

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kinerja dan harapan konsumen mengenai kualitas pelayanan jasa Real7 Barbershop yang diharapkan oleh konsumen setelah menerima pelayanan dari Real7 Barbershop dan apa saja yang harus diperbaiki dalam pelayanan jasa yang diberikan oleh Real7 Barbershop.

Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan Teknik pengambilan sampel ini simple random sampling. Simple random sampling adalah desain pengambilan sampel dimana setiap elemen tunggal dalam populasi mempunyai peluang yang diketahui dan sama untuk terpilih sebagai subjek. Analisis data menggunakan Analisis Importance Performance.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa tingkat harapan konsumen terhadap kualitas pelayanan pada Real7 Barbershop Yogyakarta adalah sebesar 3,78 dan nilai tersebut dalam kondisi konsumen mempunyai harapan yang tinggi terhadap kualitas pelayanan Real7 Barbershop Yogyakarta sedangkan tingkat kinerja konsumen kualitas pelayanan pada Real7 Barbershop Yogyakarta adalah sebesar 4,15 dan nilai tersebut dalam kondisi konsumen menilai baik mengenai kualitas pelayanan Real7 Barbershop Yogyakarta. *Dari hasil analisis servqual seluruh item berada dalam gap positif sehingga konsumen puas terhadap kualitas layanan yang diberikan pegadaian. Secara keseluruhan, nilai servqual lima dimensi adalah positif, yang menunjukkan bahwa, kualitas keseluruhan layanan yang disediakan oleh perusahaan sudah memenuhi ekspektasi pelanggan.* Faktor-faktor yang harus diperbaiki adalah pada kuadran 1 yaitu kenyamanan ruang tunggu dan tingkat kebersihan yang baik.

Kata kunci: kualitas layanan, kepuasan konsumen, dan importance performance

Abstract

This research has a purpose to determine the performance and customers expectations about the service quality of Real7 Barbershop which expected by customers after receiving services from Real7 Barbershop and what should be improved in the services provided by Real7 Barbershop.

The samples are taken using simple random sampling method. Simple random sampling is a sampling design in which every single element in the population has a known and equal probability to be selected as a subject. Data analysis are in this research using Analysis of Importance Performance.

The results of this research prove that the level of customer expectations of service quality in Real7 Barbershop Yogyakarta is 3.78, where the value is in the condition of customers have high expectations of service quality in Real7 Barbershop Yogyakarta. While, the level of customer performance service quality in Real7 Barbershop Yogyakarta is 4.15, where the value is in good condition of the customer service quality at Real7 Barbershop Yogyakarta. From the servqual analysis results all items are in a positive gap so that customers are satisfied with the quality of services provided by Real7 Barbershop. Conclusively, the five-dimensional servqual value is positive, which indicated that, the overall quality of the service provided by the firm (Real7 Barbershop) meets customer expectations. Factors that must be modified are in quadrant 1, which is the comfort level of the waiting room and the level of cleanliness.

Keywords: *quality of service, customer satisfaction, importance performance*

LATAR BELAKANG MASALAH

Seiring pertumbuhan zaman dan meningkatnya taraf hidup masyarakat, maka gaya hidup masyarakat pun akan semakin berkembang. Hal ini membuat masyarakat semakin peduli dengan penampilan dan berlomba-lomba untuk memperbaiki penampilan mereka baik dari segi penampilan maupun gaya rambut yang mengikuti tren. Umumnya, hanya kaum perempuan yang dikenal suka mengganti gaya rambut, namun sekarang kaum laki-laki pun juga peduli dengan gaya rambut.

