

BAB IV
HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data

Deskripsi data merupakan gambaran data yang akan digunakan untuk proses pengujian hipotesis. Deskripsi data tersebut dilakukan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan kondisi responden sebagai objek dalam penelitian ini dilihat dari karakteristik responden antara lain usia, tingkat pendidikan, pekerjaan, pendapatan perbulan dan lama menjadi pelanggan.

4.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden

Pembuktian hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini dilakukan terhadap 73 orang pelanggan Klinik Kecantikan La'Dior *Skin Care* Bandar Lampung. Data mengenai berbagai karakteristik responden dijelaskan pada tabel-tabel berikut.

Data karakteristik responden berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia (tahun)	Klinik Kecantikan La'Dior <i>Skin Care</i> Bandar Lampung	
		Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	< 20 Tahun	7	9,58
2	21– 30 Tahun	27	36,98
3	31-40 Tahun	25	34,24
4	>40 Tahun	14	19,17
Total		73	100

Sumber: Hasil data diolah tahun 2021

Tabel 4.1 menjelaskan bahwa karakteristik responden berdasarkan usia didominasi oleh responden dengan usia 21-30 tahun sebanyak 27 orang, kemudian di posisi kedua ditempati oleh responden dengan usia 31-40 sebanyak 25 orang, responden dengan usia >40 sebanyak 14 menempati posisi ketiga, dan responden dengan usia <20 tahun merupakan responden yang paling sedikit. Data karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Penghasilan bersih per bulan	Klinik Kecantikan La'Dior <i>Skin Care</i>	
		Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	SMP	4	5,47
2	SMA	32	43,83
3	D3	3	4,11
4	S1	22	30,13
5	S2	12	16,43
Total		73	100

Sumber: Hasil data diolah tahun 2021

Tabel 4.2 menjelaskan bahwa karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan SMA menempati tingkat pertama dengan jumlah 32 orang atau 43,83%, kemudian diikuti dengan responden dengan tingkat pendidikan Sarjana (S1) sebanyak 22 orang, responden dengan tingkat pendidikan S2 sebanyak 12 orang, responden dengan tingkat pendidikan SMP sebanyak 4 orang, dan responden dengan tingkat pendidikan Diploma 3 menempati tingkat terakhir dengan jumlah 3 orang. Data karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Klinik Kecantikan La'Dior	
		<i>Skin</i>	
		Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	ASN	17	23,28
2	Pegawai/Karyawan swasta	24	32,88
3	Wiraswasta	20	27,39
6	Dll.	12	16,43
Total		73	100

Sumber: Hasil data diolah tahun 2021

Tabel 4.3 menjelaskan bahwa responden dengan pekerjaan menunjukkan responden dengan pekerjaan pegawai/karyawan swasta menempati tingkat tertinggi dengan jumlah 24 orang pelanggan, kemudian diikuti dengan responden dengan pekerjaan wiraswasta sebanyak 20 orang, responden dengan pekerjaan Aparat Sipil Negara (ASN) sebanyak 17 orang, dan responden dengan jenis pekerjaan lainnya sebanyak 12 orang.

Data karakteristik responden berdasarkan lama menjadi pelanggan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan

No	Lama Menjadi Pelanggan	Klinik Kecantikan La'Dior <i>Skin Care</i>	
		Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	< 1.000.000	3	4,10
2	>1.000.000 – 2.000.000	6	8,22
3	>2.000.000 – 3.000.000	10	13,69
4	>3.000.000 – 4.000.000	28	38,35
5	>4.000.000	26	35,61
Total		733	100

Sumber: Hasil data diolah tahun 2021

Tabel 4.4 menjelaskan bahwa karakteristik responden berdasarkan pendapatan perbulan dengan pendapatan >3.000.000 – 4.000.000 menempati tingkat tertinggi dengan jumlah 28 orang atau senilai dengan 38,89%, kemudian diikuti dengan responden dengan pendapatan >4.000.000 sebanyak 26 orang, responden dengan pendapatan >2.000.000 – 3.000.000 sebanyak 10 orang, responden dengan pendapatan >1.000.000 – 2.000.000 sebanyak 6 orang, dan responden dengan pendapatan perbulan <1.000.000 menempati tingkat terakhir dengan jumlah 3 orang pelanggan atau senilai 4,17%. Hal ini berarti bahwa sebagian besar pelanggan Klinik Kecantikan La'Dior *Skin Care* Bandar Lampung memiliki pendapatan perbulan >2.000.000.

Data karakteristik responden berdasarkan lama menjadi pelanggan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Pelanggan

No	Lama Menjadi Pelanggan	Klinik Kecantikan La'Dior <i>Skin Care</i>	
		Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	<1 tahun	6	8,22
2	1- 3 tahun	53	72,60
3	> 3 tahun	14	19,17
Total		73	100

Sumber: Hasil data diolah tahun 2021

Tabel 4.5 menjelaskan bahwa karakteristik responden berdasarkan lama menjadi pelanggan 1– 3 tahun menempati tingkat tertinggi dengan jumlah 53 orang atau senilai dengan 72,60%, kemudian diikuti dengan responden dengan lama menjadi nasabah >3 tahun sebanyak 14 orang. Responden dengan karakteristik lama menjadi pelanggan <1 tahun menempati tingkat terakhir dengan jumlah 6 orang nasabah atau senilai 8,22%. Hal ini berarti bahwa sebagian besar pelanggan Klinik Kecantikan La'Dior *Skin Care* Bandar Lampung sudah menjadi nasabah Klinik Kecantikan ini selama 2 –3 tahun.

