

# ANALISIS TINGKAT KUALITAS LAYANAN DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN KONSUMEN SALON KING JEMBER

Nafa Nuzula, Budi Santoso, Yohanes Gunawan W.  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Jember

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan pengunjung terhadap dimensi kualitas pelayanan seperti *tangible* (bukti fisik), *reliability* (kehandalan), *ressponssiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan) dan *emphaty* (perhatian) dan atribut apa saja yang perlu ditingkatkan guna dalam meningkatkan kualitas pelayanan Salon King. Populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen yang menggunakan jasa di Salon King. Sampel yang diambil sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dari para konsumen pengguna jasa di Salon King sebagai responden. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif untuk menggambarkan karakteristik responden, *Importance Performance Analysis* (IPA). Berdasarkan hasil *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 King Jember untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan keinginan pengguna jasa (Kehandalan).2, Sikap dan kinerja pegawai Salon King Jember dalam memberikan pelayanan (Ketanggapan 3).6, Kemampuan pegawai Salon King Jember untuk menumbuhkan rasa percaya (Jaminan 1).7, Bertanggung jawab terhadap tugas-tugas yang ditangani (Jaminan 3).9, Perhatian pegawai Salon King Jember dalam mengutamakan kebutuhan konsumen (Empati 2).11,

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

## ABSTRACT

*This research aims to determine the level of consumer satisfaction of service quality dimensions such as tangible (physical evidence), reliability, ressonssiveness, assurance and emphaty (attention) and what attributes that are needed to be improved in order to improve the quality King Salon's service. The population in this research are consumers who use King Salon's services. The samples that were taken for the research were 100 respondents by using a purposive sampling technique from consumers in King Salon as the respondents. This research utilizes descriptive analysis and Importance Performance Analysis (IPA) for describing the characteristic of respondents. Based on the results of the Importance Performance Analysis (IPA) that used questionnaires and each of questionnaire consists of 15*

attributes in 5 dimensions of service quality, it is known that the attributes that are needed to be improved to make the visitors feel satisfied occurs in the A quadrant. The attributes that mentioned are the accuracy of King Salon Jember's employees to fulfill consumers' request (Reliability) .2, the attitudes and performance of Salon King Jember's employees in providing services (Responsiveness 3) .6, the ability of employees of Salon King Jember to emerge credibility (Guarantee 1) .7, the responsibility for the tasks that are handled (Guarantee 3) .9, the concern of Salon King Jember's employees in prioritizing consumers needs (Empathy 2) .11,

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

## Latar Belakang

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. Pemasaran jasa adalah setiap tindakan yang ditawarkan oleh salah satu pihak kepada pihak lain yang secara prinsip *intangibile* dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun. (Lupiyoadi 2006),

Salon King Jember sendiri memiliki unsur-unsur dalam penelitian ini yaitu kualitas layanan, kepuasan konsumen. Kualitas layanan dari Salon King Jember sendiri memiliki unsur dari pelayanan yang ramah tamah, 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. Dan terdengar suara lirih-lirih lagu yang diputar pada salon tersebut, penataan lampu yang baik yaitu tidak terlalu terang dan tidak terlalu redup cahayanya. Kepuasan konsumen pada Salon King 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 King Jember untuk diteliti lebih dalam tentang unsur-unsur dari metode penelitian.

Penelitian kali ini difokuskan kepada jasa salon king. Kini di kota Jember terdapat banyak salon kecantikan, salah satunya adalah Salon King, Salon King yang berada di Jalan Sumatra No. 112 A adalah jenis usaha yang berkaitan dengan jenis usaha bisnis penyediaan jasa yang lengkap untuk perawatan kecantikan. Salon King ini berdiri pada tahun 2015 yang didirikan oleh Yully dan beralamat di Jalan Sumatra No. 112 A Jember. Salon King ini buka dari hari Senin sampai Minggu, dimulai dari jam 09.00 sampai jam 20.00, yang ingin mencoba pelayanan di Salon King dan harga yang sesuai dengan kualitas yang diberikan.

