, yaitu kegiatan promosi berskala besar.

Begitu pula dengan jasa tata rias pengantin di mana konsumen pula mempunyai beberapa kriteria-kriteria buat memperhitungkan jasa yang digunakannya tercantum mutu pelayanan yang diterimanya. Make up pengantin merupakan make up yang wajib mempunyai kelebihan yang kuat untuk menjadikan wajah lebih berseri-seri, serta nampak istimewa dan berbeda, namun tetap senantiasa mempertahankan kecantikan natural yang bertabiat personal( Andi Yanto, 2009: 10). Tata rias untuk seseorang pengantin mencakup apa yang diucap dengan tata rias wajah, tata rias rambut, tata busana serta perhiasan. Tujuan dari merias wajah merupakan buat lebih membuat cantik wajah seorang. Berhubung tidak ada suatu pola tertentu yang dapat digunakan buat merias wajah, sampai aksi yang utama ialah, menonjolkan bagian wajah yang bagus dan menyembunyikan bagian-bagian yang kurang indah dengan kemampuan pengolesan kosmetik. Keberhasilan merias tidak mempunyai dimensi baku, tiap orang mempunyai tolok ukur yang berbeda-beda menimpa kecantikan, hingga baik serta tidaknya hasil riasan lebih banyak mengacu pada kepuasan pelanggan selaku aspek evaluasi hasil kerjanya.

**Grafik 1.1**  
**Presentase dari Target Pelanggan**  
**2015-2020**



Sumber : Evyta Salon 2020.

Grafik 1.1 menunjukkan bahwa konsumen pada Evyta Salon setiap tahunnya selalu mengalami peningkatan. Namun terjadi sebuah penurunan pada tahun 2020. Faktor utama dari hasil data diatas yaitu kepuasan konsumen dan kualitas pelayanan. Kepuasan konsumen berkaitan erat dengan kualitas pelayanan, apabila *company's performance* mencapai apa yang diharapkan konsumen dan bahkan melebihi ekspektasi yang diharapkan maka akan berpengaruh pada kepuasan kosumen, tidak ragu untuk kembali menggunakan pelayanan Evyta Salon dan bahkan akan membantu dalam mempromosikan kinerja Evyta Salon.

Pengukuran tingkatan kepuasan konsumen bisa dicoba dengan tata cara IPA. IPA yakni suatu tata cara mengukur bagian-bagian dari tingkatan kepentingan (*importance*) serta tingkatan kinerja (*performance*) yang bermanfaat buat pengembangan program ataupun strategi pemasaran yang efisien (Supranto, 2006), kelebihan tata tata cara IPA dibandingkan dengan tata tata cara yang lain di antara lain yakni prosedur tata tata cara yang digunakan lumayan simpel, pengambil kebijakan bisa dengan gampang membetulkan prioritas aktivitas yang wajib dicoba dengan sumberdaya yang terbatas, dan tata tata cara ini lumayan fleksibel buat diterapkan pada bermacam bidang (Tjiptono, 2005). Oleh sebab itu riset ini bermaksud buat mengenali kepuasan konsumen terhadap mutu pelayanan yang diberikan oleh Evyta Salon lewat atribut atribut pelayanan dengan memakai tata cara *Importance Performance Analysis* (IPA).

### **Manajemen Pemasaran**

Pengertian Manajemen Pemasaran adalah kegiatan penganalisisasi, perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian program yang dibuat untuk membentuk, membangun, dan memelihara keuntungan dari pertukaran melalui sasaran pasar untuk mencapai tujuan (industri dalam jangka panjang).