4.1.2 Deskripsi Variabel Penelitian

Hasil jawaban terhadap kuesioner yang disebar kepada 73 responden yang merupakan pelanggan Klinik Kecantikan La'Dior Skin Care Bandar Lampung adalah sebagai berikut:

Tabel 4.6
Hasil Jawaban Responden tentang Harapan/Kepentingan

No	Pernyataan	Jawaban									
		SB (5)		B (4)		CB (3)		TB (2)		STB (1)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Kualitas Interaksi (<i>Interaction Quality</i>)											
Interaksi Tenaga Ahli Kecantikan/Karyawan											
1	Tenaga ahli kecantikan di klinik ini memiliki keahlian sesuai	20	27,4	33	45,2	18	24,7	2	2,7	-	-
2	Para tenaga ahli kecantikan di klinik ini tampak menguasai pekerjaan mereka.	2	2,7	26	35,6	35	48,6	10	13,9	-	-
3	Ahli kecantikan di klinik ini dapat diandalkan.	5	6,9	39	53,4	26	34,2	2	2,7	-	-
Interaksi Non-Tenaga Ahli Kecantikan											
4	Karyawan non para ahli/dokter kecantikan memberikan pelayanan dengan cepat kepada para pelanggan klinik ini.	22	30,5	20	27,8	22	30,1	9	12,5	-	-

5	Karyawan non para ahli/dokter kecantikan memberikan pelayanan dengan ramah kepada para pelanggan klinik ini.	23	31,9	23	31,5	20	27,8	7	9,7	-	-
6	Seluruh karyawan klinik memperlakukan para pelanggan dengan adil.	-	-	48	65,7	23	31,5	2	2,7	-	-
Kualitas Lingkungan Fisik (<i>Physical Environmental Quality</i>)											
<i>Ambience</i>											
1	Suasana klinik kecantikan sangat kondusif.	8	10,9	25	34,2	27	36,9	3	4,1	-	-
2	Suasana klinik kecantikan ini sesuai dengan ekspektasi saya tentang klinik kecantikan.	5	6,9	39	52,8	26	36,1	3	4,2		
<i>Design</i>											
3	Tampilan fasilitas klinik sangat menarik.	22	30,2	21	28,8	21	28,8	9	12,3	-	-
4	Fasilitas klinik didisain untuk dapat digunakan dengan nyaman.	24	32,9	19	26,0	20	27,4	9	12,3		
<i>Signage</i>											
5	Tersedianya penunjuk arah untuk penggunaan	1	1,4	43	58,9	29	39,7	-	-	-	-

6	Poster atau Gambar tentang kecantikan yang menarik.	6	8,2	36	49,3	27	36,9	4	5,5	-	-
Kualitas Hasil (<i>Outcome Quality</i>)											
<i>Sociability</i>											
1	Suasana keakraban antara para pelanggan klinik kecantikan ini terlihat terjalin baik.	20	27,4	30	41,1	21	28,8	2	2,7	-	-
2	Interaksi sosial antara pelanggan dan karyawan klinik kecantikan ini memberi kesan yang baik	2	2,7	21	28,8	16	21,9	34	46,6	-	-
3	Klinik kecantikan ini menawarkan waktu berkualitas selama berada klinik ini.	1	1,4	44	60,3	28	38,4	-	-	-	-
<i>Valence</i>											
4	Klinik kecantikan ini memberikan hasil perawatan yang memuaskan.	6	8,2	27	36,9	36	49,3	4	5,5	-	-
5	Klinik kecantikan ini menerima kritik dan saran atas jasa layanan yang diberikan.	20	27,4	29	39,7	22	30,1	2	2,7	-	-

6	Klinik kecantikan ini memberikan kesan yang baik untuk setiap kali kunjungan bagi pelanggannya.	-	-	27	36,9	38	52,1	8	10,9	-	-
---	---	---	---	----	------	----	------	---	------	---	---

Sumber: Hasil data diolah tahun 2021

Tabel 4.6 menjelaskan bahwa dari 18 pertanyaan yang diajukan kepada 73 responden mengenai tingkat kepuasan konsumen diperoleh hasil bahwa pernyataan no. 1 pada Kualitas interaksi “Tenaga ahli kecantikan di klinik ini memiliki keahlian sesuai dengan bidang ilmunya,” memperoleh akumulasi jawaban Baik (B) dan Sangat Baik (SB) paling banyak sebesar 53 atau senilai 72,6%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden (pelanggan Klinik Kecantikan La’Dior *Skin Care*) beranggapan bahwa dengan tenaga ahli kecantikan seperti Ahli kecantikan (*aesthetician*), dokter ahli kulit (*dermatologist*) dan ahli terapi kecantikan (*beauty therapist*) di klinik ini memiliki latar belakang pendidikan dan sertifikasi keahlian sesuai dengan bidang ilmunya. Pernyataan no. 2 pada dimensi *sociability* “Interaksi sosial antara pelanggan dan karyawan klinik kecantikan ini memberi kesan yang baik,” memperoleh akumulasi jawaban Baik (B) dan Sangat Baik (SB) paling sedikit dengan nilai 22 (30,1%). Hal tersebut berarti bahwa hanya beberapa pelanggan klinik kecantikan La’Dior *skin care* yang merasakan bahwa mereka memperoleh kesan yang baik terhadap interaksi sosial antara pelanggan dan karyawan selama berada di klinik kecantikan ini.

Tabel 4.7
Hasil Jawaban Responden tentang Persepsi/Kinerja

No	Pernyataan	Jawaban									
		SB (5)		B (4)		CB (3)		TB (2)		STB (1)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Kualitas Interaksi (<i>Interaction Quality</i>)											
Interaksi Tenaga Ahli Kecantikan/Karyawan											
1	Tenaga ahli kecantikan di klinik ini memiliki keahlian sesuai dengan bidang ilmunya.	11	15,1	31	42,4	31	42,5	-	-	-	-
2	Para tenaga ahli kecantikan di klinik ini tampak menguasai pekerjaan mereka.	11	15,1	45	61,6	17	23,3	-	-	-	-
3	Ahli kecantikan di klinik ini dapat diandalkan.	5	6,8	39	53,4	26	35,6	2	2,7	-	-
Interaksi Non-Tenaga Ahli Kecantikan											
4	Karyawan non para ahli/dokter kecantikan memberikan pelayanan dengan cepat kepada para pelanggan klinik ini.	20	27,4	22	30,1	22	30,1	9	12,3	-	-

5	Karyawan non para ahli/dokter kecantikan memberikan pelayanan dengan ramah kepada para pelanggan klinik ini.	24	32,9	22	30,1	20	27,4	7	9,6	-	-
6	Seluruh karyawan klinik memperlakukan para pelanggan dengan adil.	-	-	48	65,7	23	31,5	2	2,7	-	-
Kualitas Lingkungan Fisik (<i>Physical Environmental Quality</i>)											
<i>Ambience</i>											
1	Suasana klinik kecantikan sangat kondusif.	8	10,9	24	32,9	38	52,1	3	4,1	-	-
2	Suasana klinik kecantikan ini sesuai dengan ekspektasi saya tentang klinik kecantikan.	-	-	47	64,4	26	35,6	-	-	-	-
<i>Design</i>											
3	Tampilan fasilitas klinik sangat menarik.	5	6,8	38	52,1	26	35,6	4	5,5	-	-
4	Fasilitas klinik didisain untuk dapat digunakan dengan nyaman.	24	32,9	19	26,0	21	28,8	9	12,3	-	-
<i>Signage</i>											

