

**Evaluasi Kualitas Layanan dengan Pendekatan SERVQUAL dan
Importance Performance Analysis pada Flaurent Salon Yogyakarta**
JURNAL



Ditulis oleh :

Nama : Meita Qorina Sabila
Nomor Mahasiswa : 14311056
Jurusan : Manajemen
Bidang Kosentrasi : Operasional

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA
2017/2018

**Evaluasi Kualitas Layanan dengan Pendekatan SERVQUAL dan Importance
Performance Analysis pada Flaurent Salon 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 : Meita Qorina Sabila
NIM : 14311056
Jurusan : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Operasional

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA
T.A 2017/2018

**Evaluasi Kualitas Layanan dengan Pendekatan SERVQUAL dan Importance
Performance Analysis pada Flaurent Salon Yogyakarta**

Nama : Meita Qorina Sabila
No.Mahasiswa : 14311056
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Operasional



Yogyakarta, 14 Januari 2018

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Dosen Pembimbing,

Mochammad Nasito, Drs.,MM.,

Evaluasi Kualitas Layanan dengan Pendekatan SERVQUAL dan Importance Performance Analysis pada Flaurent Salon Yogyakarta

Meita Qorina Sabila

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam

Indonesia Email : meitasabila@gmail.com

Abstrak - Penelitian ini dilatar belakangi oleh persaingan perusahaan dalam jasa kecantikan Yogyakarta yang semakin banyak bermunculan, namun perusahaan terkadang kurang memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan dalam pandangan konsumen. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengevaluasi pelayanan terhadap kinerja perusahaan. Dengan menjamurnya salon kecantikan saat ini, konsumen juga sangat kritis dengan kualitas pelayanan jasa yang diberikan oleh salon-salon tersebut. Seberapa besarkah pelayanan salon yang dapat diberikan dengan meningkatkan kinerja perusahaan tersebut, dengan variable penelitiannya yaitu kualitas pelayanan/ jasa, tingkat harapan, tingkat persepsi. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu customer Flaurent Salon Yogyakarta. Dengan menggunakan analisis GAP menggunakan metode *service quality (servqual)* .

Kata Kunci : kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan Kinerja Perusahaan.

Abstract - *This research is based on the competition of companies in Yogyakarta beauty services that are increasingly emerging, but companies sometimes pay less attention to the quality of service provided in the consumer's view. The purpose of this research is to evaluate service to company performance. With the proliferation of beauty salons today, consumers are also very critical with the quality of services provided by the salons. How big is salon service that can be given by improving company performance, with research variable is service / service quality, expectation level, perception level. The population used in this research is Flaurent Salon Yogyakarta. By using GAP analysis using service quality (servqual).*

Keywords: service quality, customer satisfaction, and Company Performance

I. PENDAHULUAN

Pada saat ini masyarakat Global khususnya di Indonesia semakin merasakan dampak dari keterbukaan arus informasi, hal ini menjadikan gaya hidup masyarakat meningkat seperti halnya kecantikan. Kecantikan adalah hal yang utama bagi sebagian besar wanita. Ditengah-tengah kesibukan dan berbagai aktivitas, kaum wanita tetap meluangkan waktunya untuk merawat diri agar tetap terlihat cantik. Kebanyakan dari para wanita saat ini lebih memilih untuk melakukan perawatan di salon kecantikan dibanding dengan melakukan perawatan sendiri dirumah. Hal ini membuka peluang lebar bagi perusahaan untuk menawarkan jasa perawatan kecantikan seperti Flaurent Salon.

Flaurent Salon adalah sebuah salon khusus wanita yang menawarkan berbagai macam rangkaian perawatan, mulai dari perawatan rambut, perawatan wajah, dan perawatan tubuh. Flaurent Salon berdiri sejak tahun 2006. Saat ini Flaurent Salon memiliki sekitar 30-50 karyawan di setiap cabangnya dan telah memiliki 5 cabang di Yogyakarta, yaitu di Jalan Kaliurang, Gejayan, Jalan Beo, Paingan, Seturan, dan kota baru (www.flarentsalon.com).

Dengan menjamurnya salon kecantikan saat ini, konsumen juga sangat kritis dengan kualitas pelayanan jasa yang diberikan oleh salon-salon tersebut. Dari kelengkapan pelayanan mulai dari potong rambut, spa, *hair coloring*, *rebonding* atau pelurusan rambut, *Creambath*, *manicure-padicure*, dan lain-lain.