### **Pengertian Pemasaran Jasa**

Pemasaran jasa adalah mengenai janji janji, janji janji yang dibuat kepada pelanggan dan harus di jaga (Zeithaml dan Bitner dalam Daryanto 2011). Pemasaran jasa ialah disiplin ilmu yang masih relatif baru. Industri jasa pada dikala ini ialah zona ekonomi yang sangat besar serta berkembang sangat pesat. Perkembangan tersebut akibat dari tuntutan pekermbangan teknologi. Keadaan tersebut secara langsung menghadapkan para pembisnis kepada kasus persaingan usaha yang terus menjadi besar., terus menjadi besar persaingan tersebut hingga dibutuhkan manajemen pemasaran jasa yang berbeda dibanding dengan pemasaran benda.

### **Kepuasan Konsumen**

Kepuasan konsumen merupakan sepanjang mana khasiat suatu produk dialami cocok dengan apa yang diharapkan pelanggan (Amir 2005). Tingkatan kepuasan ialah guna dari perbandingan antara kinerja yang dialami dengan harapan. Apabila kinerja dibawah harapan, hingga konsumen hendak merasa kecewa. Tetapi apabila di atas harapan, hingga konsumen hendak merasa puas (Sugito, 2007). Kepuasan (satisfaction) serta betul- betul puas( delight), keduanya berakibat positif pada keseriusan pembelian ulang, dimana betul- betul puas memiliki akibat yang lebih besar daripada kepuasan karena telah ialah emosi, yang mana lebih tertanam dalam diri konsumen dibandingkan cuma hanya merasa puas( Hicks, 2005). Konsumen yang merasa ekspektasi belum sesuai dengan mutu serta pelayanan yang didapatkan maka kemungkinan besar akan memunculkan permasalahan, kebalikannya jika mereka merasa ekspektasi sudah sesuai hingga hendak terbentuk ikatan yang baik serta harmonis( Kotler 2005). Perihal ini hendak jadi hal yang baik untuk terciptanya pembelian kembali serta menciptakan konsumen yang liyalitas yang hendak menguntungkan industri. Pembelian konsumen kepada pesaing atau beralih diakibatkan oleh kurangnya evaluasi industri dalam berikan pelayanan serta rasa tidak puas konsumen. Tingkatan kepuasan konsumen bisa terwujud bersumber pada perbandingan antar kinerja atas produk yang sudah dihasilkan oleh industri dengan harapan konsumen sehabis komsumsi produk.

### **Kualitas Pelayanan**

Bagi Tjiptono dalam Sahanggamu et angkatan laut (AL,2015), mutu pelayanan diartikan selaku seluruh wujud pelaksanaan pelayanan yang diberikan secara optimal oleh industri dalam rangka penuhi kebutuhan konsumem yang cocok dengan harapan konsumen. Mengukur mutu layanan bisa dicoba dengan menyamakan anggapan konsumen atas pelayanan yang mereka terima dengan pelayanan yang diharapkan terhadap sesuatu industri. Bila jasa pelayanan yang diterima konsumen melampaui harapan konsumen, hingga mutu layanan dipersepsikan baik. Kebalikannya bila jasa yang diterima tidak cocok harapan ataupun ekspektasi, hingga mutu layanan dipersepsikan kurang baik serta tidak terdapatnya kepuasan konsumen.

Mutu pelayanan sangat pengaruhi kepuasan konsumen dalam memakai usaha jasa sebab konsumen mempunyai harapan terhadap kinerja mutu pelayanan yang diberikan. Terus menjadi bertambah mutu pelayanan, hingga bertambah pula kepuasan konsumen serta berakibat pada kenaikan pemakaian jasa. Salah satu dalam kenaikan kepuasan pelanggan ialah dengan membetulkan mutu pelayanan. **Importance Performance Analysis (IPA)**

*Importance Performance Analysis (IPA)* awal kali diperkenalkan oleh Martilla and James tahun 1977. IPA merupakan rangkaian atribut layanan berkaitan dengan layanan spesial di 14 penilaian bersumber pada tingkatan kepentingan tiap-tiap atribut bagi konsumen serta gimana persepsikan kinerjanya relatif terhadap tiap-tiap atribut. Analisis IPA digunakan buat menyamakan antara evaluasi konsumen terhadap tingkatan kepentingan dari mutu layanan (*importance*) dengan tingkatan kinerja mutu layanan (*performance*) (Purnama, 2006). Tingkatan kepentingan merupakan perilaku konsumen terhadap tingkatan kepentingan atribut produk/ jasa yang diberikan, kebalikannya tingkatan kinerja ialah pelayanan yang dirasakan konsumen sejauh ini terhadap produk atau jasa yang diberikan industri (Wijaya, 2011).