5	Tersedianya penunjuk arah untuk penggunaan fasilitas.	1	1,4	44	60,3	28	38,4	-	-	-	-
6	Poster atau Gambar tentang kecantikan yang menarik.	6	8,2	27	36,9	36	49,3	-	-	-	-
Kualitas Hasil (<i>Outcome Quality</i>)											
<i>Sociability</i>											
1	Suasana keakraban antara para pelanggan klinik kecantikan ini terlihat terjalin baik.	2	2,7	16	21,9	12	16,4	43	58,9	-	-
2	Interaksi sosial antara pelanggan dan karyawan klinik kecantikan ini memberi kesan yang baik.	2	2,7	25	34,2	36	49,3	10	13,7	-	-
3	Klinik kecantikan ini menawarkan waktu berkualitas selama berada klinik ini.	1	1,4	44	60,3	27	36,9	10	13,7	-	-
<i>Valence</i>											
4	Klinik kecantikan ini memberikan hasil perawatan yang memuaskan.	9	12,3	22	30,1	39	53,4	3	4,1	-	-

5	Klinik kecantikan ini menerima kritik dan saran atas jasa layanan yang diberikan.	5	6,8	20	27,3	37	50,7	11	15,1	-	-
6	Klinik kecantikan ini memberikan kesan yang baik untuk setiap kali kunjungan bagi pelanggannya.	8	10,9	26	35,6	31	42,5	8	10,9	-	-

Sumber: Hasil data diolah tahun 2021

Tabel 4.7 menjelaskan bahwa dari 18 pertanyaan yang diajukan kepada 73 responden mengenai tingkat kepuasan konsumen diperoleh hasil bahwa pernyataan no. 2 pada dimensi Kualitas Interaksi (*Interaction Quality*) pada point Interaksi Tenaga Ahli Kecantikan/karyawan “Para tenaga ahli kecantikan di klinik ini tampak menguasai pekerjaan mereka,” memperoleh akumulasi jawaban Puas (P) dan Sangat Puas (SP) terbanyak dengan berjumlah 56 (76,7%). Hal ini menunjukkan bahwa kebanyakan responden (pelanggan Klinik Kecantikan La’Dior *Skin Care*) merasa puas dengan keahlian para tenaga ahli kecantikan di klinik ini dalam memberikan layanan perawatan (*treatment*). Pernyataan no. 1 pada dimensi *sociability* “Suasana keakraban antara para pelanggan klinik kecantikan ini terlihat terjalin baik.” memperoleh akumulasi jawaban Baik (B) dan Sangat Baik (SB) paling sedikit dengan nilai 17 (23,3%). Hal tersebut berarti bahwa kebanyakan pelanggan klinik kecantikan La’Dior *skin care* merasakan bahwa mereka kurang mendapatkan keakraban dan kesan yang baik dalam berinteraksi sosial antara pelanggan selama berada di klinik kecantikan ini.

4.2 Hasil Uji Persyaratan Instrumen

4.2.1 Hasil Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan kolerasi *product moment*. Uji validitas ini dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS 20.0. Hasil uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan membandingkan nilai signifikansi (*sig.*) dengan nilai alpha (0,05). Hasil uji validitas kepentingan dan kinerja ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.8

Hasil Perhitungan Koefisien Validitas Harapan/Kepentingan

Butir Pernyataan	Sig.	Nilai alpha	Keterangan
Pernyataan 1	0,000	0,05	Valid
Pernyataan 2	0,019	0,05	Valid
Pernyataan 3	0,001	0,05	Valid
Pernyataan 4	0,006	0,05	Valid
Pernyataan 5	0,000	0,05	Valid
Pernyataan 6	0,001	0,05	Valid
Pernyataan 7	0,000	0,05	Valid
Pernyataan 8	0,002	0,05	Valid
Pernyataan 9	0,001	0,05	Valid
Pernyataan 10	0,000	0,05	Valid
Pernyataan 11	0,012	0,05	Valid
Pernyataan 12	0,001	0,05	Valid
Pernyataan 13	0,000	0,05	Valid
Pernyataan 14	0,022	0,05	Valid
Pernyataan 15	0,015	0,05	Valid
Pernyataan 16	0,000	0,05	Valid
Pernyataan 17	0,000	0,05	Valid
Pernyataan 18	0,000	0,05	Valid

Sumber: Hasil data diolah tahun 2021

Tabel 4.8 menjelaskan bahwa hasil uji validitas kuesioner untuk koefisien validitas kinerja dengan 18 pernyataan diperoleh hasil yaitu nilai signifikansi dari seluruh butir

pernyataan lebih kecil dari nilai alpha (0,05), sehingga hal tersebut dapat disimpulkan bahwa semua butir pernyataan pada variabel kinerja dinyatakan valid.

Tabel 4.9
Hasil Perhitungan Koefisien Validitas Persepsi/Kinerja

Butir Pernyataan	Sig.	Nilai alpha	Keterangan
Pernyataan 1	0,000	0,05	Valid
Pernyataan 2	0,000	0,05	Valid
Pernyataan 3	0,000	0,05	Valid
Pernyataan 4	0,000	0,05	Valid
Pernyataan 5	0,000	0,05	Valid
Pernyataan 6	0,000	0,05	Valid
Pernyataan 7	0,000	0,05	Valid
Pernyataan 8	0,000	0,05	Valid
Pernyataan 9	0,000	0,05	Valid
Pernyataan 10	0,000	0,05	Valid
Pernyataan 11	0,000	0,05	Valid
Pernyataan 12	0,000	0,05	Valid
Pernyataan 13	0,011	0,05	Valid
Pernyataan 14	0,000	0,05	Valid
Pernyataan 15	0,000	0,05	Valid
Pernyataan 16	0,000	0,05	Valid
Pernyataan 17	0,000	0,05	Valid
Pernyataan 18	0,003	0,05	Valid

Sumber: Hasil data diolah tahun 2021

Tabel 4.9 menjelaskan bahwa hasil uji validitas kuesioner untuk koefisien validitas kinerja dengan 18 pernyataan diperoleh hasil yaitu nilai signifikansi dari seluruh butir pernyataan lebih kecil dari nilai alpha (0,05), sehingga hal tersebut dapat disimpulkan bahwa semua butir pernyataan pada variabel kinerja dinyatakan valid.

