

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Data dan Sampel

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data Primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner langsung kepada seluruh para rang tua atau kerabat yang mengantar pelanggan Salon Bocah. Penyebaran kuesioner dilakukan selama 12 hari yang dilakukan pada tanggal 17 Januari sampai dengan 28 Januari 2018.

4.1.2 Karakteristik Responden

Penelitian ini mempunyai pelanggan yang belum dewasa maka untuk pengisian kuesioner dilakukan oleh orang tua atau kerabat yang mengantar pelanggan Salon Bocah. Responden diminta memberikan pandangan sesuai yang dirasakan pelanggan atau anak yang diantar.

Responden pada penelitian ini berjumlah 100 orang dengan karakteristiknya dilihat dari jenis kelamin, dan usia. Responden pada pembahasan ini diambil dari seluruh konsumen yang lebih dari satu kali pernah Orang tua atau kerabat yang mengantar anak pelanggan salon bocah.

Tabel 4.1. Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah
Laki-laki	48
Perempuan	52
Jumlah	100

Sumber: Data kuisisioner yang telah diolah, 2018

Dari hasil kuisisioner dapat diketahui jumlah responden dilihat dari jenis kelamin mempunyai perbandingan yang hampir sama dengan 52 orang berjenis kelamin perempuan dan 48 responden berjenis kelamin perempuan, dalam pengisian jenis kelamin orang tua atau kerabat menggambarkan pelanggan atau anak yang menjadi konsumen salon bocah.

Tabel 4.2.
Usia Responden

Usia	Jumlah
5-12 Bulan	12
1-4 Tahun	59
> 4 tahun	29
Jumlah	100

Sumber : Data kuisisioner yang telah diolah, 2018

Dari hasil kuisisioner dapat diketahui jumlah responden mayoritas mempunyai umur 1-4 tahun sebanyak 59 orang, hal ini memperlihatkan bahwa sebagian pelanggan di Salon Bocah mempunyai usia diatas 1 tahun dan dibawah 4 Tahun.

Hal ini sesuai dengan target pasar yang dimiliki salon bocah bahwa Salon Bocah merupakan salon anak yang dikhususkan untuk anak yang belum berusia masa pendidikan (diatas 4 tahun) dengan memberikan tampilan ruangan yang menarik bagi anak-anak agar mereka merasa nyaman. Salah satu caranya adalah dengan menggunakan kursi yang berbentuk desain mobil-mobilan atau karakter kartun yang lain sehingga anak-anak tertarik dan tidak bosan ataupun takut ketika melakukan pangkas rambut.

4.2. Uji Kelayakan Kuesioner

4.2.1 Uji Validitas

Setiap butir pernyataan pada masing-masing variabel diuji tingkat validitasnya dan mengeksekusi item pernyataan yang dianggap tidak valid.

Nilai uji validitas yang diperoleh dari perhitungan SPSS dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.3. Hasil Perhitungan Validitas Variabel Tingkat Harapan

Variabel	Penyataan	Nilai r-hitung	Nilai r-tabel	Keterangan
Tangibles	TH1	0,386	0,195	Valid
	TH2	0,327	0,195	Valid
	TH3	0,301	0,195	Valid
	TH4	0,458	0,195	Valid
	TH5	0,550	0,195	Valid
Emphaty	TH6	0,382	0,195	Valid
	TH7	0,205	0,195	Valid
	TH8	0,315	0,195	Valid
	TH9	0,457	0,195	Valid
	TH10	0,277	0,195	Valid
Reability	TH11	0,611	0,195	Valid
	TH12	0,466	0,195	Valid
	TH13	0,196	0,195	Valid
	TH14	0,260	0,195	Valid
	TH15	0,288	0,195	Valid
Responsiveness	TH16	0,218	0,195	Valid
	TH17	0,219	0,195	Valid
	TH18	0,230	0,195	Valid
	TH19	0,315	0,195	Valid
	TH20	0,408	0,195	Valid
Assurance	TH21	0,376	0,195	Valid
	TH22	0,413	0,195	Valid
	TH23	0,452	0,195	Valid
	TH24	0,259	0,195	Valid
	TH25	0,230	0,195	Valid

Sumber: Data Lampiran 3a. 2018.