## **METODE PENELITIAN**

### **Desain Penelitian**

Rancangan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan menggunakan metode kuantitatif, yaitu metode pemeriksaan suatu kelompok tentang status, objek, kondisi, kondisi, dan sistem berpikir. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif metode survei. Metode investigasi adalah untuk mendapatkan fakta dari gejala yang ada dan mencari informasi yang sebenarnya. Dalam survei, informasi ini dikumpulkan dari tanggapan responden, dan informasi tersebut dijadikan sebagai objek penelitian dengan menggunakan kuesioner.

## Populasi dan Sampel

Populasi merupakan daerah generalisasi yang terdiri atas objek ataupun subjek yang memiliki mutu serta ciri tertentu yang diresmikan oleh periset buat dipelajari serta setelah itu ditarik akhirnya (Sugiono, 2010). Populasi didalam riset ini merupakan konsumen pengguna jasa Evyta Salon, oleh karena ini populasi pada penelitian ini merupakan populasi tak terhingga. Penentuan sampel pada penelitian yang menggunakan angket atau kuisioner ditentukan berdasarkan jumlah indikator dikalikan antara 5 sampai 10. Penelitian ini menggunakan 15 indikator dan menggunakan faktor kali angka 5. Maka jumlah sampel penelitian ini ditetapkan sebesar  $15 \times 5 = 75$ .

## Jenis Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Sumber data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah jawaban yang diperoleh responden melalui survei kuesioner dan data item yang dikualitatifkan dengan menyebar kuesioner dengan *google form*. Data primer yang diperoleh bersumber dari para konsumen Evyta salon yakni melalui wawancara atau bertemu langsung.
2. Data yang sekunder yang dimaksud seperti literatur, laporan dan jurnal yang mendukung penelitian penulis dari karya ilmiah lain yang topiknya hampir sama dengan penelitian yang dilakukan dan data yang digunakan dalam penelitian ini mengenai data konsumen dan profil usaha.

## Teknik Pengumpulan Data

1. Metode Observasi  
Observasi adalah metode pengumpulan data dengan melakukan pengamatan secara langsung dari lapangan. Pengamatan dilakukan pada objek penelitian yakni Evyta Salon..
2. Kuesioner.  
Kuisisioner ialah beberapa persoalan ataupun statment tertulis yang digunakan buat mendapatkan data dari responden, berikutnya responden dimohon buat mengisi catatan persoalan atau statment tersebut. Pengumpulan informasi pada riset ini merupakan kuisisioner skala likert, dimana isinya merupakan sekumpulan *statement* yang diformulasikan cocok dengan variabel yang sedang diteliti. Sugiyono( 2010) melaporkan kalau metode pengisian kuisisioner merupakan responden dimohon buat berikan komentar tentang serangkaian statment yang berkaitan dengan obyek yangs dang diteliti dalam wujud nilai.

## Pengukuran Variabel

*Importance- Performance Analysis*( IPA), ialah perlengkapan bantu dalam menganalisis ataupun yang digunakan buat menyamakan hingga sepanjang antara kinerja yang bisa dialami oleh pengguna jasa dibanding terhadap tingkatan kepuasan yang di idamkan. Buat mengukur tingkatan kepentingan serta tingkatan kepuasan/ kinerja terhadap jawaban responden, digunakan skala 5 tingkatan( Skala Likert).