Dahulu, laki-laki hanya perlu ke tukang cukur dibawah pohon atau dipinggir jalan untuk memangkas rambut yang sering disebut dengan potong rambut Madura. Kini, tukang cukur dibawah pohon dan dipinggir jalan menjadi lebih modern dengan sebutan *barbershop*, namun dengan kualitas yang jauh lebih baik dari tukang cukur yang dipinggir jalan. Barbershop umumnya menampilkan nuansa maskulin yang kental, mulai dari sumber daya manusianya yang sangat ahli pada bidangnya dan mampu membuat konsumennya lebih percaya diri dengan diri mereka. Barbershop telah menjawab kebutuhan kaum laki-laki yang enggan memotong rambut dipinggir jalan dikarenakan kurang nyaman, selain itu dengan mereka yang enggan datang kesalon karena takut dianggap feminim.

Real7 Barbershop merupakan salah satu penyedia jasa bisnis pangkas rambut terbaik di Yogyakarta, meskipun baru berdiri pada tahun 2016. Potensi bisnis ini jelas besar karena kebutuhan untuk memangkas rambut adalah kegiatan yang pasti akan dilakukan oleh setiap orang secara periodik. Dalam kondisi persaingan yang ketat, hal utama yang harus diprioritaskan oleh Real7 Barbershop adalah kualitas pelayanan yang dapat memberikan kepuasan kepada konsumen. Kualitas pelayanan menjadi topik yang menarik untuk dikaji, dikarenakan kualitas pelayanan dapat menentukan kepuasan konsumen atas

produk yang ditawarkan, sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi perusahaan.

Dengan semakin banyaknya barbershop yang menyediakan pelayanan yang sama seperti, Arfa Barbershop, Pump-Pump Barbershop, Spyder Barbershop, tetapi Real7 Barbershop menjadi salah satu pilihan remaja, dibandingkan dengan barbershop lainnya. Banyak remaja daerah Condong Catur memilih Real7 Barbershop karena harga yang terjangkau tetapi dengan kualitas yang tidak kalah saing dengan barbershop lainnya.

RUMUSAN MASALAH

1. Bagaimana kinerja dan harapan konsumen mengenai kualitas pelayanan jasa Real7 Barbershop yang diharapkan oleh konsumen setelah menerima pelayanan dari Real7 Barbershop?
2. Faktor apa saja yang harus diperbaiki dalam pelayanan jasa yang diberikan oleh Real7 Barbershop?

TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk mengetahui kinerja dan harapan mengenai kualitas pelayanan Real7 Barbershop yang diharapkan konsumen setelah menerima pelayanannya.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang harus diperbaiki dalam pelayanan Real7 Barbershop.

PENELITIAN TERDAHULU

Abubakar dan Amelia Nani Siregar yang meneliti tentang Kualitas Pelayanan Penyuluhan Pertanian dan Kepuasan Petani dalam Penanganan dan Pengolahan Ubi Jalar.

Populasi pada penelitian ini adalah petani ubi jalar yang berasal dari 4 desa (Ciaruten Udik, Cimanggu, Cibato, dan Situ Udik) Kecamatan Cibungbulang, Kabupaten Bogor, Provinsi Jawa Barat. Jumlah sampel yang digunakan adalah 30 responden. Metode pengambilan sample yang digunakan pada penelitian ini adalah melalui pengisian kuisioner non test dan wawancara dengan petani responden. Metode analisis yang digunakan adalah semantik diterensial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan penyuluhan pertanian di Kecamatan Cibungbulang, Kabupaten Bogor lebih rendah dibandingkan tingkat kepentingan petani, sehingga petani belum merasa puas dengan layanan penyuluhan pertanian tentang penanganan dan pengolahan hasil ubi jalar.

Penelitian terdahulu karya Januarisya, Edy Yulianto dan Andrian Kusumawati dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah dan Dampaknya Pada Loyalitas Nasabah (Studi Pada Nasabah Tabungan Bank BCA KCU Pusa t Kota Malang). Populasi dalam penelitian ini adalah semua nasabah Bank BCA yang memiliki rekening Bank BCA atas nama sendiri. Teknik pengambilan sample dengan menggunakan metode Purposive Sampling. Jumlah sample yang akan digunakan adalah 134 responden. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan Analisis Deskripsi dan Analisa Jalur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah. Hal tersebut berarti bahwa apabila nasabah merasa puas dengan segala aspek yang ada baik mengenai produk hingga pelayanan yang diberikan Bank BCA, maka hal tersebut akan meningkatkan loyalitas nasabah terhadap produk dan jasa dari Bank BCA.