4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas

Hasil pengolahan data menggunakan SPSS 20.0 diperoleh hasil pengujian reliabilitas kuesioner digunakan dengan menggunakan *Alpha cronbach*. Hasil uji reliabilitas dikonsultasikan dengan daftar nilai r alpha indeks korelasi:

Tabel 4.10
Interprestasi Nilai r Alpha Indeks Kolerasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,000 – 0,199	Sangat Rendah
0,200 – 0,399	Rendah
0,400 – 0,599	Sedang
0,600 – 0,799	Tinggi
0,800 – 1,000	Sangat Tinggi

Sumber: Sugiyono (2014)

Ketentuan reliabelitas diatas digunakan dalam pengujian. Hasil uji reliabilitas yang dilakukan adalah sebagai berikut:

Tabel 4.11
Hasil Uji Reliabilitas Harapan/Kepentingan dan Persepsi/kinerja

Variabel	Nilai Alpha Cronbach	Tingkat Hubungan	Kriteria
Harapan/Kepentingan	0,700	Tinggi	Reliabel
Persepsi/Kinerja	0,869	Sangat Tinggi	Reliabel

Sumber: Hasil data diolah tahun 2021

Tabel di 4.11 menjelaskan bahwa hasil uji reliabilitas variabel Harapan/Kepentingan Pelanggan adalah sebesar 0,700 yang berarti bahwa variabel ini reliabel dan memiliki tingkat hubungan sangat tinggi. Hasil uji reliabilitas variabel Kepuasan Pelanggan diperoleh nilai *alpha Cronbach* sebesar 0,869 yang berarti bahwa variabel ini reliabel dan memiliki tingkat hubungan sangat tinggi.

Hal ini dapat disimpulkan bahwa reliabilitas variabel yang diujikan memiliki tingkat hubungan sangat tinggi dan dinyatakan reliabel atau memenuhi persyaratan.

4.3 Hasil Analisis Data

4.3.1 Hasil Analisis Tingkat Kepuasan Menggunakan *Importance Performance Analysis* (IPA)

Analysis (IPA)

Hasil penilaian Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja atribut disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 4.12
Penilaian Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja

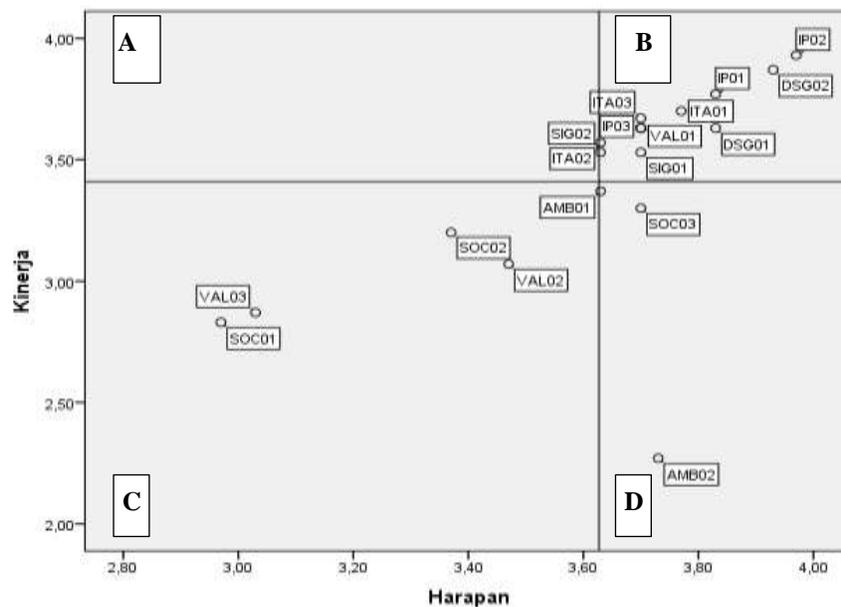
No. Atribut	Atribut	Tingkat Kinerja	Tingkat Kepentingan	Tingkat Kesesuaian
ITA01	Tenaga ahli kecantikan di klinik ini memiliki keahlian sesuai dengan bidang ilmunya.	272	318	85,53
ITA02	Para tenaga ahli kecantikan di klinik ini tampak menguasai pekerjaan mereka.	286	322	88,82
ITA03	Ahli kecantikan di klinik ini dapat diandalkan.	265	333	79,58
IP01	Karyawan non para ahli/dokter kecantikan memberikan pelayanan dengan cepat kepada para pelanggan klinik ini.	274	347	78,96
IP02	Karyawan non para ahli/dokter kecantikan memberikan pelayanan dengan ramah kepada para pelanggan klinik ini	282	307	91,86
IP03	Seluruh karyawan klinik memperlakukan para pelanggan	265	304	87,17