Bersumber pada hasil evaluasi tingkatan kepentingan serta kinerja, hingga hendak diperoleh sesuatu perhitungan menimpa tingkatan kesesuaian antara tingkatan kepentingan serta tingkatan penerapannya oleh penyelenggara operator penyedia jasa pelayanan. Tingkatan kesesuaian yakni hasil perbandingan antara nilai kinerja pelaksanaan dengan skor kepentingan, sehingga tingkatan kesesuaian inilah yang hendak memperbaiki skala prioritas yang hendak dipakai dalam penindakan.

Aspek- aspek yang mempengaruhi kepuasan pengguna jasa Evyta Salon.

### 1. Tingkatan Kepentingan (*Importance*)

Selaku pedoman untuk konsumen buat memperhitungkan tingkatan kepentingan mutu pelayanan, digunakan skala likert dengan nilai 1- 5

1= Sangat Tidak Penting

2= Tidak Penting

3= Lumayan Penting

4= Penting

5= Sangat Penting

2. Tingkatan Kinerja (Performance)

Selaku pedoman untuk konsumen buat memperhitungkan tingkatan kinerja layanan, pula digunakan skala likert dengan nilai 1- 5

1= Sangat Tidak Baik

2= Tidak Baik

3= Lumayan Baik

4= Baik

5= Sangat Baik

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Gambaran Umum Evyta Salon.

Evyta Salon merupakan usaha jasa yang berkembang pada jasa tata rias pengantin yang merupakan usaha turunan dari ibu Murniati kepada ibu Evi Fariyanti. Sejak tahun 1998 usaha jasa tata rias ini resmi di kelolah langsung oleh ibu Evi Fariyanti dan diberi nama Evyta Salon. Evyta Salon awalnya hanya menyediakan jasa rias manten, rias tari dan karnaval, namun dengan berjalannya waktu Evyta Salon saat ini sudah mampu menyediakan tata rias pengantin lengkap dengan dekorasi, tenda, dan alat perasmanan. Setelah 22 tahun berdiri Evyta salon terus mengalami perkembangan dan makin banyak dikunjungi konsumen karena tata rias yang di hasilkan terus mengikuti tren dan keinginan konsumen.

#### 1. Visi Perusahaan

Visi Evyta Salon ini adalah memberikan pelayanan kecantikan tata rias rambut, tata rias wajah dengan mengedepankan kepuasan pelanggan dan menjadikan tata rias pengantin unggul dalam mutu dan pelayanan.

#### 2. Misi Perusahaan

Misi Evyta Salon ini adalah tingkatkan mutu pelayanan kepada pelanggan secara terus menerus serta memakai produk produk bermutu, nyaman dalam membagikan pelayanan ataupun perawatan dan memegang teguh prinsip kejujuran serta kedisiplinan dalam membagikan pelayanan.

### Uji Validitas

| No | Variabel                        | Indikator | r<br>Hitung | r<br>Tabel | Keterangan |
|----|---------------------------------|-----------|-------------|------------|------------|
| 1  | <i>Reliability</i> (Keandalan)  | X1.1      | 0,952       | 0.227      | Valid      |
|    |                                 | X1.2      | 0,917       | 0.227      | Valid      |
|    |                                 | X1.3      | 0,926       | 0.227      | Valid      |
| 2  | <i>Responsive</i> (DayaTanggap) | X2.1      | 0,948       | 0.227      | Valid      |
|    |                                 | X2.2      | 0,947       | 0.227      | Valid      |
|    |                                 | X2.3      | 0,949       | 0.227      | Valid      |
| 3  | <i>Assurance</i> (Jaminan)      | X3.1      | 0,956       | 0.227      | Valid      |
|    |                                 | X3.2      | 0,953       | 0.227      | Valid      |