### Perkembangan Bisnis Jasa (Bisnis Salon)

Tabel 1.1

No	Nama Salon	Jumlah Pengunjung	Persentase
1	Salon King	3.276	45%
2	Salon Kita	2.885	30%
3	Salon Gaul	2.070	25%

**Sumber : Data Primer (2018)**

Berdasarkan tabel 1.1 diatas Salon King berada pada posisi pertama dengan jumlah pengunjung paling tinggi sebesar 45%. Berbagai macam startegi telah diterapkan oleh Salon king untuk dapat merebut dan menarik perhatian konsumen serta dapat mempertahankan

persaingan yang sangat ketat. Yang dilakukan Salon King adalah memberikan kenyamanan tempat dan suasana, hingga menyediakan peralatan-peralatan yang modern ruang tunggu yang nyaman dengan fasilitas yang sangat baik yang telah di sediakan oleh Salon King.

Berdasarkan latar belakang yang sudah di paparkan diatas, rumusan masalah yang timbul adalah bagaimanakah kinerja kualitas layanan Salon King Jember menurut konsumen dengan menggunakan metode Importance Performance Analysis?

### Metode Penelitian

Desain penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif yakni suatu metode status sekelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, suatu situasi kondisi, suatu sistem pemikiran. Importance Performance Analysis (IPA) untuk membandingkan antara persepsi (harapan) dan kinerja dari layanan bilabel.id yang dirasakan konsumen. Penelitian kuantitatif merupakan metodologi riset yang bertujuan untuk mengkualifikasi data, yang diterapkan dalam analisis statistik tertentu (Maholtra, 2004).

### Populasi Dan Sampel

Populasi dari penelitian ini adalah seluruh konsumen Salon King Jember, Sedangkan untuk sampelnya yang digunakan adalah purposive sampling, yaitu penentuan sampel terhadap responden (konsumen) yang pada saat penyebaran kuisioner berada di Salon King Jember dan sedang melakukan pembelian dengan kriteria sebagai berikut:

1. Konsumen yang dijadikan responden berusia minimal 17 tahun, dimana pada usia tersebut dapat menilai kualitas layanan di Salon King Jember.
2. Konsumen yang sudah pernah melakukan pembelian di Salon King Jember

Menurut Roscoe dalam Sugiyono (2011) “ukuran sampel yang layak dalam penelitian ini adalah 30 sampai dengan 500”. Sehingga di dapat jumlah sampel untuk penelitian ini berjumlah 100 orang.

### Hasil Dan Pembahasan

Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	Sig		Ket
		Harapan	Persepsi	
Kehandalan (KEH)	KEH.1	0,000	0,000	Valid
	KEH.2	0,000	0,000	Valid
	KEH.3	0,000	0,000	Valid
Ketanggapan (KET)	KET.1	0,000	0,000	Valid
	KET.2	0,000	0,000	Valid
	KET.3	0,000	0,000	Valid
Jaminan (JAM)	JAM.1	0,000	0,000	Valid
	JAM.2	0,000	0,000	Valid
	JAM.3	0,000	0,000	Valid
Empati (EMP)	EMP.1	0,000	0,000	Valid
	EMP.2	0,000	0,000	Valid
	EMP.3	0,000	0,000	Valid
Bukti Fisik (BUK)	BUK.1	0,003	0,000	Valid
	BUK.2	0,000	0,000	Valid
	BUK.3	0,000	0,000	Valid

Sumber: Lampiran 4

Tabel 4.6 terlihat bahwa korelasi antara masing-masing indikator variabel menunjukkan bahwa nilai Sig < 0,05. Hal ini dapat disimpulkan bahwa semua *item* pertanyaan variabel Kehandalan, Ciri atau Keistimewaan, Kehandalan, Jaminan, Empati, Bukti Fisik dan Kualitas yang dipersepsikan dinyatakan valid.

**Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel Penelitian	Cronbach's Alpha if item deleted		Standar realibilitas	Ket
	Harapan	Persepsi		
Kehandalan (KEH)	0,780	0,788	0,60	Reliabel
Ketanggapan (KET)	0,687	0,692	0,60	Reliabel
Jaminan (JAM)	0,797	0,810	0,60	Reliabel
Empati (EMP)	0,772	0,763	0,60	Reliabel
Bukti Fisik (BUK)	0,642	0,759	0,60	Reliabel

