

**PERENCANAAN STRATEGI KUALITAS PELAYANAN DALAM
MENINGKATKAN KEPUASAN KONSUMEN PADA
SALON INDAH SARI JEMBER**

Wiwik Nur Jannah (1510411035), Nurul Qomariah, Haris Hermawan

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Jember

Wiwiknurjannah21@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan pengunjung terhadap dimensi kualitas pelayanan seperti *tangible* (bukti fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan) dan *emphaty* (perhatian) dan atribut apa saja yang perlu ditingkatkan guna dalam meningkatkan kualitas pelayanan Salon Indah Sari. Populasidalam penelitian ini adalah para konsumen yang menggunakan jasa di Salon Indah Sari. Sampel yang diambil sebanyak 75 responden dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dari para konsumen pengguna jasa di Salon Indah Sari sebagai responden. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisi deskriptif untuk menggambarkan karakteristik responden, *Importance Performance Analysis* (IPA). *Importance Performance Analysis* (IPA) menggunakan kuisisioner yang masing-masing terdiri dari 15 atribut dalam 5 dimensi kualitas pelayanan diketahui bahwa atribut yang perlu ditingkatkan kembali agar pengunjung merasa puas terdapat pada kuadran A yaitu Ketepatan pegawai Salon Indah Sari Jember untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan keinginan pengguna jasa (Kehandalan).2, Sikap dan kinerja pegawai Salon Indah Sari Jember dalam memberikan pelayanan (Ketanggapan3).6, Kemampuan pegawai Salon Indah Sari Jember untuk menumbuhkan rasa percaya(Jaminan3).9, Perhatian pegawai Salon Indah Sari Jember dalam mengutamakan kebutuhan konsumen (Empati2).11

Kata kunci : kualitas pelayanan, kepuasan pengunjung, metode *Importance Performance Analysis* (IPA)

This study aims to determine the level of visitor satisfaction with dimensions of service quality such as tangible (physical evidence), reliability (reliability), responsiveness (responsiveness), assurance (assurance) and empathy (attention) and what attributes need to be improved in order to improve quality Indah Sari Salon services. The population in this study are consumers who use services at Salon Indah Sari. Samples taken as many as 75 respondents using purposive sampling techniques from consumers of service users in the Indah Sari Salon as respondents. Analysis of the data used in this research is descriptive analysis to describe the characteristics of respondents, Importance Performance Analysis (IPA). Importance Performance Analysis (IPA) uses a questionnaire, each of which consists of 15 attributes in 5 dimensions of service quality. It is known that the attributes that need to be improved so that visitors are satisfied is in quadrant A, namely the accuracy of the Salon Indah Sari Jember employees to provide services in accordance with user desires services (Reliability) .2, the attitudes and performance of Salon Indah Sari Jember employees in providing services (Responsiveness 3). 6, the ability of Salon Indah Sari Jember employees to foster trust (Guarantee 3). (Empathy2) .11

Keywords: service quality, visitor satisfaction, *Importance Performance Analysis* (IPA) method

1. PENDAHULUAN

Strategi pemasaran pada dasarnya merupakan cara tepat untuk memasarkan produk atau jasa agar mencapai tujuan yang telah ditentukan oleh perusahaan yang bersangkutan. Kegiatan pemasaran pada dasarnya menggunakan strategi pemenuhan keperluan dan kebutuhan masyarakat. Berawal dari pemenuhan kebutuhan masyarakat, kemudian menetapkan harga barang atau jasa, pendistribusian barang atau jasa yang diperlukan diri dengan selera konsumen, dipengaruhi jumlah pendapatan, tidak ada fungsi penyimpanan, dan kualitas dipengaruhi barang. Yang penting dalam pemasaran jasa tidak lain keandalan, daya tanggap, kepastian, empati dan berwujud. Pemasaran jasa adalah setiap tindakan yang ditawarkan oleh salah satu pihak kepada pihak lain yang secara prinsip intangible dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun. (Lupiyoadi 2006).