|          |                                      |             |              |              |              |
|----------|--------------------------------------|-------------|--------------|--------------|--------------|
|          |                                      | <b>X3.3</b> | <b>0,946</b> | <b>0.227</b> | <b>Valid</b> |
| <b>4</b> | <b><i>Emphaty</i> (Perhatian)</b>    | <b>X4.1</b> | <b>0,969</b> | <b>0.227</b> | <b>Valid</b> |
|          |                                      | <b>X4.2</b> | <b>0,969</b> | <b>0.227</b> | <b>Valid</b> |
|          |                                      | <b>X4.3</b> | <b>0,960</b> | <b>0.227</b> | <b>Valid</b> |
| <b>5</b> | <b><i>Tangible</i> (Bukti Fisik)</b> | <b>X5.1</b> | <b>0,888</b> | <b>0.227</b> | <b>Valid</b> |
|          |                                      | <b>X5.2</b> | <b>0,905</b> | <b>0.227</b> | <b>Valid</b> |
|          |                                      | <b>X5.3</b> | <b>0,888</b> | <b>0.227</b> | <b>Valid</b> |

Sumber: Data Primer Diolah, 2021

Berdasarkan Nilai diatas r tabel ketentuan N-2 dan signifikasi sebesar 5% maka angka yang diperoleh =0.227 Tabel dibawah ini merupakan hasil pengolahan data dari observasi yang telah dilakukan kepada 75 orang responden artinya indikator-indikator yang digunakan dalam variabel penelitian ini layak atau valid digunakan sebagai pengumpulan data.

#### Uji Reliabilitas

| No | Variabel                                | Cronbach's Alpha | Alpha Hitung | Keterangan      |
|----|---|------------------|--------------|-----------------|
| 1  | <b><i>Reliability</i> (Kehandalan)</b>  | <b>0,60</b>      | <b>0.923</b> | <b>Reliabel</b> |
| 2  | <b><i>Responsive</i> (Daya Tanggap)</b> | <b>0,60</b>      | <b>0,943</b> | <b>Reliabel</b> |
| 3  | <b><i>Assurance</i> (Jaminan)</b>       | <b>0,60</b>      | <b>0,947</b> | <b>Reliabel</b> |
| 4  | <b><i>Emphaty</i> (Perhatian)</b>       | <b>0,60</b>      | <b>0,964</b> | <b>Reliabel</b> |
| 5  | <b><i>Tangible</i> (Bukti Fisik)</b>    | <b>0,60</b>      | <b>0,873</b> | <b>Reliabel</b> |

Sumber: Data Primer Diolah, 2021

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh variabel dikatakan reliabel karena memenuhi koefisien alpha yang memenuhi kriteria diatas 0,60, sehingga item-item tersebut dikatakan reliabel dan layak digunakan sebagai alat ukur.