Sumber: Lampiran 4

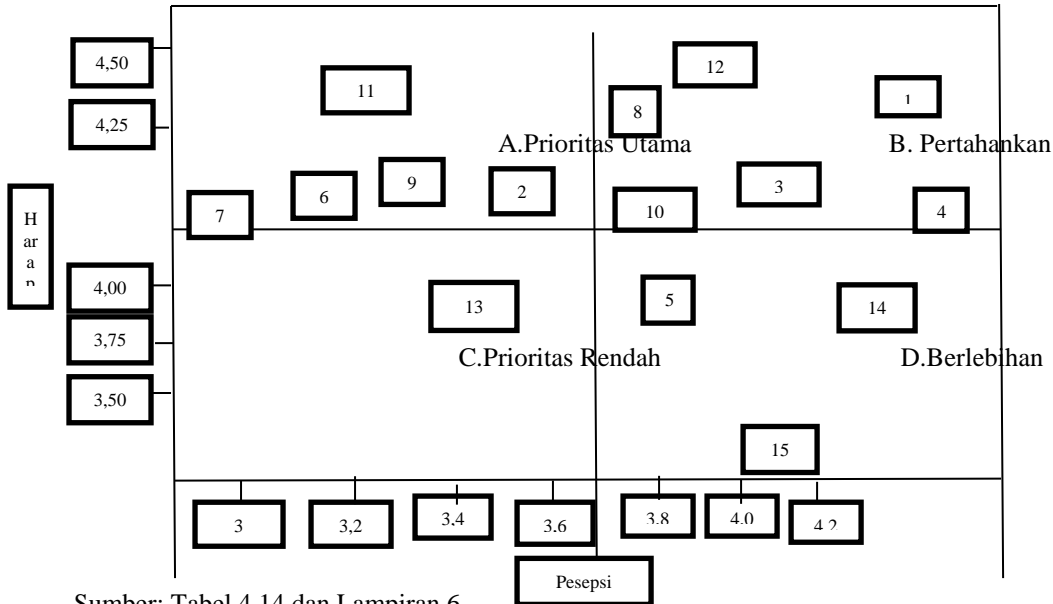
Tabel 4.7 Menunjukkan hasil pengujian reliabilitas pada instrumen variabelKehandalan, Ciri atau Keistimewaan, Kehandalan, Jaminan,Empati, Bukti Fisik dan Kualitas yang dipersepsikan dengan nilai *Cronbach's Alpha* atau *r alpha* diatas 0,60. Hal ini membuktikan instrumen penelitian berupa kuesioner ini telah reliabel karena *r alpha* yang bernilai lebih besar.

**Importance Performance Analysis (IPA)**

**Tabel 4.13 Tingkat Jaminan**

No	Atribut	Tingkat Harapan (Hi)	Tingkat Persepsi (Ki)	Tingkat Jaminan (Tki)	Kriteria
1	Ketepatan waktu pegawai dalam melayani konsumen	426	393	92,3	Puas
	Memberikan layanan sesuai keinginan konsumen	430	367	85,3	Puas
	Keandalan pegawai salon dalam memudahkan teknis pelayanan.	442	395	89,4	puas
2	Kemampuan pegawai memberi penjelasan yang benar atas pelayanan yang diberikan.	428	418	97,7	Puas
	Kemampuan pelayanan dengan cepat tanggap.	401	388	96,8	Puas
	Sikap dan kinerja dalam memberikan pelayanan.	426	343	80,5	Puas
3	Pelanggan percaya kepada petugas salon King	422	310	73,5	Puas
	Merasa aman ketika melakukan transaksi dengan pegawai salon King Jember	432	386	89,4	Puas
	Pegawai bertanggung jawab terhadap tugas yang ditangani	431	351	81,4	puas
4	Memberikan perhatian individual kepada konsumen.	422	383	90,8	Puas
	Perhatian pegawai dalam mengutamakan kebutuhan konsumen.	453	347	76,6	Puas
	Ramahanya pegawai Salon terhadap konsumen.	438	387	88,4	Puas
5	Fasilitas dan peralatan yang digunakan Salon bersih	401	345	86	Puas
	Penampilan pegawai Salon rapi, baju berseragam, pantas dan sopan untuk digunakan	397	406	102,3	Sangat Puas
	Tempat pelayanan tertata dengan rapi dan bersih.	351	404	115,1	Sangat Puas
Rata-rata tingkat Jaminan				89,7	Puas

Gambar 4.2 Posisi Indikator



Sumber: Tabel 4.14 dan Lampiran 6

**Kuadran A (2,6,7,9,11)**

Pada posisi kuadran A perlu mendapatkan prioritas utama karena keberadaan unsur-unsur inilah yang dapat dinilai untuk menentukan dan mendapatkan perhatian paling penting dari konsumen yang harus diperhatikan dalam kuadran A adalah sebagai berikut :