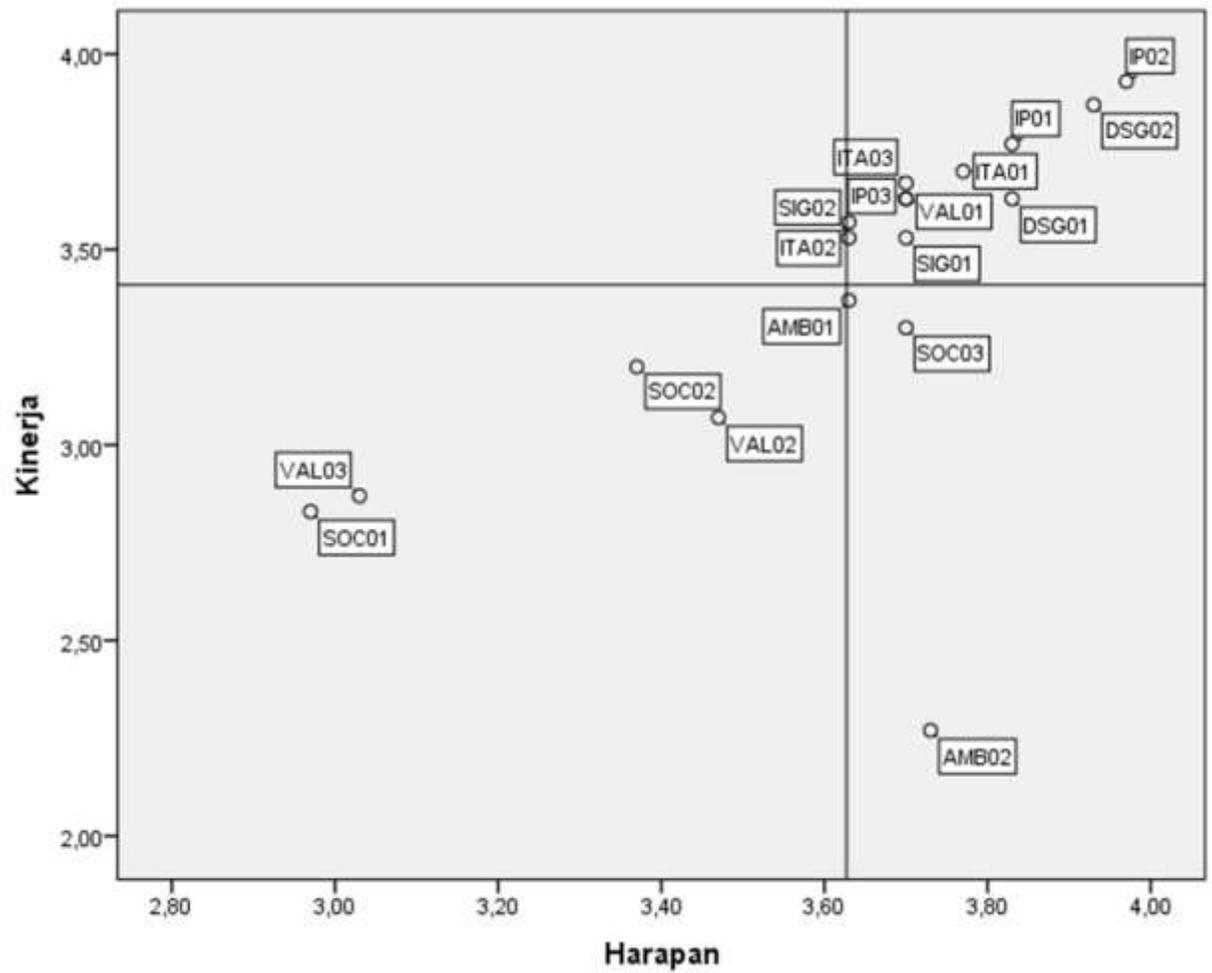
AMB01	Suasana klinik kecantikan sangat kondusif.	256	334	76,65
AMB02	Suasana klinik kecantikan ini sesuai dengan ekspektasi saya tentang klinik kecantikan.	266	323	82,35
DSG01	Tampilan fasilitas klinik sangat menarik.	263	336	78,27
DSG02	Fasilitas klinik didisain untuk dapat digunakan dengan nyaman.	277	304	91,12
SIG01	Tersedianya penunjuk arah untuk penggunaan fasilitas.	265	324	81,79
SIG02	Poster atau Gambar tentang kecantikan yang menarik.	264	324	81,48
SOC01	Suasana keakraban antara para pelanggan klinik kecantikan ini terlihat terjalin baik.	287	316	90,82
SOC02	Interaksi sosial antara pelanggan dan karyawan klinik kecantikan ini memberi kesan yang baik.	238	327	72,78
SOC03	Klinik kecantikan ini menawarkan waktu berkualitas selama berada klinik ini.	264	331	79,76
VAL01	Klinik kecantikan ini memberikan hasil perawatan yang memuaskan.	256	316	81,01
VAL02	Klinik kecantikan ini menerima kritik dan saran atas jasa layanan yang diberikan.	238	315	75,56

VAL03	Klinik kecantikan ini memberikan kesan yang baik untuk setiap kali kunjungan bagi pelanggannya.	253	328	77,13
		4771	5809	82,26

Sumber: Hasil data diolah tahun 2021

Hasil analisis variabel kepentingan dan kinerja berdasarkan kriteria kepuasan adalah bahwa seluruh atribut yang diuji memberikan hasil dengan kriteria baik dan sangat baik. Hal ini dapat disimpulkan bahwa seluruh atribut kinerja jasa layanan pada klinik kecantikan ini sudah dalam keadaan puas dan sangat puas. Pemetaan kuadran *Importance Performance Analysis* dapat dilihat pada berikut:





Gambar 4.1 Diagram Kartesius

Keterangan:

ITA01 Tenaga ahli kecantikan di klinik ini memiliki keahlian sesuai dengan bidang ilmunya.

ITA02 Para tenaga ahli kecantikan di klinik ini tampak menguasai pekerjaan mereka.

ITA03 Ahli kecantikan di klinik ini dapat diandalkan

- IP01** Karyawan non para ahli/dokter kecantikan memberikan pelayanan dengan cepat kepada para pelanggan klinik ini.
- IP02** Karyawan non para ahli/dokter kecantikan memberikan pelayanan dengan ramah kepada para pelanggan klinik ini.
- IP03** Seluruh karyawan klinik memperlakukan para pelanggan dengan adil.
- AMB01** Suasana klinik kecantikan sangat kondusif.
- AMB02** Suasana klinik kecantikan ini sesuai dengan ekspektasi saya tentang klinik kecantikan.
- DSG01** Tampilan fasilitas klinik sangat menarik.
- DSG02** Fasilitas klinik didisain untuk dapat digunakan dengan nyaman.
- SIG01** Tersedianya penunjuk arah untuk penggunaan fasilitas.
- SIG02** Poster atau Gambar tentang kecantikan yang menarik.
- SOC01** Suasana keakraban antara para pelanggan klinik kecantikan ini terlihat terjalin baik.
- SOC02** Interaksi sosial antara pelanggan dan karyawan klinik kecantikan ini memberi kesan yang baik.
- SOC03** Klinik kecantikan ini menawarkan waktu berkualitas selama berada klinik ini.
- VAL01** Klinik kecantikan ini memberikan hasil perawatan yang memuaskan.

- VAL02** Klinik kecantikan ini menerima kritik dan saran atas jasa layanan yang diberikan.
- VAL03** Klinik kecantikan ini memberikan kesan yang baik untuk setiap kali kunjungan bagi pelanggannya.