Cantik memang dambaan setiap insan wanita namun jika ditelaah dengan pikiran yang terbuka, kecantikan memiliki makna yang begitu luas. Kecantikan tidak hanya dilihat dari fisik. Kecantikan bisa pula dilihat dari rasa percaya diri, keunikan pribadi, dan tidak terpacu pada dimensi visual yang dapat dilihat mata. Jika ditanya apakah seorang wanita ingin selalu tampak terlihat cantik? Tentu tak seorangpun akan menjawab, tidak! Tampil anggun dan menawan adalah harapan setiap wanita. Banyak wanita yang rela melakukan apa saja agar dapat predikat cantik. Hal ini wajar baik bagi wanita usia muda, maupun yang sudah berumur pun akan senang jika mendapat pujian cantik. Merawat tubuh menjadi prioritas utama dalam rangka mempercantik diri. Dan bicara tentang perawatan tubuh, seperti perawatan rambut dan wajah, tentu akan erat kaitannya dengan salon kecantikan.

Kualitas diartikan “sebagai suatu kondisi dinamis dimana yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.” (Tjiptono, 2004:51). Menurut Sugiarto (2002:216), pelayanan adalah upaya maksimal yang diberikan oleh petugas pelayanan dari sebuah perusahaan industri untuk memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan sehingga tercapai kepuasan. Kualitas pelayanan menurut (Tjiptono, 2004:53), yaitu “kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Apabila jasa atau pelayanan yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa atau pelayanan yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika jasa atau pelayanan yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan buruk”. (Tjiptono, 2004:59). Berdasarkan penjelasan yang dipaparkan di atas oleh Tjiptono maka dapat diindikasikan bahwa sebuah kualitas pelayanan yang diharapkan oleh masyarakat sebagai penerima layanan mengharapkan tingkat keunggulan dari setiap jasa pelayanan yang didapat dari pelayanan yang didapatkan sebelumnya. Bila pelayanan yang diberikan melampaui harapan dari masyarakat pelanggan maka kualitas pelayanan yang diberikan akan mendapatkan persepsi yang ideal dari para penerima pelayanan.

Salon Indah Sari Jember sendiri memiliki unsur-unsur dalam penelitian ini yaitu kualitas layanan, kepuasan konsumen. Kualitas layanan dari Salon Indah Sari Jember sendiri memiliki unsur dari pelayanan yang ramah, dari segi pertama yaitu pada saat konsumen masuk terdapat pegawai yang menyambut konsumen dan bertanya dengan senyuman lebar, dapat dilihat pegawai yang dimiliki merupakan pegawai pilihan. dari desain salon yang mewah, semua tertata rapi, dan vasilitas AC. Terdengar suara lirih-lirih lagu yang diputar pada salon tersebut, penataan lampu yang baik tidak terlalu terang dan tidak terlalu redup cahayanya. Kepuasan konsumen pada Salon Indah Sari Jember ini dapat dilihat dimana konsumen setelah membayar pada kasir, selalu mengucapkan terima kasih kepada pelayan dengan senyum puas, hal ini meyakinkan peneliti memilih obyek Salon Indah Sari Jember untuk diteliti lebih dalam tentang unsur-unsur dari metode penelitian.

Penelitian kali ini difokuskan kepada jasa Salon Indah Sari. Kini di kota Jember terdapat banyak salon kecantikan, salah satunya adalah Salon Indah Sari, Salon Indah Sari yang berada di Jalan Jawa No. 30A adalah jenis usaha yang berkaitan dengan jenis usaha bisnis penyediaan jasa yang lengkap untuk perawatan kecantikan. Salon Indah Sari ini buka dari hari Senin sampai Minggu, dimulai dari jam 08.30 sampai jam 6.30, yang ingin mencoba pelayanan di Salon Indah Sari dan harga yang sesuai dengan kualitas yang diberikan. Persaingan jasa salon di Jember ini cenderung cukup ketat, karena terdapat 2 salon pesaing Salon Indah Sari yaitu salon King dan salon Gaul. Dengan

