

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN
TERHADAP PELAYANAN JASA PERAWATAN KULIT
PADA KIREI SKIN CARE
YOGYAKARTA**

SKRIPSI



ditulis oleh

Nama : Nova Asti Wulansari
Nomor Mahasiswa : 97.311.087
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA
2004**

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN
TERHADAP PELAYANAN JASA PERAWATAN KULIT PADA
KIREI SKIN CARE
YOGYAKARTA**

Nama : Nova Asti Wulansari
Nomor Mahasiswa : 97.311.087
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

Yogyakarta, 9 Desember 2004
Telah disetujui dan disahkan oleh
Dosen Pembimbing,



Dra. Hj. Sri Hardjanti, MM.

ABSTRAK

Situasi perekonomian yang semakin tidak menentu seperti sekarang ini menjadikan persaingan bisnis yang semakin tajam. Setiap perusahaan berkeinginan untuk berusaha untuk mempertahankan hidupnya dengan melakukan berbagai cara atau strategi.

Kirei Skin Care Yogyakarta merupakan salah perusahaan bisnis dibidang jasa, khususnya mengenai perawatan kulit wanita (kecantikan), yang pada saat ini juga menghadapi persaingan dengan perusahaan yang sejenis. Sebagai perusahaan yang menjual jasa, diketahui bahwa Kirei Skin Care Yogyakarta pada saat ini belum dapat memberikan kepuasan kepada konsumennya dan diduga penyebabnya adalah kurang tepaynya pelayanan yang diberikan kepada konsumen tersebut, oleh karena itu skripsi ini mengangkat judul " Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Jasa Perawatan Kulit Pada Kirei Skin Care Yogyakarta".

Sesuai dengan judul yang diangkat, maka rumusan pokok masalahnya adalah apakah ada gap antara harapan dan kinerja dari faktor-faktor dalam pelayanan dan faktor mana yang mempunyai gap paling dominan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada gap antara harapan dan kinerja dari faktor-faktor dalam pelayanan dan faktor pelayanan manakah yang dapat memberikan kepuasan paling tinggi kepada konsumen.

Berdasarkan hal ini, maka variabel yang akan diukur adalah faktor-faktor dalam pelayanan yang terdiri dari bentuk fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan perhatian (*empaty*), yang pengukurannya akan dilakukan dengan menggunakan angket (daftar pertanyaan) berbasis pertanyaan tertutup dengan lima (5) skala jawaban mengikuti model Likert yang disebarkan kepada responden.

Responden dalam penelitian ini adalah sampel dari seluruh konsumen yang minimal telah 3 kali melakukan perawatan kulit di Kirei Skin Care Yogyakarta, yang jumlah sampelnya ditentukan dengan pendekatan statistika dan teknik samplingnya dilakukan secara *accidental sampling*.

Berdasarkan data-data yang diperoleh, kemudian dianalisis yang hasilnya menunjukkan bahwa dimensi keandalan telah memberikan kepasan paling tinggi kepada konsumen dan disusul oleh dimensi perhatian. Kedua dimensi ini (keandalan dan perhatian) berada pada kuadran II di diagram kartesius, sehingga strateginya adalah terus menerus mempertahankan atau meningkatkan. Sedangkan dimensi yang lain (bukti fisik, ketanggapan dan jaminan) berada pada kuadran I, yang menunjukkan bahwa dimensi ini masih belum dapat memberikan kepuasan kepada konsumen, sehingga strateginya dengan cara memprioritaskan/mengutamakan untuk upaya peningkatanya. Pada capster harus berusaha mencari kekurangan-kekurangannya dalam memberikan pelayanan, selalu memperhatikan dan mendiskusikan dengan pimpinan mengenai keluhan-keluhan konsumen. Pemahaman terhadap psikologi konsumen adalah penting.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrokhim

Assalamu `alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah, puji syukur kami panjatkan ke hadirat Allah Swt. karena atas rahmat dan ridlo-Nya kami dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “ **Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Jasa Perawatan Kulit Pada Kirei Skin Care Yogyakarta**”

Skripsi ini kami susun sebagai tugas akhir sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Dalam penulisan skripsi ini kami mendapatkan banyak bimbingan, dorongan dan bantuan dari berbagai pihak, untuk itu penulis mengucapkan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Ibu Dra. Hj. Sri Hardjanti, MM, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah banyak meluangkan waktunya dan penuh kesabaran untuk memberikan pengarahan dan bimbingan dari awal hingga selesainya penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Drs. H. Suwarsono Muhammad, MA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
3. Bapak Bagus Sudrajat, SE selaku manajer operasional pada Kirei Skin Care Yogyakarta yang telah memberikan kesempatan kepada kami untuk melakukan penelitian.

4. Bapak dan Ibu atas segala pengorbanan dan cintanya hingga selesainya skripsi ini.
5. Adik-adikku Dinda dan Pandu yang telah banyak membantu dalam kaitannya dengan komputerisasi dalam proses penulisan yang akhirnya membuahkan karya ilmiah ini
6. Teman-temanku Amy, Lina, Heni yang telah memberikan bantuan, diskusi, petunjuk dan segala dorongan hingga selesainya skripsi ini.

Semoga amal dan kebaikan yang telah diberikan kepada kami mendapat balasan yang sepatutnya dari Allah Swt. Amien.