Analisis kuadran IPA (*Importance Performance Index*) pada gambar 4.1 menjelaskan keadaan yang berbeda. Pemetaan berdasarkan tingkat kepentingan dan tingkat kinerja ini memungkinkan pihak Klinik Kecantikan La'Dior *Skin Care* untuk segera melakukan perbaikan pada atribut yang dianggap penting oleh pelanggan yang menggunakan jasa perawatan jangka waktu yang relatif dekat. Setiap kuadran dijelaskan dengan interpretasi sebagai berikut:

1. Kuadran A (Prioritas Utama)

Pada kuadran ini menggambarkan faktor-faktor yang dianggap penting dan diharapkan konsumen akan tetapi kinerja dari pihak pemberi layanan/ produsen belum memberikan kepuasan terhadap apa yang diharapkan konsumen secara optimal, sehingga membuat konsumen merasa kecewa. Kuadran I *high leverage, attributes to improve*, menunjukkan variabel yang menjadi prioritas perbaikan, sangat diharapkan oleh pengguna, dan tingkat kepentingan / kepuasan tinggi, tetapi kualitas rendah (Martilla dan James, 1977). Hasil analisis kuadran IPA yang dilakukan menunjukkan bahwa tidak terdapat atribut yang termasuk kuadran A ini.

2. Kuadran B (Pertahankan)

Kuadran II merupakan kuadran yang paling diharapkan oleh pelanggan, atribut-atribut tersebut telah sesuai dengan yang dirasakan dan sebagai faktor-faktor yang dianggap penting serta diharapkan sebagai faktor penunjang kepuasan konsumen sehingga perusahaan wajib untuk mempertahankan prestasi kinerja tersebut. Kuadran B *attributes to maintain*, menunjukkan variabel yang

sebaiknya dipertahankan, karena dari segi kualitas tinggi, dan tingkat kepentingan/kepuasan oleh pengguna juga dinilai tinggi. Keunggulan produk / jasa ditentukan oleh variabel di kuadran ini.

Atribut yang termasuk kuadran B yaitu:

- a. Tenaga ahli kecantikan di klinik ini memiliki keahlian sesuai dengan bidang ilmunya (ITA01). Responden menganggap bahwa keberadaan tenaga ahli kecantikan di klinik kecantikan La'Dior Skin Care telah sesuai dengan kriteria keilmuan dan keahliannya dalam rangka memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggannya. Oleh karena itu, atribut ini sebaiknya dipertahankan oleh pihak klinik kecantikan ini.
- b. Para tenaga ahli kecantikan di klinik ini tampak menguasai pekerjaan mereka (ITA02). Responden menganggap bahwa para tenaga ahli kecantikan ini telah bekerja menurut profesionalitasnya masing-masing sehingga hasil kerja mereka dapat memberikan rasa puas bagi pelanggannya. Oleh karena itu, atribut ini sebaiknya dipertahankan oleh pihak klinik kecantikan ini.
- c. Tenaga ahli kecantikan di klinik ini dapat diandalkan (ITA03). Responden menganggap profesionalitas dan keahlian para tenaga ahli kecantikan di klinik kecantikan La'Dior Skin Care dapat diandalkan oleh para pelanggan untuk mendapatkan pelayanan terbaik di klinik ini. Atribut ini sepatutnya dipertahankan oleh pihak klinik kecantikan ini.
- d. Karyawan non para ahli/dokter kecantikan memberikan pelayanan dengan cepat kepada para pelanggan klinik ini (IP01). Selain kehandalan para tenaga ahli kecantikan, pelayanan yang baik dari para karyawan non-ahli kecantikan dalam sebuah klinik kecantikan sangatlah penting. Pelayanan cepat yang diberikan oleh karyawan non ahli kecantikan/dokter di klinik kecantikan ini mampu memberikan rasa puas bagi pelanggannya. Atribut ini merupakan salah satu atribut lain yang patut dipertahankan.

- e. Karyawan non para ahli/dokter kecantikan memberikan pelayanan dengan ramah kepada para pelanggan klinik ini (IP02). Karyawan non-ahli kecantikan di klinik kecantikan ini memberikan pelayanan dengan ramah. Responden menganggap tegur, sapa, keramahan dan senyuman yang diberikan oleh karyawan non ahli kecantikan/dokter di klinik kecantikan ini mampu memberikan rasa nyaman dan puas. Atribut ini juga patut dipertahankan oleh klinik kecantikan ini.
- f. Seluruh karyawan klinik memperlakukan para pelanggan dengan adil (IP03). Perlakuan yang *fair* kepada seluruh konsumen/ pelanggan merupakan salah satu tindakan yang dapat memberikan kepuasan pada konsumen/ pelanggan tersebut. Responden menganggap bahwa seluruh karyawan baik para ahli kecantikan ataupun karyawan non ahli kecantikan dapat memberikan pelayanan yang adil (*fair*) kepada pelanggan klinik ini. Mereka bersikap tidak membedakan antara pelanggan satu dengan pelanggan lainnya. Atribut ini sepatutnya dipertahankan oleh pihak klinik kecantikan ini.
- g. Tampilan fasilitas klinik sangat menarik (DSG01). Responden menganggap fasilitas yang disediakan oleh klinik kecantikan ini dibuat dan dikelola secara baik untuk memberikan estetika yang dapat menarik perhatian pelanggan. Pewarnaan ruangan dan peletakan peralatan dan perabot yang menarik dapat memberikan daya tarik tersendiri bagi pelanggannya. Atribut ini juga sepatutnya dipertahankan oleh pihak klinik kecantikan ini.
- h. Fasilitas klinik didisain untuk dapat digunakan dengan nyaman (DSG02). Keindahan dan estetika fasilitas yang ada di klinik kecantikan ini dianggap mampu memberikan rasa nyaman bagi pelanggannya. Atribut ini juga sepatutnya dipertahankan oleh pihak klinik kecantikan ini.
- i. Tersedianya penunjuk arah untuk penggunaan fasilitas (SIG01). Ketersediaan tanda penunjuk arah dalam suatu lokasi atau gedung

sangatlah penting dalam membantu seseorang menemukan dan menggunakan fasilitas yang dibutuhkan. Responden menganggap penunjuk arah yang disediakan oleh klinik ini mampu membantu mempermudah para pelanggan dalam menemukan dan menggunakan fasilitas yang ada di klinik kecantikan tersebut. Atribut ini sebaiknya dipertahankan oleh pihak klinik ini.

- j. Poster atau Gambar tentang kecantikan yang menarik (SIG02). Selain fasilitas yang memadai yang disediakan, keberadaan poster dan gambar-gambar tentang kecantikan yang dipasang di seputas ruangan dan bangunan klinik dianggap atraktif oleh para pelanggan. Responden menganggap keberadaan poster dan gambar-gambar tentang kecantikan tersebut mampu menimbulkan rasa ingin tau dan menarik perhatian mereka untuk melihat dan membacanya. Atribut ini merupakan salah satu atribut yang patut dipertahankan oleh klinik ini.
- k. Klinik kecantikan ini memberikan hasil perawatan yang memuaskan (VAL01). Responden menganggap kinerja para ahli kecantikan dalam memberikan perawatan kecantikan mampu memberikan hasil yang memuaskan. Responden tidak mendapati adanya keluhan (*complaint*) tentang hasil perawatan yang dilakukan oleh para ahli kecantikan di klinik ini. Atribut ini sepatutnya dipertahankan oleh klinik ini.