Penelitian terdahulu karya Farisky Yudiatma dan Rahayu Triastity dengan judul Pengaruh Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Arfa Barbershop di Surakarta.

Pengambilan sample responden dilakukan dengan metode Convenience Sampling, respondeng yang diambil yang pernah menggunakan jasa Arfa Barbershop yang berusia 17 tahun ke atas. Ada 100 responden yang digunakan dalam penelitian ini. Uji validitas dan uji reliabilitas menunjukan bahwa semua variable dalam penelitian ini adalah valid dan realibel. Data diolah menggunakan persamaan regresi beserta interpretasinya yaitu $Y = 4,176 + 0,026 + 0,291 + 0,187 + 0,106 + 0,192$. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variable keandalan merupakan variable yang dominan pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen Arfa Barbershop di Surakarta karena koefisien regresi variabelnya paling besar.

Penelitian terdahulu karya Juwita Elisabet Poluan, William A. Areros dan Aneke Y Punuindoong dengan judul Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Golden Supermarket Manado. Populasinya adalah konsumen Golden Supermarket Manado. Sampel yang diambil sebanyak 50 responden yang menjadi pelanggan Golden Supermarket Manado (32 wanita dan 18 pria). Teknik pengambilan sampel secara random. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan Responsiveness merupakan variabel yang menunjukkan keinginan dan kemauan karyawan Golden Supermarket dalam memberikan pelayanan kepada konsumen. Terdapat juga hubungan yang positif dan sedang antara variabel kualitas pelayanan dengan citra perusahaan.

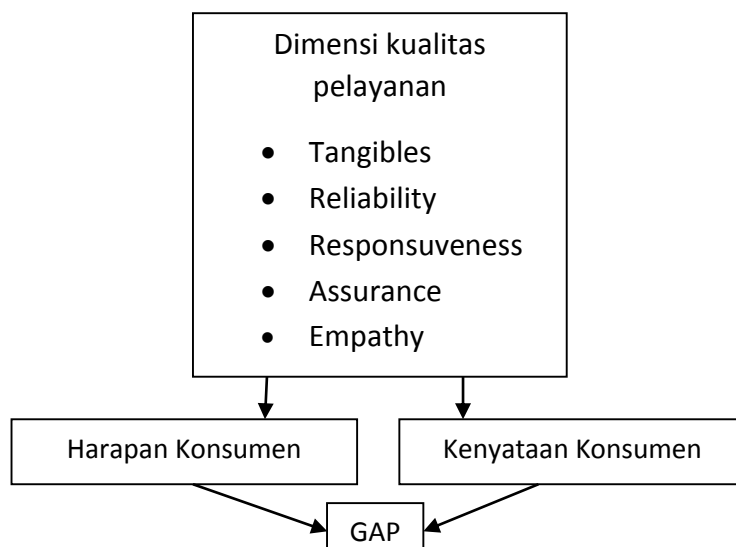
Penelitian terdahulu karya Robby Nur Akbar, Zainul Arifin dan Sunarti dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada nasabah prioritas PT AIA Financial cabang Malang, Jawa Timur). Pengambilan sampel menggunakan purposive sampling, jadi ada 75 orang yang menjadi responden. Data diolah menggunakan analisis regresi linear berganda, yaitu $\text{sig } F(0,00) < \alpha = 0,05$ kemudian

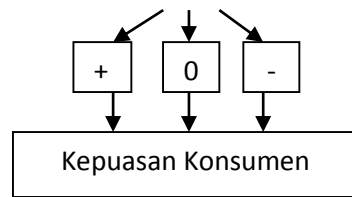
analisis regresi parsial $Y = 0,215 (x^1) + 0,262 (x^2) + 0,294 (x^3) + 0,237 (x^4) + 0,363 (x^5)$. Hasil penelitian menunjukkan variabel bebas berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan.