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa semua pertanyaan pada variabel tingkat harapan dinyatakan memiliki tingkat validitas yang baik karena nilai r-hitung > nilai r-tabel (0,195) pada $n = 100$ dan taraf signifikan 95%, serta tingkat kesalahan ($\sigma = 5\%$). Hasil uji validitas dapat dilihat di lampiran 3a.

Tabel 4.4. Hasil Perhitungan Validitas Variabel Tingkat Kinerja

Variabel	Penyataan	Nilai r-hitung	Nilai r-tabel	Keterangan
Tangibles	TK1	0,661	0,195	Valid
	TK2	0,201	0,195	Valid
	TK3	0,237	0,195	Valid
	TK4	0,236	0,195	Valid
	TK5	0,639	0,195	Valid
Emphaty	TK6	0,224	0,195	Valid
	TK7	0,216	0,195	Valid
	TK8	0,255	0,195	Valid
	TK9	0,650	0,195	Valid
	TK10	0,214	0,195	Valid
Reability	TK11	0,259	0,195	Valid
	TK12	0,215	0,195	Valid
	TK13	0,198	0,195	Valid
	TK14	0,209	0,195	Valid
	TK15	0,226	0,195	Valid
Responsiveness	TK16	0,216	0,195	Valid
	TK17	0,243	0,195	Valid
	TK18	0,562	0,195	Valid
	TK19	0,655	0,195	Valid
	TK20	0,266	0,195	Valid
Assurance	TK21	0,332	0,195	Valid
	TK22	0,226	0,195	Valid
	TK23	0,238	0,195	Valid
	TK24	0,227	0,195	Valid
	TK25	0,235	0,195	Valid

Sumber: Data Lampiran 3b. 2018.

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa semua pertanyaan pada variabel tingkat kinerja dinyatakan memiliki tingkat validitas yang baik karena nilai rhitung > nilai r-tabel (0,195) pada $n = 100$ dan taraf signifikan 95%, serta tingkat kesalahan ($\sigma = 5\%$). Hasil uji validitas dapat dilihat di lampiran 3b.

4.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi konstruk atau variabel penelitian. Untuk mengukur uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan uji statistik *cronbach alpha* (α). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai koefisien Alpha lebih besar daripada 0,60 (Ghozali, 2013). Hasil uji reliabilitas keseluruhan variable dalam penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.5. Hasil Perhitungan Reliabilitas Seluruh Variabel

Variabel	Cronbach Alpha	Koefisien r	Keterangan
Tingkat Harapan	0,798	0,6000 – 0,7999	Reliabel Tinggi
Tingkat Kinerja	0,709	0,6000 – 0,7999	Reliabel Tinggi

Sumber: Data Lampiran 3a dan 3b, Hasil output SPSS.

Hasil pengujian reliabilitas pada Tabel 4.5 di atas menunjukkan bahwa nilai koefisien Alpha dari variabel-variabel yang diteliti menunjukkan hasil yang beragam dan variabel menghasilkan nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah *reliabel*. Hasil uji reliabilitas dapat dilihat di lampiran 5.

4.1.3 Deskripsi Jawaban Responden

Berdasarkan data tabulasi hasil jawaban responden, dapat dideskripsikan bagaimana penilaian responden terhadap variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu indikator yang berperan dalam mempengaruhi kepuasan pengunjung Salon Bocah terhadap pelayanan di Salon Bocah.

1. Variabel Tingkat Harapan

Tabel 4.6 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Tingkat Harapan

Dimensi	Pernyataan	FREKUENSI					Total
		STP	TP	CP	P	SP	
Tangibles	TH1	0	0	3	36	61	100
	TH2	0	0	1	40	59	100
	TH3	0	0	1	49	50	100
	TH4	0	0	8	51	41	100
	TH5	0	0	8	46	46	100
Emphaty	TH6	0	0	3	46	51	100
	TH7	0	0	28	45	27	100
	TH8	0	0	14	69	17	100
	TH9	0	0	6	68	26	100
	TH10	0	0	5	67	28	100
Reability	TH11	0	0	9	48	43	100
	TH12	0	0	6	61	33	100
	TH13	0	0	4	65	31	100
	TH14	0	0	12	73	15	100
	TH15	0	0	0	44	56	100
Responsiveness	TH16	0	0	1	48	51	100
	TH17	0	0	4	77	19	100
	TH18	0	0	13	68	19	100
	TH19	0	0	6	51	43	100
	TH20	0	0	3	58	39	100
Assurance	TH21	0	0	10	58	32	100
	TH22	0	0	17	59	24	100
	TH23	0	0	7	66	27	100
	TH24	0	0	11	71	18	100
	TH25	0	0	0	41	59	100