Kotler (2002) mengemukakan bahwa “kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/ kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya”. Engel et al. (1990) dalam Tjiptono (2000) menyatakan bahwa “kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil tidak memenuhi harapan. Kepuasan/ketidakpuasan terjadi ketika pelanggan melakukan evaluasi atas harapan dengan kinerja/ hasil yang diterimanya. Beberapa pakar dan hasil penelitian sebelumnya menyebutkan bahwa faktor penentu kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan dan harga”.

Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan harapan dapat memberikan manfaat baik dalam akademis dan taktis, diantaranya adalah :

Manfaat dari penelitian ini antara lain adalah:

1. Bagi Peneliti

Sebagai alat untuk mempraktekkan teori-teori yang telah diperoleh selama perkuliahan sehingga penulis dapat menambah pengetahuan secara praktis dan wawasan mengenai masalah-masalah yang dihadapi oleh perusahaan.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi berupa kekurangan dan kelebihan yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam upaya memberikan pelayanan sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan Flaurent Salon Yogyakarta.

3. Bagi masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan atau sumber informasi tambahan.

II. METODE PENELITIAN

Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang dilakukan oleh peneliti yaitu metode angket (kuisisioner). Metode pengambilan sample dilakukan dengan cara Kuesioner yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan beberapa pertanyaan tertulis pada responden.

Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel dan definisi operasional variable digunakan untuk memudahkan penelitian dan membuat persamaan persespi tentang variabel yang digunakan. Variabel dalam penelitian ini mengacu pada pendapat Parasuraman et al, (1985) mengenai dimensi kualitas pelayanan yaitu :

1. Bukti Langsung (Tangibles), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi, misalnya kenyamanan ruang tunggu, teknologi yang sudah dimiliki, Kondisi gedung yang bersih.

2. Keandalan (Reliability), kemampuan dalam memberikan pelayanan dengan segera dan memuaskan serta sesuai dengan yang telah dijanjikan.
3. Daya Tangap (Responsiveness), merupakan keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
4. Jaminan (Assurance), yaitu mencakup kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko ataupun keraguan.
5. Empati (Empathy), meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian dengan tulus terhadap kebutuhan pelanggan.

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji validitas dengan metode ini dilakukan dengan cara mengkorelasikan skor jawaban yang diperoleh pada masing-masing item dengan skor total dari keseluruhan item. Hasil korelasi tersebut harus signifikan berdasarkan ukuran statistik tertentu dengan menetapkan taraf α sebesar 5%. Setiap item dikatakan valid jika memiliki nilai korelasi lebih besar dari r table $n=30$ dan $\alpha = 5\%$ atau r hitung $>$ r table. Pada penelitian ini semua nilai variabel penelitian memiliki nilai r hitung $>$ r table. Dengan demikian dapat dikatakan semua indikator valid.

Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulang dua kali atau lebih” (Supardi, 2005). Dalam setiap penelitian adanya kesalahan pengukuran ini cukup besar. Karena itu, untuk mengetahui hasil pengukuran yang sebenarnya, kesalahan pengukuran itu sangat diperhitungkan. Dalam penelitian ini dilakukan pengujian reliabilitas dengan menggunakan koefisien Cronbach Alpha (α). Berdasarkan hasil penelitian ini diperoleh hasil bahwa semua nilai Cronbach Alpha (α) lebih dari 0.6. maka dapat dikatakan bahwa semua variabel reliabel.

Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif dalam penelitian ini menjelaskan profil Konsumen Flarent Salon Yogyakarta berdasarkan karakteristik responden. Karakteristik responden yang dianalisis

dalam penelitian ini meliputi data jenis kelamin, umur, kualifikasi pekerjaan dan tingkat pendidikan, dan tingkat penghasilan.