memperbandingkan banyak pelanggan yang datang dan sudah menjadi pelanggan tetap, penulis mengambil inisiatif untuk meneliti Salon Indah Sari yang lebih banyak didatangi pelanggan dari pada Salon King dan Salon Gaul tersebut. Beberapa faktor yang diduga berpengaruh terhadap ramainya Salon Indah Sari yaitu meliputi harga dan pelayanan yang terdapat di salon itu. Oleh sebab itu atas dasar itulah peneliti mengambil judul **“Perencanaan Strategi Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Pada Salon Indah Sari Jember”**

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Manajemen Pemasaran

Manajemen Pemasaran menurut Assauri (2013), “Manajemen Pemasaran merupakan kegiatan penganalisisan, perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian program-program yang dibuat untuk membentuk, membangun, dan memelihara keuntungan dari pertukaran melalui sasaran pasar guna mencapai tujuan organisasi (perusahaan) dalam jangka panjang”.

2.2 Manajemen Pemasaran Jasa

Manajemen pemasaran jasa menurut Zeithaml dan Bitner dalam Daryanto (2011), adalah mengenai janji-janji, janji-janji yang dibuat kepada pelanggan dan harus dijaga.

2.3 Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan

Tjiptono (2012), terdapat beberapa faktor yang perlu dipertimbangkan dalam meningkatkan kualitas layanan:

1. Mengidentifikasi determinan utama kualitas layanan
2. Mengelola ekspektasi pelanggan
3. Mengelola bukti kualitas layanan
4. Mendidik konsumen tentang layanan
5. Menumbuhkan budaya kualitas
6. Menciptakan *automating quality*
7. Menindak lanjuti layanan
8. Mengembangkan sistem informasi kualitas layanan

3. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari obyek penelitian yang dilakukan, misalnya melalui kuisioner dan wawancara dengan konsumen Salon Indah Sari Jember. Data primer adalah data yang mengacu pada informasi yang diperoleh dari tangan pertama (responden) yang berkaitan dengan variabel persepsi untuk tujuan spesifik studi Uma, (2006).

b. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari bukti-bukti tertulis atau dokumentasi perusahaan, dan data lain yang berkaitan dengan penelitian ini. Data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah mengenai gambaran umum perusahaan.

3.2 Teknik Pengambilan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek dan subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya, Sugiyono (2006). Populasi dari penelitian ini adalah seluruh konsumen Salon Indah Sari Jember, oleh karena itu populasi ini merupakan populasi tak terbatas atau tak terhingga karena tidak dapat diketahui secara pasti ukuran populasi sebenarnya dari konsumen yang datang ke Salon Indah Sari Jember. Karena jumlah populasi yang sangat banyak itu penelitian ini menggunakan sampel.

b. Sampel

Menurut Sugiyono (2006), sampel adalah bagian dari populasi yang akan digunakan untuk menentukan sifat karakteristik yang dikehendaki dan dianggap dapat mewakili populasi (jumlahnya lebih sedikit dari jumlah keseluruhan populasi). Dalam penentuan sampel, prosedur penentuan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, yaitu penentuan sampel terhadap responden (konsumen) yang pada saat penyebaran kuisioner berada di Salon Indah Sari Jember dan sedang melakukan jasa perawatan kecantikan di Salon Indah Sari Jember dengan periode Tanggal 2-10 Januari 2019.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah Kuisioner, yaitu metode pengumpulan data dengan cara memberikan daftar pernyataan yang dibagikan pada konsumen Salon Indah Sari Jember dengan tujuan memperoleh data mengenai obyek penelitian.