3. Kuadran C (Prioritas Rendah)\

Kuadran C *attributes to maintain*, menunjukkan variabel yang kurang prioritas, dari segi kualitas rendah, demikian juga tingkat kepentingan atau kepuasan pengguna juga dinilai rendah, sehingga bisa diabaikan. Kuadran C berisikan faktor-faktor yang dianggap mempunyai tingkat persepsi atau kinerja aktual yang rendah dan tidak terlalu penting atau tidak terlalu diharapkan oleh konsumen sehingga perusahaan tidak perlu memprioritaskan atau memberikan perhatian lebih pada faktor-faktor tersebut.

Atribut yang termasuk kuadran C yaitu:

- a. Suasana klinik kecantikan sangat kondusif (AMB01). Suasana atau atmosfer klinik kecantikan ini dianggap belum kondusif dan para pelanggan juga tidak merasa puas dengan keadaan ini. Responden menganggap atmosfer klinik kecantikan ini terkesan tidak mampu memberikan rasa nyaman dan puas kepada para pelanggan. Oleh karena itu, klinik kecantikan ini dapat mengabaikan atribut tersebut.
- b. Suasana keakraban antara para pelanggan klinik kecantikan ini terlihat terjalin baik (SOC01). Suasana keakraban antara para pelanggan klinik kecantikan ini dirasakan kurang baik dan para pelanggan juga tidak merasa puas dengan suasana yang terjadi antara sesama pelanggan klinik kecantikan. Responden menganggap suasana keakraban antara pelanggan klinik kecantikan ini terkesan tidak mampu memberikan rasa nyaman dan puas kepada para pelanggan. Oleh karena itu, klinik kecantikan ini dapat mengabaikan atribut tersebut.
- c. Interaksi sosial antara pelanggan dan karyawan klinik kecantikan ini memberi kesan yang baik (SOC02). Interaksi sosial antara pelanggan dan karyawan klinik kecantikan ini dirasakan kurang baik dan para pelanggan juga tidak merasa puas dengan keadaan tersebut. Responden menganggap Interaksi sosial antara pelanggan dan karyawan klinik kecantikan ini terkesan tidak mampu memberikan rasa nyaman dan puas kepada para pelanggan. Oleh karena itu, klinik kecantikan ini dapat mengabaikan atribut tersebut.
- d. Klinik kecantikan ini menerima kritik dan saran atas jasa layanan yang diberikan (VAL02). Klinik kecantikan ini tidak dapat sepenuhnya menerima kritik, bahkan cenderung terkesan mengabaikan kritik dan saran atas jasa layanan yang diberikan oleh para pelanggan. Responden menganggap ketidakbukaan pihak klinik kecantikan ini untuk menerima masukan dari pelanggan tidak memberikan rasa nyaman dan puas kepada para pelanggannya. Oleh karena itu, klinik kecantikan ini dapat mengabaikan atribut tersebut.

- e. Klinik kecantikan ini memberikan kesan yang baik untuk setiap kali kunjungan bagi pelanggannya (VAL03). Responden menganggap bahwa kesan yang diberikan oleh klinik kecantikan ini terhadap pelanggan yang setiap kali berkunjung kurang baik, para pelanggan tidak merasa puas dengan keadaan tersebut. Oleh karena itu, klinik kecantikan ini dapat mengabaikan atribut tersebut

4. Kuadran D (Berlebihan)

Pada kuadran ini terdapat faktor-faktor yang dianggap tidak terlalu penting dan tidak terlalu diharapkan oleh pelanggan sehingga perusahaan lebih baik mengalokasikan sumber daya yang terkait pada faktor tersebut kepada faktor lain yang lebih memiliki tingkat prioritas lebih tinggi. Kuadran D *low leverage, attributes to de-emphasize*, menunjukkan variabel yang bisa dikatakan berlebihan, karena kualitas dinilai tinggi, tetapi kurang diharapkan atau tingkat kepentingan/ kepuasan rendah. Bisa dikurangi untuk efisiensi.

Atribut yang termasuk kuadran D yaitu:

- a. Suasana klinik kecantikan ini sesuai dengan ekspektasi saya tentang klinik kecantikan (AMB02). Responden menganggap bahwa suasana klinik kecantikan ini terlalu berlebihan, namun para pelanggan tidak merasa puas dengan keadaan tersebut. Pihak klinik kecantikan ini dapat mengurangi kesan berlebihan pada suasana yang ada dan menciptakan suasana yang lebih nyaman dan efisien.
- b. Klinik kecantikan ini menawarkan waktu berkualitas selama berada klinik ini (SOC03). Responden menganggap bahwa klinik kecantikan ini menawarkan waktu kunjungan yang terlalu berlebihan, namun para pelanggan tidak merasa puas dengan keadaan tersebut. Pihak klinik kecantikan ini dapat mengurangi kesan berlebihan pada waktu yang ditawarkan dan memberikan rasa nyaman kepada pelanggannya.

4.3.2 Hasil Analisis Tingkat Kepuasan Menggunakan CSI (*Customer Satisfaction Index*)

Hasil analisis tingkat kepuasan dengan menggunakan *Customer Satisfaction Index* (CSI) untuk masing-masing dimensi kualitas pelayanan disajikan pada tabel di bawah ini.