Metode *Servqual* (GAP)

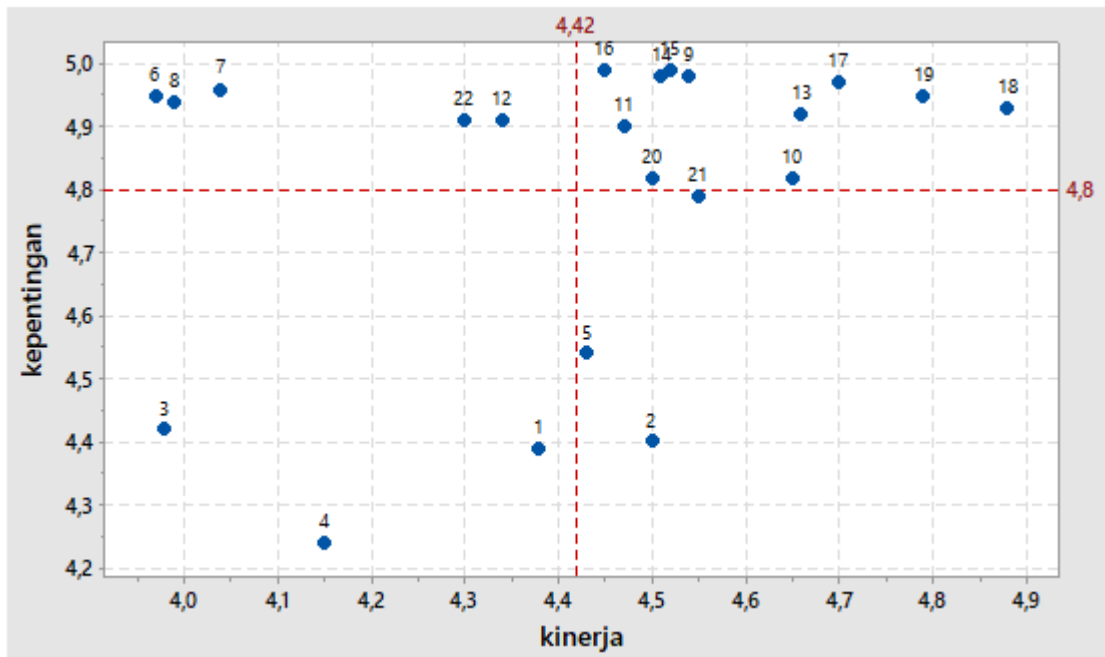
Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode *Servqual*. Metode *Servqual* dimaksudkan untuk mengukur kualitas pelayanan melalui perbedaan (gap) harapan pelanggan dengan persepsi konsumen. Berdasarkan hasil penelitian ini diperoleh hasil bahwa hasil indikator-indikator kualitas pelayanan yang perlu diperbaiki oleh *Flaurent salon*. Indikator-indikator tersebut dapat diketahui dengan melihat hasil gap negative pada semua indikator kecuali indikator *Flaurent Salon* selalu bersih dengan nilai gap adalah 0,10. Nilai ini mengindikasikan bahwa secara keseluruhan layanan yang disediakan oleh *Flaurent* belum memenuhi ekspektasi pelanggan.

Importance and Performance Analysis (IPA)

IPA adalah suatu rangkaian atribut layanan yang berkaitan dengan layanan khusus dievaluasi berdasarkan tingkat kepentingan masing-masing atribut menurut konsumen dan bagaimana layanan dipersepsikan kinerjanya relatif terhadap masing-masing atribut. “Analisis ini digunakan untuk membandingkan antara penilaian konsumen terhadap tingkat kepentingan dari kualitas layanan (importance) dengan tingkat kinerja kualitas layanan (performance)” (Purnama, 2006). Rata-rata hasil penilaian keseluruhan konsumen kemudian digambarkan ke dalam Importance-Performance Matrix atau sering disebut Diagram Kartesius, dengan sumbu absis (X) adalah tingkat kinerja dan sumbu ordinat (Y) adalah tingkat kepentingan. Rata-rata tingkat kinerja dipakai sebagai cut-off atau pembatas kinerja tinggi dan kinerja rendah, sedangkan rata-rata tingkat kepentingan dipakai sebagai cut-off tingkat kepentingan tinggi dengan tingkat kepentingan rendah. Berikut adalah hasil diagram IPA untuk mengukur kualitas pelayanan *Flaurent salon*.

Gambar 4.1

Hasil Importance and Performance Analysis (IPA)



Hasil ini mengindikasikan bahwa mayoritas indikator dalam kualitas pelayanan berada dalam kuadran C, jika indikator yang masuk dalam kuadran ini menunjukkan bahwa indikator-indikator yang dianggap penting oleh pelanggan dan faktor-faktor yang dianggap oleh pelanggan sudah sesuai dengan yang dirasakannya sehingga tingkat kepuasannya *relative* lebih tinggi. Variabel-variabel yang masuk kuadran ini harus tetap dipertahankan karena semua variabel ini menjadikan produk/jasa tersebut unggul di mata pelanggan. Meskipun hasil analisis Gap menunjukkan hasil yang negatif namun berdasarkan hasil analisis IPA diperoleh hasil bahwa mayoritas indikator kualitas pelayanan sudah cukup meningkatkan kepuasan pelanggan walaupun belum dirasa maksimal.