**Kuadran B (1,3,4,8,10,12)**

Pada posisi kuadran B menunjukkan bahwa unsur-unsur yang menentukan tingkat kepuasan konsumen harus tetap dipertahankan, karena pada posisi kuadran ini tingkat pelaksanaannya telah sesuai dengan tingkat kepentingan dan harapan konsumen, sehingga telah mampu memberikan kepuasan kepada konsumen. Unsur yang harus diperhatikan

**Kuadran C (13)**

Pada posisi kuadran C menunjukkan bahwa unsur-unsur yang menentukan tingkat kepuasan konsumen masih dianggap kurang menjadi prioritas dan kurang diperhatikan oleh konsumen, dan tingkat Keandalan atau pelaksanaannya juga dinilai masih dianggap kurang, sehingga perlu segera dilakukan peningkatan atau perbaikan Keandalan untuk memberikan suatu nilai penting kepada konsumennya.

**Kuadran D (5,14,15)**

Pada posisi kuadran D menunjukkan bahwa unsur-unsur yang menentukan tingkat kepuasan konsumen dinilai berlebihan dalam pelaksanaannya, konsumen dapat menganggap bahwa ini kurang penting, namun pihak penyedia layanan tetap memberikan layanan yang sangat baik, sehingga konsumen sebagai pengguna layanan tetap dapat merasakan kepuasan yang berlebih atas layanan yang diberikan. Dalam mengatasi hal ini, perlu segera dilakukan perbaikan Keandalan untuk memberikan kepuasan yang sesuai dengan harapan konsumen.

**Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan pada penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Dengan menggunakan analisis deskriptif penilaian konsumen terhadap layanan yang disediakan Salon King Jember berdasarkan harapan dan kenyataan yang dirasakan oleh konsumen terhadap kualitas layanan dari Salon King Jember yang meliputi dimensi Keandalan, Ketanggapan, Empati, Bukti Fisik, kualitas yang di persepsikan (*perceived*

*quality*) menunjukkan bahwa harapan konsumen terhadap kualitas layanan yang diberikan kepada konsumen telah dapat dipenuhi oleh perusahaan, maka dapat diartikan bahwa konsumen telah merasa puas terhadap kualitas layanan yang telah dilakukan.

Dari hasil *Importance Performance Analysis* (IPA) diketahui bahwa tingkat Jaminan menunjukkan persentase yang tinggi dimana 1 dimensi yaitu bukti fisik yang ada dirasa sangat puas konsumen, dan terdapat 4 dimensi Keandalan, Ketanggapan, Jaminan, empati yang mendapatkan penilaian puas oleh konsumen Salon King Jember, hal tersebut bisa diartikan bahwa harapan konsumen mampu dijawab perusahaan dengan memberikan kualitas layanan yang baik sehingga konsumen merasa puas dengan layanan yang diterimanya.

Dengan menggunakan diagram kartesius, posisi indikator kualitas layanan dapat disimpulkan sebagai berikut; Pada posisi kuadran A menunjukkan bahwa unsur-unsur yang menentukan tingkat kepuasan konsumen perlu mendapatkan prioritas utama, Pada posisi kuadran B menunjukkan bahwa unsur-unsur yang menentukan tingkat kepuasan konsumen harus tetap dipertahankan, Pada posisi kuadran C menunjukkan bahwa unsur-unsur yang menentukan tingkat kepuasan konsumen masih dianggap kurang menjadi prioritas oleh konsumen, Pada posisi kuadran D menunjukkan bahwa unsur-unsur yang menentukan tingkat kepuasan konsumen dinilai berlebihan dalam pelaksanaannya

### **Saran**

Dengan hasil yang telah ditunjukkan pada analisis deskriptif, maka disarankan pihak manajemen untuk terus meningkatkan kualitas layanan yang dimiliki, meskipun mayoritas konsumen merasa puas namun ada beberapa konsumen yang merasa tidak puas dengan layanan yang ada, dengan meningkatkan kualitas layanan maka diharapkan konsumen yang awalnya merasa tidak puas menjadi puas dengan layanan yang diberikan.

Berdasarkan hasil yang ditunjukkan oleh *Importance Performance Analysis* (IPA) pihak manajemen diharapkan untuk mempertahankan kualitas layanan yang telah maksimal dan lebih meningkatkan dimensi kualitas layanan yang lain agar menjadi lebih maksimal dalam penerapannya pada konsumen.