Tabel 4.13
Perhitungan CSI Kinerja dan Harapan

No	Atribut	Tingkat Harapan (MIS)	Tingkat Kinerja (MSS)	WF	WS
1	ITA01	4,36	3,73	5,47	20,40
2	ITA02	4,41	3,92	5,54	21,72
3	ITA03	4,56	3,63	5,73	20,81
4	IP01	4,75	3,75	5,97	22,42
5	IP02	4,21	3,86	5,28	20,42
6	IP03	4,16	3,63	5,23	19,00
7	AMB01	4,58	3,51	5,75	20,16
8	AMB02	4,42	3,64	5,56	20,26
9	DSG01	4,60	3,60	5,78	20,84
10	DSG02	4,16	3,79	5,23	19,86
11	SIG01	4,44	3,63	5,58	20,25
12	SIG02	4,44	3,62	5,58	20,17
13	SOC01	4,33	3,93	5,44	21,39
14	SOC02	4,48	3,26	5,63	18,35
15	SOC03	4,53	3,62	5,70	20,61
16	VAL01	4,33	3,51	5,44	19,08
17	VAL02	4,32	3,26	5,42	17,68
18	VAL03	4,49	3,47	5,65	19,57
		79,58	65,36	100	362,97

Sumber: Hasil data diolah tahun 2021

Diketahui:

MIS : Rata-rata Skor Harapan

MSS : Rata-rata Skor Kinerja

WF (*Weight Factor*) : $MIS : \sum MIS$

WS (*Weight Score*) : $WF \times MIS \text{ WT (Weight Total) } = \sum WS$

$$\text{CSI (Customer Satisfaction Index)} = \frac{\text{WT (Weight Total)}}{\text{HS (Highest Scale)}}$$

Maka nilai CSI yang diperoleh adalah:

$$= \frac{362,97}{5}$$

$$= 72,59$$

Hasil perhitungan tingkat kepentingan dan kinerja diperoleh hasil sebesar 72,59. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan konsumen atas jasa layanan pada Klinik Kecantikan *La'Dior Skin Care* Bandar Lampung berdasarkan tabel 3.4 *Customer Satisfaction Index* (CSI) adalah **puas** karena berada pada rentang nilai 66 – 80,99.

Kesimpulan dari penginterpretasian keempat kuadran tersebut adalah bahwa pada Kuadran A tidak ada atribut yang perlu diperbaiki, Kuadran B memiliki 11 atribut yang perlu dipertahankan, pada Kuadran C terdapat 5 atribut prioritas rendah yang tidak terlalu dibutuhkan oleh pelanggan, dan pada Kuadran D terdapat 2 atribut yang dianggap berlebihan oleh pelanggan klinik tersebut.

4.4 Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan atas jasa layanan Klinik Kecantikan *La'Dior Skin Care* Bandar Lampung. Penelitian ini menunjukkan adanya perbedaan kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan jasa layanan Klinik Kecantikan *La'Dior Skin Care* Bandar Lampung berdasarkan jenis kelamin, usia, status perkawinan, pendidikan, pekerjaan, dan berapa lama menjadi pelanggan.

4.4.1 Analisis *Importance Performance Analysis* (IPA)

Berdasarkan pada analisa *Importance Performance Analysis*, atribut yang perlu dipertahankan kualitas pelayanannya pada kuadran B yaitu Tenaga ahli kecantikan di klinik ini memiliki keahlian sesuai dengan bidang ilmunya (ITA01), Para tenaga ahli kecantikan di klinik ini tampak menguasai pekerjaan mereka (ITA02), Tenaga ahli kecantikan di klinik ini dapat diandalkan (ITA03), Karyawan non para ahli/dokter kecantikan memberikan pelayanan dengan cepat kepada para pelanggan klinik ini (IP01), Karyawan non para ahli/dokter kecantikan memberikan pelayanan dengan ramah kepada para pelanggan klinik ini (IP02), Seluruh karyawan klinik memperlakukan para pelanggan dengan adil (IP03), Tampilan fasilitas klinik sangat menarik (DSG01), Fasilitas klinik didisain untuk dapat digunakan dengan nyaman (DSG02), Tersedianya penunjuk arah untuk penggunaan fasilitas (SIG01), Poster atau Gambar tentang kecantikan yang menarik (SIG02), Klinik kecantikan ini memberikan hasil perawatan yang memuaskan (VAL01). Atribut-atribut tersebut merupakan atribut penunjang bagi pengguna jasa pelayanan perawatan kecantikan klinik ini, sehingga pihak manajemen berkewajiban memastikan bahwa klinik kecantikan ini dapat terus mempertahankan penerapannya.

Berdasarkan uji tingkat kepentingan dan kinerja (*Importance Performance Analysis*) diperoleh hasil bahwa seluruh atribut kinerja jasa memiliki nilai pada kategori sangat baik. Indeks kepuasan pelanggan terletak pada tingkat rentang 0,81-1,00 pada tabel 4.15 kriteria penilaian *Importance Performance Analysis* (IPA). Hal ini berarti bahwa seluruh pelanggan Klinik Kecantikan *La'Dior skin Care* Bandar Lampung merasa sangat puas dengan jasa layanan yang diberikan. Hal tersebut ditunjukkan dengan nilai rata-rata atribut Kualitas Interaksi (*Interaction Quality*) sebesar 85,32, nilai rata-rata atribut Kualitas Lingkungan Fisik (*Physical Environmental Quality*) sebesar 81,94, dan nilai rata atribut Kualitas Hasil (*Outcome Quality*) sebesar 79,51. Ketiga atribut ini memiliki nilai kategori sangat baik.

4.4.2 Analisis *Customer Satisfaction Index* (CSI)

Hasil analisis *Customer Satisfaction Index* (CSI) terhadap seluruh hasil rekap jawaban untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan jasa layanan Klinik Kecantikan La'Dior *Skin Care* Bandar Lampung secara menyeluruh diperoleh nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI) sebesar 72,59, yang berarti nilai tersebut dalam kategori puas. Indeks kepuasan konsumen terletak di antara rentang 66–80,99 yang berarti bahwa ketiga dimensi kualitas pelayanan yang digunakan, yaitu Kualitas interaksi, Kualitas lingkungan fisik, dan Kualitas hasil yang diuraikan ke dalam 18 atribut telah mampu memenuhi harapan pelanggan Klinik Kecantikan La'Dior *Skin Care* Bandar Lampung. Dimensi kualitas interaksi meliputi sikap, perilaku, dan keahlian karyawan (ahli kecantikan dan non-ahli kecantikan) di klinik tersebut. Kualitas interaksi yang dimiliki oleh karyawan ini akan sangat mempengaruhi kualitas jasa yang dihasilkan dan tingkat kepuasan pelanggan. Dimensi kualitas lingkungan fisik terdiri dari *ambient conditions*, desain fasilitas, dan faktor sosial. Dimensi kualitas hasil mencakup waktu tunggu, bukti fisik dan valensi.

Hasil analisis *Customer Satisfaction Index* (CSI) ini menunjukkan bahwa pelanggan telah puas terhadap kinerja para karyawan (ahli kecantikan dan non-ahli kecantikan) dalam memberikan pelayanan di Klinik Kecantikan La'Dior *Skin Care* Bandar Lampung