V. PENUTUP

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kinerja pegawai pada kebutuhan pelanggan pada Flaurent salon secara keseluruhan memiliki nilai negatif untuk *tangible* sebesar -0,10, *reliability* sebesar -0,82, *responsiveness* sebesar -0,36, *assurance* sebesar -0,36 dan *emphaty* sebesar -0,44. Nilai

tersebut menyimpulkan bahwa tingkat kinerja pegawai belum memenuhi kebutuhan konsumen. Nilai ini mengindikasikan bahwa meskipun kualitas pelayanan Flaurent salon sudah dikatakan baik namun secara keseluruhan layanan yang disediakan oleh Flaurent belum sepenuhnya mampu memenuhi ekspektasi pelanggan.

2. Faktor-Faktor yang harus diperbaiki dan ditingkatkan oleh Flaurent salon adalah Ruang tunggu pada Flaurent Salon nyaman, Flaurent Salon selalu bersih dan Flaurent Salon terdapat kamar ganti yang nyaman, Therapist Flaurent Salon memberikan tanggapan yang baik pada konsumen dan Karyawan Flaurent Salon bersikap ramah dan sopan.

SARAN

Adapun saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini adalah:

1. Berdasarkan hasil penelitian ini disarankan agar flaurent lebih memperhatikan kualitas pelayanan dengan cara memberikan pelatihan kepada pegawai.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan menambah responden dengan obyek penelitian ditempat cabang Flaurent yang berbeda, guna mengetahui gambaran umum secara keseluruhan.

DAFTAR PUSTAKA

- Djarwanto PS, dan Pangestu Subagyo, (1993), Statistik Induktif, BPFE Yogyakarta
- Engel, J.F.; et al, (1990); consumer behavior, 6th ed, Chicago : The Dryden Press.
- Kotler, Philip. 2000. Marketing Management: Edisi Milenium, International Edition. Prentice Hall. International, Inc, New Jersey.
- Kotler, Philip. (2000). Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasidan Control. Terjemahan. Edisi kedelapan, jilid I, Penerbit Prenhallindo, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2001. Manajemen Pemasaran di Indonesia, Salemba Empat,. Jakarta.
- Kotler, Phillip dan Gary Amstrong. 2001. Prinsip-Prinsip Pemasaran, jilid 2, edisi ke-8, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Irawan, Faried, 1997, Pemasaran Prinsip dan Kasus Edisi kedua, BPFE, Yogyakarta.
- Rambat, Lupiyoadi, dan A. Hamdani. 2006. Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi Kedua. Jakarta; Salemba Empat.
- Shafiq et.al (2013) “*Impact of Service Quality on Customer Satisfaction: A Study of Hotel Industry of Faisalabad*”
- Tjiptono Fandy, 2002, Manajemen Jasa, Edisi kedua, Cetakan ke 3, Penerbit Andi Yogyakarta
- Purnama, N. 2006. Manajemen Kualitas Perspektif Global. Edisi 1. Yogyakarta: Ekonisia
- Parasuraman, A. A. Zeithaml, V., and L. Berry, L. 1995. “A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research”. Journal of Marketing. Vol. 49 (fall).
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A dan Berry, L.L., 1994, “Reassessment of Expectations as a Comparison Standart in Measuring Service Quality: Implication for Futher Research”

Journal of Marketing, January, 111:124.

Parasuraman, A, Leonard L. Berry, And Valarie A. Zeithml. 1985. A Conceptual Model Of Services Quality And Its Implications For Future Research. Journal Of Marketing, Vol. 49, P.41-50 (Ariyani dan Rosinta, 2010: 115)

Yamit, Yulian. 2005. Manajemen Kualitas Produk dan Jasa. Edisi Pertama, cetakan keempat, Penerbit Ekonisia Kampus Fakultas Ekonomi UII Yogyakarta

Zeithaml, Valerie A., Leonard Berry, and A. Parasuraman. 1996. The Behavioral Consequence Of service quality

www.flarentsalon.com