3.4 Teknik Analisis Data

Data yang di kumpulkan menggunakan skala pengukuran yaitu Skala interval merupakan skala pengukuran yang paling banyak digunakan peneliti untuk mengukur suatu fenomena dimana responden diminta melakukan ranking terhadap preferensi (diutamakan) tertentu dan memberikan nilai terhadap preferensi. Lupiyoadi (2015). Skala pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala Likert. Menurut Sugiyono (2006) skala Likert disusun untuk mengungkapkan sikap pro dan kontra, positif, dan negatif, setuju dan tidak setuju terhadap suatu obyek sosial. Setiap jenis responden dinilai sesuai dengan arah pertanyaan yaitu:

- | | |
|----------------------|----------|
| a. Sangat Puas | skor : 5 |
| b. Puas | skor : 4 |
| c. Cukup Puas | skor : 3 |
| d. Tidak Puas | skor : 2 |
| e. Sangat Tidak Puas | skor : 1 |

3.4 Uji Validitas dan Reliabilitas

Pengujian validitas dan reliabilitas adalah proses menguji butir-butir pertanyaan yang ada dalam sebuah angket atau kuesioner, apakah isi dari butir pertanyaan tersebut sudah sah dan andal.

a. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana validitas data yang diperoleh dari penyebaran kuisioner. Uji validitas sebagai alat ukur dalam penelitian ini, yaitu menggunakan korelasi *product momentpearson's*, yaitu dengan cara mengkorelasikan tiap pertanyaan dengan skor total, kemudian hasil korelasi tersebut dibandingkan dengan angka kritis taraf signifikan 5%, dengan menggunakan rumus, (Prayitno, 2010) :

$$r = x = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{n\sum x^2 - (\sum x)^2} \sqrt{n\sum y^2 - (\sum y)^2}}$$

keterangan:

- r = koefisien korelasi
X = skor pertanyaan
Y = skor total
n = jumlah sampel

Pengukuran validitas dilakukan dengan menguji taraf signifikan *product moment pearson's*. Suatu variabel dikatakan valid, apabila variabel tersebut memberikan nilai signifikansi <5%.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menguji kemampuan suatu hasil pengukuran relatif konsisten, apabila konsisten apabila pengukurannya diulangi dua kali atau lebih (Prayitno, 2010). Reliabilitas berkonsentrasi pada masalah akurasi pengukuran dan hasilnya. Dengan kata lain reliabilitas menunjukkan seberapa besar pengukuran kendali terhadap subjek yang sama. Pengujian kendala alat ukur dalam alat penelitian menggunakan reliabilitas metode alpha (α) yang digunakan adalah metode *Cronbach* yakni (Prayitno, 2010) :

$$\alpha = \frac{kr}{1+(k-1)r}$$

Keterangan:

- α = koefisien reliabilitas
r = koefisien rata-rata korelasi antar variabel
k = jumlah variabel bebas dalam persamaan

Pengukuran reliabilitas dilakukan dengan menguji statistik *Cronbach Alpha*. Suatu variabel dikatakan reliabelitas apabila variabel tersebut memberikan nilai *Cronbach Alpha* >0,60.

c. *Importance Performance Analysis* (IPA)

Importance Performance Analysis (IPA) digunakan untuk membandingkan antara penelitian terhadap persepsi dan tingkat harapan. Semakin tinggi tingkat kesesuaian berarti semakin baik kualitas layanan yang diberikan. Tingkat kesesuaian adalah hasil dari perbandingan antara skor *importance* (kepentingan) dan *performance* (kinerja) kualitas layanan (Supranto, 2006). Dalam analisis persepsi terhadap layanan Salon Indah Sari Jember diwakili huruf X dan harapan konsumen terhadap kualitas layanan diwakili huruf Y. Rumus yang digunakan adalah (Supranto, 2006):

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\%$$

Keterangan:

- Tki = Tingkat kesesuaian responden
Yi = Skor harapan (kepentingan) terhadap kualitas layanan
Salon Indah Sari Jember Xi = Skor persepsi (kinerja) kualitas layanan dari Salon Indah Sari Jember.

d. Analisis Diagram Kartesius

Analisis ini bertujuan untuk mengetahui posisi persepsi dan harapan yang ditunjukkan konsumen atas kualitas layanan dari Salon Indah Sari Jember. Analisis ini juga dapat digunakan untuk mengidentifikasi langkah-langkah perbaikan melalui peningkatan kualitas layanan pada Salon Indah Sari Jember.