Penelitian terdahulu karya Fadma Yulianti dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan pada Bank Panin TBK KCP A. Yani Banjarmasin. Sampel dalam penelitian ini menggunakan simple random sampling dengan jumlah 93 orang. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis uji F statistik dan uji T statistik. Hasil penelitian menunjukkan dimensi kualitas pelayanan secara simultan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Panin Tbk. KCP A. Yani, Banjarmasin, karena F hitung (39,898) lebih besar dari F table (2,319) atau sig. F = 0,000 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$.

KERANGKA PEMIKIRAN

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini sebagai berikut :





HIPOTESIS PENELITIAN

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori. Hipotesis dirumuskan atas dasar kerangka yang merupakan jawaban sementara atas masalah yang dirumuskan. Untuk penelitian ini penulis membuat hipotesis, yaitu :

1. Diduga untuk mengetahui kinerja dan harapan mengenai kualitas pelayanan Real7 Barbershop yang diharapkan konsumen setelah menerima pelayanannya.
2. Diduga untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang harus diperbaiki dalam pelayanan Real7 Barbershop.

VARIABEL PENELITIAN dan DEFENISI OPRASIONAL

Variabel dalam penelitian ini adalah variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen (bebas) adalah variabel yang mempengaruhi variabel terikat. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas terdiri dari lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu

- : Tangible
- : Reliability

- : Responsiveness
- : Assurance
- : Emphaty

Sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah

- : Kepuasan Konsumen
- : Minat Kembali lagi

ANALISIS SERVQUAL

Mengukur kualitas pelayanan berarti mengevaluasi pelayanan dengan seperangkat standar yang telah ditetapkan terlebih dahulu. Metode Servqual dimaksudkan untuk mengukur kualitas pelayanan melalui perbedaan (gap) harapan pelanggan dengan kualitas pelayanan. Metode ini terdiri dari dua langkah utama, yaitu mendapatkan persepsi pelanggan atas kualitas pelayanan yang diberikan dan harapan pelanggan atas kualitas pelayanan. Servqual gap dihitung dengan rumus. Hasil analisis Servqual dibedakan dalam tiga kategori sebagai berikut: Gap skor nol, menunjukkan bahwa skor harapan pelanggan sama dengan skor kualitas pelayanan. Gap skor negatif, menunjukkan bahwa skor harapan pelanggan lebih besar dari skor kualitas pelayanan. Gap skor positif, menunjukkan bahwa skor kualitas pelayanan lebih besar dari skor harapan pelanggan. Kondisi ini menunjukkan rasa puas pelanggan.

ANALISIS IMPORTANCE PERFORMANCE

Analisis Importance Performance pertama kali dikenalkan oleh Martila dan James pada 1977 (Purnama, 2006, hal 162). Analisis ini digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan dengan mengukur tingkat harapan dimensi kualitas pelayanan dan mengukur kualitas pelayanan yang dirasakan pelanggan.

Pengukuran tersebut menggunakan *Importance Performance Analysis* atau analisis tingkat harapan dan kualitas pelayanan.