**IPA (*Importance Performance Analysis*)**

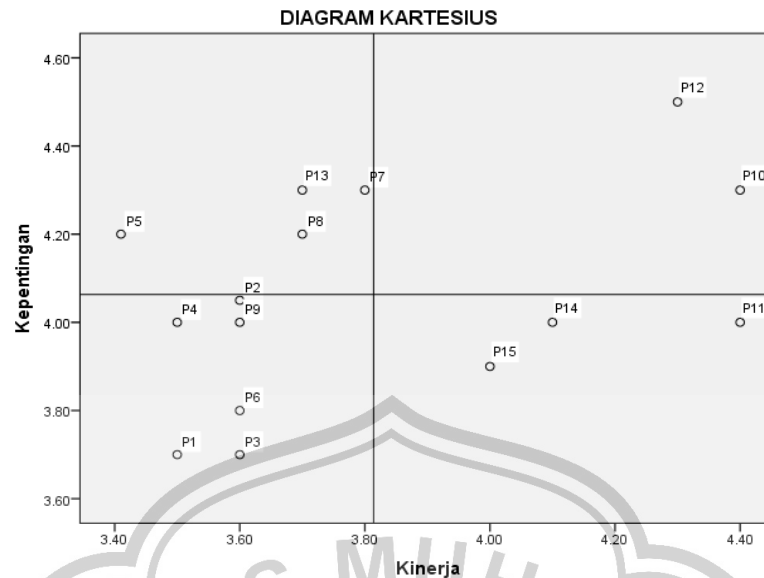


| No              | Atribut   | Kinerja | Kepentingan |
|-----------------|---|---------|-------------|
| 1               | Evyta salon memberikan pelayanan tepat waktu pada acara                   | 3,48    | 3,73        |
| 2               | Evyta salon memberikan pelayanan yang cepat dan tepat pada acara          | 3,57    | 4,05        |
| 3               | Evyta salon memiliki kemampuan yang profesional dalam melayani acara      | 3,63    | 3,65        |
| 4               | Evyta salon tanggap dalam memenuhi kebutuhan acara                        | 3,48    | 4,01        |
| 5               | Evyta salon sigap dalam memenuhi kebutuhan acara                          | 3,41    | 4,2         |
| 6               | Evyta salon ramah dalam memenuhi kebutuhan acara                          | 3,63    | 3,79        |
| 7               | Evyta salon memberikan saya rasa percaya terhadap kualitas yang diberikan | 3,79    | 4,32        |
| 8               | Evyta salon dapat diandalkan dalam memenuhi kebutuhan acara               | 3,67    | 4,16        |
| 9               | Evyta salon memiliki keterampilan dalam memenuhi kebutuhan acara          | 3,59    | 4,04        |
| 10              | Evyta salon menunjukkan rasa peduli dalam melayani acara                  | 4,41    | 4,27        |
| 11              | Pegawai evyta salon mampu memberikan perhatian dalam melayani acara       | 4,41    | 4,01        |
| 12              | Pegawai evyta salon memberikan tanggapan atas keluhan                     | 4,25    | 4,45        |
| 13              | Fasilitas yang disediakan evyta salon sesuai dengan harapan               | 3,69    | 4,35        |
| 14              | Kelengkapan peralatan yang digunakan evyta salon sesuai dengan harapan    | 4,15    | 4,01        |
| 15              | Evyta salon menjalin komunikasi dengan baik                               | 4,01    | 3,89        |
| Total           |   | 57,2    | 60,9        |
| Rata-rata Total |   | 3,81    | 4,06        |

Sumber: Data Primer Diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas untuk tingkat suatu kinerja pada atribut atribut yang sangat baik kinerjanya adalah atribut nomor 10 dan 11 yaitu Evyta salon menunjukkan rasa peduli dalam melayani acara dan pegawai Evyta Salon mampu memberikan perhatian dalam melayani acara, hal ini dapat dilihat dari rata-rata suatu kinerja yang mendapatkan nilai tinggi yaitu 4,41. Hal ini berarti Evyta Salon sangat peduli kepada konsumennya. Sedangkan atribut yang paling rendah dari kinerjanya adalah atribut nomor 5 yaitu kesigapan Evyta salon, dimana hal ini dapat dilihat dari nilai kinerja dari atribut sendiri yang paling rendah yaitu 3,41, Kesigapan karyawan terhadap konsumen yang perlu untuk ditingkatkan lagi.