Langkah ini adalah menjabarkan variabel ke dalam diagram kartesius berdasarkan penilaian kenyataan dilapangan dan harapan konsumen. Diagram kartesius merupakan suatu bangun yang dibagi empat bagian yang dibatasi oleh dua baris yang berpotongan tegak lurus pada titik (X,Y). Sumbu X (mendatar) adalah persepsi dan sumbu Y (tegak) adalah harapan konsumen terhadap kualitas layanan. Untuk menghitung skor rata-rata rumus yang digunakan adalah (Supranto, 2006):

$$\bar{X} = \frac{\sum xi}{n} \quad \bar{Y} = \frac{\sum Yi}{n}$$

Keterangan:

\bar{X} = skor rata-rata persepsi kualitas layanan

\bar{Y} = skor rata-rata harapan kualitas layanan

X_i = skor persepsi kualitas layanan Salon Indah Sari Jember

Y_i = skor harapan kualitas layanan Salon Indah Sari Jember

n = jumlah responden

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Pengujian Instrumen Data

a. Pengujian Validitas Data

Uji validitas digunakan untuk menguji sejauh mana ketepatan alat pengukur dapat mengungkapkan konsep gejala/kejadian yang diukur. Item kuesioner dinyatakan valid apabila nilai r hitung $>$ r tabel ($n-2$). Pengujian validitas selengkapnya dapat dilihat pada Tabel 4.11 berikut ini:

Tabel 4.11: Hasil Pengujian Validitas

No	Variabel/Indikator		r hitung <i>importance</i>	r hitung <i>performance</i>	r table	Keterangan
	Kehandalan					
1	I.1		0,733	0,732	0,2272	Valid
2	I.2		0,900	0,887	0,2272	Valid
3	I.3		0,800	0,767	0,2272	Valid
Daya Tanggap						
1	I.4		0,864	0,828	0,2272	Valid
2	I.5		0,772	0,807	0,2272	Valid
3	I.6		0,788	0,762	0,2272	Valid
Jaminan						
1	I.7		0,805	0,801	0,2272	Valid
2	I.8		0,865	0,860	0,2272	Valid
3	I.9		0,723	0,785	0,2272	Valid
Empati						
1	I.10		0,766	0,745	0,2272	Valid
2	I.11		0,885	0,869	0,2272	Valid
3	I.12		0,824	0,794	0,2272	Valid
Bukti Fisik						
1	I.13		0,729	0,762	0,2272	Valid
2	I.14		0,804	0,813	0,2272	Valid
3	I.15		0,768	0,813	0,2272	Valid

Sumber: Lampiran IV

Dari Tabel 4.11 terlihat bahwa korelasi antara masing-masing indikator terhadap total skor konstruk dari setiap variabel menunjukkan hasil yang valid, karena r hitung $>$ r tabel. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan dinyatakan valid.

b. Pengujian Reliabilitas Data

Uji Reliabilitas digunakan untuk menguji sejauh mana kehandalan suatu alat pengukur untuk dapat digunakan lagi untuk penelitian yang sama. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan rumus alpha. Hasil pengujian reliabilitas untuk masing-masing variabel yang diringkas pada Tabel 4.12 berikut ini:

Tabel 4.12: Hasil Pengujian Reliabilitas

No	Variabel	Alpha hitung <i>Importance</i>	Alpha hitung <i>Performance</i>	Standar alpha	Keterangan
1	Kehandalan	0,745	0,713	0,600	Reliabel
2	Daya Tanggap	0,740	0,722	0,600	Reliabel
3	Jaminan	0,710	0,746	0,600	Reliabel
4	Empati	0,759	0,714	0,600	Reliabel
5	Bukti Fisik	0,647	0,711	0,600	Reliabel

Sumber: Lampiran V

Dari Tabel 4.12 Hasil uji reliabilitas tersebut menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai koefisien Alpha yang cukup atau memenuhi kriteria untuk dikatakan reliabel yaitu di atas 0,600, sehingga untuk selanjutnya item-item pada masing-masing konsep variabel tersebut layak digunakan sebagai alat ukur.