Tabel 4.12
Hasil Analisis Serqual

Atribut	Kinerja (X)	Harapan (Y)	Gap	Keterangan
Tangibles				
Real7 Barbershop Yogyakarta memiliki ruang tunggu yang nyaman	4.15	3,84	0,31	Baik
Real7 Barbershop Yogyakarta memiliki kemudahan tempat / lokasi untuk di cari	4.21	3,90	0,31	Baik
Real7 Barbershop Yogyakarta memiliki kebersihan yang baik	4.12	3,81	0,31	Baik
Real7 Barbershop Yogyakarta memiliki perlengkapan yang modern	4.19	3,79	0,40	Baik
Real7 Barbershop Yogyakarta memiliki Sarana parkir yang memadai	4,16	3,75	0,41	Baik
Rata-Rata	4,17	3,82	0,35	Baik
Reliability				
Pelayanan yang diberikan Real7 Barbershop Yogyakarta tepat waktu	4.24	3,83	0,41	Baik
Karyawan Real7 Barbershop Yogyakarta memberikan pelayanan dengan segera	4.20	3,81	0,39	Baik
Karyawan Real7 Barbershop Yogyakarta dapat diandalkan dalam menangani masalah layanan konsumen	4.20	3,83	0,37	Baik
Karyawan Real7 Barbershop Yogyakarta memberikan Kemudahan dalam memilih model rambut	4.22	3,87	0,35	Baik
Karyawan Real7 Barbershop Yogyakarta memberikan Ketepatan dalam mencukur	4,21	3,80	0,41	Baik
Rata-Rata	4,21	3,83	0,38	Baik
Responsiveness				
Karyawan Real7 Barbershop Yogyakarta menanggulangi keluhan konsumen dengan cepat dan tepat	4.17	3,76	0,41	Baik

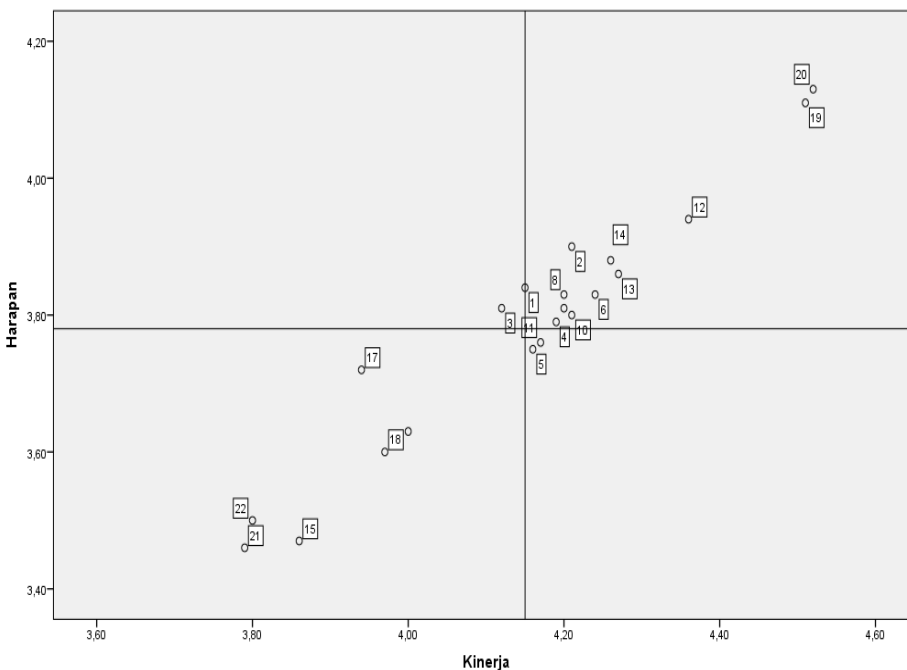
Atribut	Kinerja (X)	Harapan (Y)	Gap	Keterangan
Karyawan Real7 Barbershop Yogyakarta bersedia membantu konsumen memberikan bantuan	4,36	3,94	0,42	Baik
Staff/karyawan cepat dan tepat dalam memberikan informasi yang dibutuhkan konsumen	4,27	3,86	0,41	Baik
Staff/karyawan dapat bekerjasama dengan konsumen	4,26	3,88	0,38	Baik
Rata-Rata	4,27	3,86	0,41	Baik
Assurance				
Karyawan Real7 Barbershop Yogyakarta profesional	3,86	3,47	0,39	Baik
Karyawan Real7 Barbershop Yogyakarta dapat dipercaya	4,00	3,63	0,37	Baik
Memberikan pelayanan yang ramah dan sopan terhadap konsumen	3,94	3,72	0,36	Baik
Karyawan menggunakan bahasa yang komunikatif dan mudah di mengerti konsumen	3,97	3,60	0,34	Baik
Rata-rata	3,97	3,61	0,36	Baik
Emphaty				
Karyawan Real7 Barbershop Yogyakarta memberikan perhatian kepada konsumen	4,51	4,11	0,40	Baik
Karyawan Real7 Barbershop Yogyakarta memberikan pelayanan dan komunikasi yang sama kepada semua konsumen tanpa terkecuali	4,52	4,13	0,39	Baik
Karyawan Real7 Barbershop Yogyakarta berusaha mengerti keinginan dan kebutuhan konsumen	3,79	3,46	0,33	Baik
Karyawan Real7 Barbershop yang jujur	3,80	3,50	0,30	Baik
Rata-Rata	4,15	3,80	0,35	Baik
Rata-rata Total	4,15	3,78	0,37	Baik