Akhirnya penulis berharap apa yang penulis sajikan dalam bentuk skripsi ini nantinya semoga dapat bermanfaat bagi masyarakat umum dan khususnya untuk perkembangan dibidang manajemen pemasaran.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
BERITA ACARA UJIAN	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Batasan Masalah	5
1.4. Tujuan Penelitian	5
1.5. Manfaat Penelitian	6
BAB II. LANDASAN TEORI	7
2.1. Pengertian Pemasaran	7
2.2. Perilaku Konsumen	11
2.3. Faktor Pengaruh Perilaku	14
2.4. Konsep Jasa	15
2.5. Perilaku Konsumen Jasa	20
2.6. Pemasaran Jasa Yang profesional	29
2.7. Dimensi Kualitas Jasa	31
2.8. Kepuasan Konsumen	33

2.9. Teknik Pengukuran Kepuasan konsumen	36
2.10. Mempertahankan Pelanggan	42
BAB III. METODE PENELITIAN	44
3.1. Lokasi Penelitian	44
3.2. Variabel Penelitian	44
3.3. Populasi dan Sampel	46
3.4. Metode Pengumpulan Data	49
3.5. Metode Analisis Data	52
BAB IV. ANALISIS DAN PEMBAHASAN	56
4.1. Gambaran Umum Perusahaan	56
4.1.1. Sejarah Berdirinya Perusahaan	56
4.1.2. Organisasi Perusahaan	57
4.1.3. Personalia	61
4.1.4. Pemasaran	62
4.1.5. Produksi	63
4.2. Uji Validitas dan Reliabilitas	66
4.2.1. Uji Validitas	66
4.2.2. Uji Reliabilitas	68
4.3. Analisis data	69
4.3.1. Analisis Data Deskripsi Karakteristik Responden	69
4.3.2. Analisis Data Deskriptif Variabel Penelitian	74
4.3.3. Analisis Multi Atribut (<i>Fishbein Models</i>)	107
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	112
5.1. Kesimpulan	112
5.2. Saran	114
DAFTAR PUSTAKA	116
LAMPIRAN	118

DAFTAR TABEL

Tabel :

4.1. Hasil Uji Validitas	67
4.2. Hasil Uji Reliabilitas	68
4.3. Status Pernikahan Responden	70
4.4. Distribusi Usia Responden	71
4.5. Jenis Pekerjaan Responden	72
4.6. Tingkat Pendidikan Responden	73
4.7. Sumber Informasi	74
4.8. Harapan dan Kinerja Kebersihan Ruangan	76
4.9. Harapan dan Kinerja Kenyamanan Parkir	77
4.10. Harapan dan Kinerja Penampilan kapster	78
4.11. Harapan dan Kinerja Teknologi Yang Digunakan	79
4.12. Harapan dan Kinerja Bukti Fisik	80
4.13. Gap Antara Nilai Harapan dan Kinerja Dari Setiap Indikator Dimensi Bukti Fisik	81
4.14. Harapan dan Kinerja Keahlian Kapster	83
4.15. Harapan dan Kinerja Kemanjuran Treatment	84
4.16. Harapan dan Kinerja Ketepatan Penanganan	85
4.17. Harapan dan Kinerja Kemampuan Memberi Solusi Terbaik	86
4.18. Harapan dan Kinerja Keandalan	87
4.19. Gap Antara Nilai Harapan dan Kinerja Dari Setiap Indikator Dimensi Keandalan	88
4.20. Harapan dan Kinerja Pemahaman Terhadap Kebutuhan Konsumen	90
4.21. Harapan dan Kinerja Pemahaman Terhadap Situasi Konsumen	91
4.22. Harapan dan Kinerja Keaktifan Kapster	92
4.23. Harapan dan Kinerja Kreativitas	93
4.24. Harapan dan Kinerja Ketanggapan	94
4.25. Gap Antara Nilai Harapan dan Kinerja Dari Setiap Indikator Dimensi Ketanggapan	95

4.26. Harapan dan Kinerja Jaminan Terhadap Keahlian Kapster	97
4.27. Harapan dan Kinerja Jaminan Atas Hasil Perawatan	97
4.28. Harapan dan Kinerja Jaminan Terhadap Manfaat Perawatan	98
4.29. Harapan dan Kinerja Jaminan	99
4.30. Gap Antara Nilai Harapan dan Kinerja Dari Setiap Indikator Dimensi Jaminan	100
4.31. Harapan dan Kinerja Jaminan Perlakuan Istimewa	102
4.32. Harapan dan Kinerja Kemampuan Mengingat Konsumen	103
4.33. Harapan dan Kinerja Kemampuan Memberikan Perhatian Khusus	104
4.34. Harapan dan Kinerja Perhatian	105
4.35. Gap Antara Nilai Harapan dan Kinerja Dari Setiap Indikator Dimensi Perhatian	106
4.36. Perhitungan Indeks Kepuasan Konsumen	108

DAFTAR GAMBAR

Gambar :

3.1. Diagram Kartesius Tingkat Kepuasan Konsumen	53
4.1. Struktur Organisasi Kirei Skin Care Yogyakarta	58
4.2. Diagram Kartesius Untuk Bukti Fisik	82
4.3. Diagram Kartesius Keandalan	89
4.4. Diagram Kartesius Ketanggapan	95
4.5. Diagram Kartesius Jaminan	101
4.6. Diagram Kartesius Perhatian	107
4.7. Diagram Kartesius Kualitas Pelayanan Secara Keseluruhan	109

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran :

1. Angket Penelitian	118
2. Data Hasil Uji Coba Angket Penelitian	123
3. Perhitungan Uji Validitas dan Reliabilitas	125
4. Data induk Hasil Penelitian	127
5. Perhitungan Tingkat Kepuasan	147