4.2 Rumusan IPA (*Importance Performance Analisis*)

Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) pertama kali diperkenalkan oleh Martila dan James (1997) dengan tujuan untuk mengukur hubungan antara persepsi konsumen dan prioritas peningkatan kualitas jasa atau produk yang dikenal pula sebagai *quadrant analysis*. (Brandt, 2000 dan latu Everett, 2000). IPA telah diterima secara umum dan dipergunakan pada berbagai bidang kajian karena kemudahan untuk diterapkan dan tampilan hasil analisa yang memudahkan usulan perbaikan kiner (Martinez, 2003). Berikut adalah tabel dari hasil perhitungan analisis IPA dapat dilihat pada Tabel 4.13:

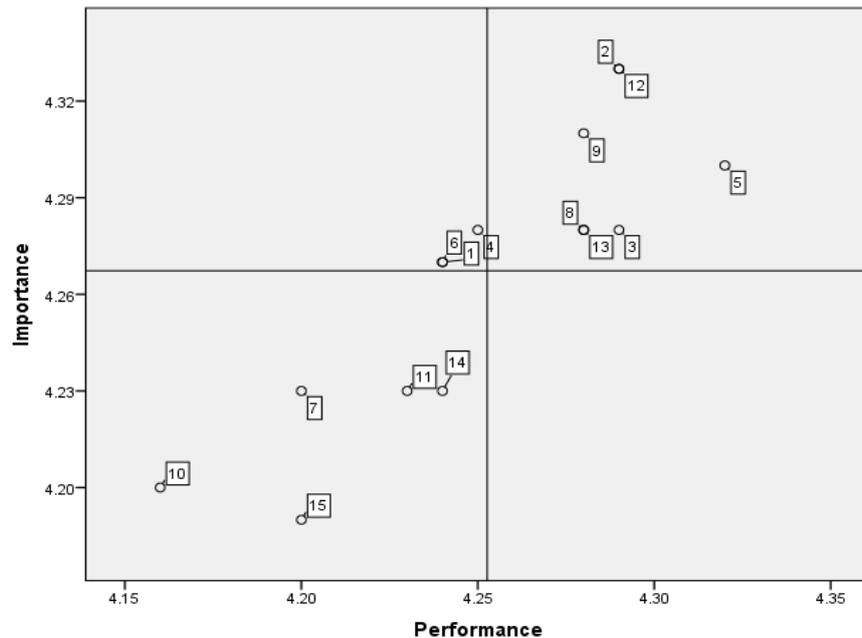
Tabel 4.13: Hasil Pengujian Analisis IPA

No	Indikator <i>Importance</i>	Indikator <i>Performance</i>	<i>Importance</i>	<i>Performance</i>
1	I1	P1	4.27	4.24
2	I2	P2	4.33	4.29
3	I3	P3	4.28	4.29
4	I4	P4	4.28	4.25
5	I5	P5	4.3	4.32
6	I6	P6	4.27	4.24
7	I7	P7	4.23	4.2
8	I8	P8	4.28	4.28
9	I9	P9	4.31	4.28
10	I10	P10	4.2	4.16
11	I11	P11	4.23	4.23
12	I12	P12	4.33	4.29
13	I13	P13	4.28	4.28
14	I14	P14	4.23	4.24
15	I15	P15	4.19	4.2
Rata-Rata			4.267333333	4.252666667
Total			64.01	63.79

Sumber: Data Primer Yang Diolah 2019

Berikut ini adalah hasil diagram kartesius dapat dilihat pada gambar berikut:

X



Gambar 4.2: Hasil Diagram Kartesius

Sumber: Data Primer Yang Diolah 2019

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan tentang perencanaan strategi dan kualitas layanan terhadap variabel terikat meningkatkan kepuasan konsumen maka dapat diambil beberapa kesimpulan seperti berikut ini :

- Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Salon Indah Sari Jember. Artinya, semakin baik kualitas layanan yang ditawarkan dari sebuah perusahaan maka konsumen akan merasa puas dengan jasa yang dihasilkan Salon Indah Sari Jember.
- Meningkatkan kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Salon Indah Sari Jember. Artinya, semakin baik meningkatkan kepuasan pelanggan yang ditawarkan dari sebuah perusahaan maka konsumen akan merasa puas dengan jasa yang dihasilkan Salon Indah Sari Jember.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, maka saran yang dapat diberikan kepada pihak Salon Indah Sari dari penelitian ini, yaitu: hendaknya Salon Indah Sari dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan lebih meningkatkan kualitas pelayanannya, sehingga dengan lebih memerhatikan kualitas pelayanannya diharapkan akhirnya akan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan sehingga memperoleh hasil yang lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

Assauri, Sofjan. 2013. **Manajemen Pemasaran**. Jakarta : Rajawali Pers.

Basu Swastha. 2008. **Menejemen Pemasaran Modern**. (edisi 2), yogyakarta : Penerbit Liberty-Yogyakarta

- Daryanto. 2011. **Sari Kuliah Manajemen Pemasaran. Bandung** : PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera
- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, (2012). **Pemasaran Strategik. Edisi Kedua. Andi, Yogyakarta.**
- Fandy, Tjiptono. 2004. **Manajemen Jasa, Edisi Pertama**, Yogyakarta, Andi Offset.
- Hasan, Iqbal, 2001. **Pokok-Pokok Materi Statistik 2 (Statistik Inferentif). Edisi kedua.** Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Kariman, Aulia 2012 **Analisis Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rawat Inap Rsu Tangerang.**, Skripsi Program Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip. 2005. **Manajemen Pemasaran. Jilid 1 dan 2.** Jakarta : PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kusumo, Pranedo 2015 **Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Jasa Dengan Menggunakan Metode Ipa Pada Ahass 01108 Anugrah Jaya Semarang.**, Skripsi Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- Lipiyoadi, Rambat. 2015. **Praktikum Metode Riset Bisnis.** Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, R. (2006). **Manajemen pemasaran jasa teori dan praktek.** Jakarta: Salemba Empat.
- Philip Kotler, 2002, **Manajemen Pemasaran, Edisi Millenium, Jilid 2**, PT Prenhallindo, Jakarta
- Prayitno. 2010. **Layanan Bimbingan Kelompok dan Konseling Kelompok.** Universitas Negeri Padang
- Rahmawati, Herlina 2010 **Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Menggunakan Metode Servqual Dan Importance Performance Analysis Di Kantor Perpustakaan Dan Arsip Kabupaten Karanganyar.**, Skripsi Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Sugiyono. 2006. **Metode Penelitian Bisnis. Bandung:** Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. **Metode Penelitian Bisnis. Bandung** : Alfabeta.
- Supranto, J. (2006). **Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikan Pangsa Pasar.** Jakarta : PT.Rineka Cipta.
- Tjiptono, Fandy. 2007. **Strategi Pemasaran. Edisi Kedua.** Yogyakarta : Andi.
- Yazid. 2001. **Pemasaran Jasa: Konsep Dan Implementasi Ekonomi.** Yogyakarta : FE – UII.
- Yazid. 2008. **Pemasaran Jasa, Konsep dan Implementasi, Edisi Kedua.** Sleman, Yogyakarta: EKONISIA.
- Zulian Yamit. (2005). **Manajemen Kualitas Produk dan Jasa. Ekonisia, Jakarta.**
- Uma, Sekaran. 2006. **Research Methods Fof Busines.** Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiarto. (2002). **Spikologi pelayanan Dalam Industri Jasa.** Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Supranto, Johanness. 2003. **Metode Riset dan Aplikasinya Dalam Pemasaran.** PT. Rineka Cipta. Jakarta.