#### Diagram Kartesius



Keterangan

**Kuadran I (Prioritas Utama)**

Titik P10 : Evyta salon menunjukkan rasa peduli dalam melayani acara

Titik P12 : Pegawai evyta salon memberikan tanggapan atas keluhan

**Kuadran II (Pertahankan Prestasi)**

Titik P5 : Evyta salon sigap dalam memenuhi kebutuhan acara

Titik P7 : Evyta salon memberikan rasa percaya terhadap kualitas

Titik P8 : Evyta salon dapat diandalkan dalam memenuhi acara

Titik P13 : Fasilitas yang disediakan evyta salon sesuai dengan harapan

**Kuadran III (Prioritas Rendah)**

Titik P1 : Evyta salon memberikan pelayanan tepat waktu pada acara

Titik P2 : Evyta salon memberikan pelayanan cepat dan tepat pada acara

Titik P3 : Evyta salon memiliki kemampuan profesional melayani acara

Titik P4 : Evyta salon tanggap dalam memenuhi kebutuhan acara

Titik P6 : Evyta salon ramah dalam memenuhi kebutuhan acara

Titik P9 : Evyta salon memiliki keterampilan dalam memenuhi acara

**Kuadran IV (Berlebihan)**

Titik P11 : Pegawai evyta salon memberikan perhatian melayani acara

Titik P14 : Kelengkapan peralatan digunakan evyta salon sesuai harapan

Titik P15 : Evyta salon menjalin komunikasi dengan baik

**KESIMPULAN**

1. Mengukur kepuasan dengan *Importance Performance Analisis* (IPA) melalui analisis perdimensi dan analisis kuadran. Berdasarkan analisis Importance keluhan Performance Analisis (IPA), diperoleh hasil 2 atribut yang terletak di kuadran I. Perihal ini menampilkan kalau atribut- atribut mutu pelayanan yang dikira berarti oleh responden, tetapi kinerjanya dialami kurang serta butuh buat ditingkatkan lagi.
2. Selanjutnya pada kuadran II diperoleh 4 atribut, Hal ini menunjukkan bahwa atribut-atribut ini dianggap penting oleh para responden dan kinerjanya sudah baik sehingga harus dipertahankan dan ditingkatkan lagi
3. Serta pada kuadran III diperoleh 6 atribut yang dirasa atribut- atribut ini dikira tidak sangat berarti oleh para responden serta kinerjanya masih kurang baik. Hasil analisis Importance Performance Analisis( IPA)

4. Terakhir ada 3 atribut yang terletak di kuadran IV( Kelewatan). Perihal ini membuktikan kalau atribut atribut ini dikira tidak sangat berarti ataupun kelewatan oleh para responden serta kinerjanya butuh dikurangi.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- A.A Anwar Prabu Mangkunegara (2012). Manajemen Sumber Daya Manusia. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- A.Hamdani dan Rambut Lupiyoadi, Manajemen Pemasaran Jasa, Salemba Empat, Jakarta, 2009.
- Aulia, D., Rahmiati, R., & Thabrani, G. (2018). Mengukur Kepuasan Pasien RSI Siti Rahmah Padang atas Kualitas Pelayanan Instalasi Farmasi dengan Metode IPA. *Ranah Research*, 1(1), 18–27.
- Fandy, Tjiptono dan Greforius, Chandra. (2016). Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, dan Penelitian), Yogyakarta: Andi
- Jufriyanto, M. (2020). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Kedai Kopi Shelter, 20(2), 79.
- Kotler dan Keller. (2012). Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Jakarta: Erlangga
- Kuncoro, Mudrajad.2009. Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani, A, 2011. Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi Kedua, Salemba Empat, Jakarta
- Nursya'bani Purnama (2006). Manajemen Kualitas, Perspektif Global, Edisi Pertama, Ekonisia Fakultas Ekonomi
- Singarimbun, M dan S. Effendi (Editor). 1989. Metode Penelitian Survey. LP3S, Jakarta
- Umam, C., Muchlisoh, L., & Maryati, H. (2019). Analisis Kepuasan Pasien Terhadap Mutu Pelayanan Kesehatan Rawat Jalan Dengan Metode Ipa (Importance Performance Analysis) Di Puskesmas Bogor Tengah Kota Bogor Tahun 2018. *Promotor Jurnal Mahasiswa Kesehatan Masyarakat*, 2(1), 7–19.
- Yeni, I., & Budi, S. C. (2017). Kepuasan Pasien TNI Terhadap Pelayanan Pendaftaran Rawat Jalan Dengan Metode Importance Performance Analysis (IPA) di RSPAU Dr. S. Hardjolukito. *Jurnal Kesehatan Vokasional*, 1(2), 53.