### **Daftar Pustaka**

- [1]Assauri, Sofjan. 2013. **Manajemen Pemasaran**. Jakarta : Rajawali Pers.
- [2]Basu Swastha. 2008. **Menejemen Pemasaran Modern**. (edisi 2), yogyakarta : Penerbit Liberty-Yogyakarta
- [3]Daryanto. 2011. **Sari Kuliah Manajemen Pemasaran**. Bandung : PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera
- [4]Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, (2012). **Pemasaran Strategik. Edisi Kedua. Andi**, Yogyakarta.
- [5]Fandy Tjiptono, 1997, **Strategi Pemasaran**, Edisi 1, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- [6]Fandy, Tjiptono. 2004. **Manajemen Jasa, Edisi Pertama**, Yogyakarta, Andi Offset.
- [7]Hasan, Iqbal, 2001. **Pokok-Pokok Materi Statistik 2 (Statistik Inferentif). Edisi kedua**. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- [8]Husein Umar, 2005. **Metode Penelitian**. Jakarta : Salemba Empat
- [9]Kariman, Aulia 2012 **Analisis Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rawat Inap Rsu Tangerang.**, Skripsi Program Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- [10]Kotler, Amstrong. 2001. **Prinsip-prinsip pemasaran**, Edisi duabelas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga

- [11]Kotler, Philip. 2005. **Manajemen Pemasaran. Jilid 1 dan 2.** Jakarta : PT Indeks Kelompok Gramedia.
- [12]Kotler,Philip.2003.**Marketing Management, 11th Edition.**Prentice Hall.Inc.New Jersey.
- [13]Kusumo, Pranedo 2015 **Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Jasa Dengan Menggunakan Metode Ipa Pada Ahas 01108 Anugrah Jaya Semarang.**, Skripsi Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- [14]Lipiyoadi, Rambat. 2015. **Praktikum Metode Riset Bisnis.** Jakarta: Salemba Empat.
- [15]Lupiyoadi, R. (2006). **Manajemen pemasaran jasa teori dan praktek.** Jakarta: Salemba Empat.
- [16]Malhotra, N.K, 2004. **Riset Pemasaran, Pendekatan Terapan.** Edisi Bahasa Indonesia, PT. Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.
- [17]Philip Kotler, 2002, **Manajemen Pemasaran, Edisi Millenium, Jilid 2,** PT Prenhallindo, Jakarta
- [18]Parasuraman.,V Zeithaml.&L Berry. (1985), *A Conceptual model of service quality and its implications for future research, Journal Of Marketing,* Vol 49.
- [19]Prayitno. 2010. **Layanan Bimbingan Kelompok dan Konseling Kelompok.** Universitas Negeri Padang
- [20]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.
- [21]Sugiarto, 2002, **Psikologi Pelayanan Dalam Industri Jasa,** PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- [22]Sugiyono, (2008). **Metode Kuantitatif Kualitatif dan R&D.** Bandung Alfabeta.
- [23]Sugiyono. 2006. **Metode Penelitian Bisnis.** Bandung: Alfabeta.
- [24]Sugiyono. 2011. **Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.** Bandung: Alfabeta
- [25]Sugiyono. 2012. **Metode Penelitian Bisnis.** Bandung : Alfabeta.
- [26]Supranto, J. (2006). **Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikan Pangsa Pasar.** Jakarta : PT.Rineka Cipta.
- [27]Tjiptono, Fandy. 2007. **Strategi Pemasaran. Edisi Kedua.** Yogyakarta : Andi.
- [28]Uma,Sekaran.2006.**Research Methods For Busines.**Jakarta:Salemba Empat.
- [29]Yazid. 2001. **Pemasaran Jasa: Konsep Dan Implementasi Ekonomi.** Yogyakarta : FE – UII.
- [30]Yazid. 2008. **Pemasaran Jasa, Konsep dan Implementasi, Edisi Kedua.** Sleman, Yogyakarta: EKONISIA.
- [31]Zeithaml, Valarie A. Mry Jo Bitner. (2000). **Services Marketing: Integrating Customer Focus Across The Firm, Second Edition Hill.** . New York: McGraw
- [32]Zulian Yamit. (2005). **Manajemen Kualitas Produk dan Jasa.** Ekonisia, Jakarta.