Sumber : Data Diolah

Analisis ini dilakukan untuk mengukur kesenjangan antara harapan pelanggan dan persepsi mereka terhadap perusahaan, berdasarkan 22 item atau atribut yang berkaitan dengan kualitas pelayanan. Dalam perhitungan skor servqual, 22 pernyataan dalam kuesioner yang mewakili

harapan dan pernyataan persepsi dikelompokkan dan dihubungkan sesuai dengan lima dimensi seperti yang disebutkan sebelumnya.

Dalam tabel, nilai gap positif menunjukkan bahwa pelanggan merasa bahwa tingkat layanan yang disediakan oleh perusahaan memenuhi harapan mereka. Di sisi lain, nilai gap positif menunjukkan bahwa pelanggan merasa bahwa tingkat kualitas pelayanan melebihi harapan mereka. Sebuah perbandingan persepsi konsumen mengenai kualitas layanan dengan harapan mereka, menunjukkan perbedaan yang signifikan secara statistik pada semua 22 item pertanyaan. Dari hasil analisis servqual seluruh item berada dalam gap positif sehingga konsumen puas terhadap kualitas layanan yang diberikan. Secara keseluruhan, nilai servqual lima dimensi adalah positif, yang menunjukkan bahwa, kualitas keseluruhan layanan yang disediakan oleh perusahaan sudah memenuhi ekspektasi pelanggan.



Gambar 2.1

Analisis Diagram Kartesius

Penjelasan masing-masing kuadran adalah sebagai berikut :

1. Kuadran A (concentrate here)

Ini adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan, tapi kenyataannya faktor-faktor ini belum sesuai seperti yang pelanggan harapkan (tingkat kepuasan yang diperoleh masih rendah). Variabel-variabel yang masuk kuadran ini harus ditingkatkan. Caranya adalah perusahaan melakukan perbaikan secara terus menerus sehingga *performance* variabel yang ada dalam kuadran ini akan meningkat. Indikator-indikator yang masuk dalam kuadran ini adalah Real7 Barbershop Yogyakarta memiliki ruang tunggu yang nyaman dan Real7 Barbershop Yogyakarta memiliki kebersihan yang baik.

2. Kuadran B (keep up the good work)

Ini adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan dan faktor-faktor yang dianggap oleh pelanggan sudah sesuai dengan yang dirasakannya sehingga tingkat kepuasannya relatif lebih tinggi. Variabel-variabel yang masuk kuadran ini harus tetap dipertahankan karena semua variabel ini menjadikan produk/jasa tersebut unggul di mata pelanggan. Indikator-indikator yang masuk dalam kuadran ini adalah Real7 Barbershop Yogyakarta memiliki kemudahan tempat / lokasi untuk di cari, Real7 Barbershop Yogyakarta memiliki perlengkapan yang modern, Pelayanan yang diberikan Real7 Barbershop Yogyakarta tepat waktu, Karyawan Real7 Barbershop Yogyakarta dapat diandalkan dalam menangani masalah layanan konsumen, Karyawan Real7 Barbershop Yogyakarta memberikan Ketepatan dalam mencukur.

Karyawan Real7 Barbershop Yogyakarta bersedia membantu konsumen memberikan bantuan, Staff/karyawan cepat dan tepat dalam memberikan informasi yang dibutuhkan konsumen, Staff/karyawan dapat bekerjasama dengan konsumen, Karyawan Real7 Barbershop Yogyakarta memberikan pelayanan dengan segera, Karyawan Real7 Barbershop Yogyakarta memberikan

perhatian kepada konsumen, dan Karyawan Real7 Barbershop Yogyakarta memberikan pelayanan dan komunikasi yang sama kepada semua konsumen tanpa terkecuali.

3. Kuadran 3 (low priority)

Ini adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting dan pada kenyataannya kinerjanya tidak terlalu istimewa. Peningkatan variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran ini dapat dipertimbangkan kembali karena pengaruhnya terhadap manfaat yang dirasakan oleh pelanggan sangat kecil. Indikator-indikator yang masuk dalam kuadran ini adalah Memberikan pelayanan yang ramah dan sopan terhadap konsumen, Karyawan menggunakan bahasa yang komunikatif dan mudah di mengerti konsumen, Karyawan Real7 Barbershop Yogyakarta profesional, Karyawan Real7 Barbershop Yogyakarta berusaha mengerti keinginan dan kebutuhan konsumen dan Karyawan Real7 Barbershop yang jujur.

4. Kuadran 4 (possible overkill)

Ini adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan dirasakan terlalu berlebihan. Variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran ini dapat dikurangi agar perusahaan dapat menghemat biaya. Indikator-indikator yang masuk dalam kuadran ini adalah Karyawan Real7 Barbershop Yogyakarta menanggulangi keluhan konsumen dengan cepat dan tepat dan Real7 Barbershop Yogyakarta memiliki Sarana parkir yang memadai.

KESIMPULAN dan SARAN

Berdasarkan hasil penelitian seperti yang telah diuraikan pada bab sebelumnya dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu :

1. Tingkat harapan konsumen terhadap kualitas pelayanan pada Real7 Barbershop Yogyakarta adalah sebesar 3,78 dan nilai tersebut dalam kondisi konsumen mempunyai harapan yang baik terhadap kualitas pelayanan Real7 Barbershop Yogyakarta sedangkan tingkat kinerja konsumen kualitas pelayanan pada Real7 Barbershop Yogyakarta adalah sebesar 4,15 dan nilai tersebut dalam kondisi konsumen menilai baik mengenai kualitas pelayanan Real7 Barbershop Yogyakarta
2. Dari hasil analisis servqual seluruh item berada dalam gap positif sehingga konsumen puas terhadap kualitas layanan yang diberikan. Secara keseluruhan, nilai servqual lima dimensi adalah positif, yang menunjukkan bahwa, kualitas keseluruhan layanan yang disediakan oleh perusahaan sudah memenuhi ekspektasi pelanggan.
3. Faktor-faktor yang harus diperbaiki adalah pada kuadran 1 yaitu kenyamanan ruang tunggu dan tingkat kebersihan yang baik.

Berdasar kesimpulan di atas, selanjutnya dapat diusulkan saran yang diharapkan akan bermanfaat bagi perusahaan yang melakukan restrukturisasi.

1. Dengan adanya pengaruh dimensi-dimensi kualitas pelayanan seperti seperti Bukti Langsung (*Tangibles*), Keandalan (*Reliability*) Daya Tangap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), dan Empati (*Empathy*) terhadap kepuasan konsumen maka pihak perusahaan perlu meningkatkan kualitas pelayanan mereka baik dalam hal Bukti Langsung (*Tangibles*), Keandalan (*Reliability*) Daya Tangap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), dan Empati (*Empathy*).
2. Dari hasil analisis dapat disimpulkan bahwa kenyamanan ruang tunggu dan tingkat kebersihan yang baik merupakan variabel yang paling rendah berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan hal tersebut, maka perusahaan harus meningkatkan kenyamanan ruang tunggu dan tingkat kebersihan yang baik.

DAFTAR PUSTAKA

- A.Parasuraman., V.A. Zeithhaml, & LL. Berry, 1996, "The Behavioral Consequences
- A.Parasuraman., V.A. Zeithhaml, & LL. Berry, 1998, Servqual: A Multiple Item Scale for Measuring Customer Perception of Service Quality, Journal of Retailing, Vol 64
- A.Parasuraman., Zeithhaml, V.A., and Berry, L.L. 1985, "A Conceptual Model of SQ and Its Implications for Future Research," in: Journal of Marketing, pp. 41 – 50
- Abubakar dan Amelia Nani Siregar, 2009, Kualitas Pelayanan Penyuluh Pertanian dan Kepuasan Petani dalam Penanganan dan Pengolahan Hasil Ubi Jalar
- Fadma Yulianti, 2013, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan pada BANK Panin TBK KCP A. Yani Banjarmasin
- Farizky Yudiantma dan Rahayu Triastity, 2015, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Arfa Barbershop di Surakarta
- Garvin, D. A. (1987). Managing Quality. New York: The Free Press.
- Gaspersz, Vincent. 2004. Production Planning and Inventory Control. PT Gramedia Pustaka Umum. Jakarta
- Januarisya Respati, Edy Yulianto, Andriani Kusumawati, Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah dan Dampaknya pada Loyalitas Nasabah (Studi Pada Nasabah Tabungan BANK BCA KCU Pusat Kota Malang)
- Juwita Elisabeth Poluan, William A. Areros, Aneke Y Punuindoong, Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Golden Supermarket Manado
- Kotler, Philip (2005). Manajemen Pemasaran, diterjemahkan oleh Benyamin Molan. Edisi 11, jilid 1, PT. Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.
- Purnama, N. (2006). Manajemen Kualitas Perspektif Global. Edisi 1. Yogyakarta: Ekonisia
- Purnama, Nursya'bani; Manajemen Kualitas, Perspektif Global; Ekonisia; 2006; Yogyakarta

Robby Nur Akbar, Zainul Arifin, Sunarti, 2016, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Study pada Nasabah Prioritas PT. AIA Financial cabang Malang, Jawa Timur)

Tjiptono, F dan Chandra, G. 2009. Service Quality, Satisfaction, Yogyakarta: Andi.

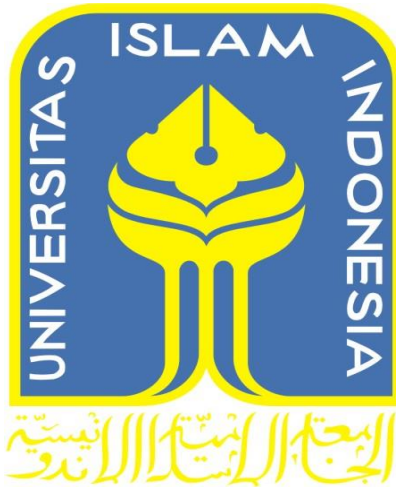
Widiyanto, Ibnu. 2008. Pointers : Metodologi Penelitian. Semarang: BP Undip, p.126

Yamit, Zulian. (2001) , Manajemen kualitas produk dan jasa, Yogyakarta : Ekonisia

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN REAL7
BARBERSHOP YOGYAKARTA**

JURNAL

Ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna memperoleh gelar sarjana Strata- 1
di Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia



Disusun oleh :

Nama : Werdyan Indra Ardiansa

Nomor Mahasiswa : 13311190

Program Studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Operasional

PRODI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

2017