Sumber: Data diolah dari Lampiran 4a.

Berdasarkan hasil rekapitulasi pada Tabel 4.6 terlihat bahwa keseluruhan pertanyaan pada variabel tingkat harapan mayoritas responden menjawab penting dan sangat penting, hal ini dapat menjadi masukan bahwa keseluruhan tingkat layanan yang ada merupakan aspek penting bagi pelanggan di Salon Bocah, untuk pernyataan yang paling banyak mendapat jawaban cukup penting terdapat di pernyataan TH7 yaitu Kepekaan karyawan salon terhadap kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan 28 frekuensi jawaban, sedangkan pernyataan yang terbanyak mendapat jawaban penting yaitu pernyataan TH24 Kejujuran karyawan salon dengan 71 frekuensi jawaban. Untuk kategori sangat penting terdapat di pernyataan TH1 yaitu Penataan interior dan eksterior salon dengan 61 frekuensi jawaban, hasil ini menggambarkan bahwa Penataan interior dan

eksterior salon ataupun tempat lain yang masih bagian dari salon bocah konsumen menganggap hal itu sangat vital bagi mereka, hasil olah data dapat dilihat pada lampiran 4.

2. Variabel Tingkat Kinerja

Tabel 4.7 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Tingkat Kinerja

Dimensi	Pernyataan	FREKUENSI					Total
		TB	KB	CB	B	SB	
Tangibles	TK1	0	17	35	48	0	100
	TK2	20	26	46	8	0	100
	TK3	0	11	68	20	1	100
	TK4	0	12	64	22	2	100
	TK5	0	10	42	48	0	100
Emphaty	TK6	0	7	51	42	0	100
	TK7	0	9	53	38	0	100
	TK8	0	0	32	68	0	100
	TK9	0	18	30	51	1	100
	TK10	0	19	30	51	0	100
Reability	TK11	0	7	56	37	0	100
	TK12	0	3	49	48	0	100
	TK13	0	9	47	43	1	100
	TK14	0	3	57	40	0	100
	TK15	0	3	41	54	2	100
Responsiveness	TK16	0	0	38	55	7	100
	TK17	0	9	50	41	0	100
	TK18	0	18	41	41	0	100
	TK19	0	12	39	49	0	100
	TK20	0	16	31	53	0	100
Assurance	TK21	0	4	61	35	0	100
	TK22	0	10	63	27	0	100
	TK23	0	2	38	49	11	100
	TK24	0	14	64	20	2	100
	TK25	0	10	43	47	0	100

Sumber: Data diolah dari Lampiran 4b.

Berdasarkan hasil rekapitulasi pada Tabel 4.7 terlihat bahwa terdapat 20 responden menjawab tidak baik pada pernyataan 2 yaitu Fasilitas salon (WC, Mushola dan Ruang tunggu, TV, Wifi), hal ini sangat wajar karena di salon bocah belum terdapat mushola dan ruang tunggu yang sangat kecil untuk ditempati apabila terdapat antrian konsumen, dan terdapat beberapa responden menjawab kurang baik tingkat kinerja layanan yang diterima pelanggan salon bocah, meskipun demikian keseluruhan pertanyaan pada variabel tingkat kinerja mayoritas responden menjawab cukup baik dan

baik terhadap tingkat kinerja layanan yang diterima pelanggan salon bocah. Keseluruhan frekuensi jawaban atas tingkat kinerja salon bocah bagi pelanggan dapat dikatakan cukup baik meskipun tidak dapat dikatakan memuaskan karena masih terdapat jawaban kurang dan sangat kurang, hasil olah data dapat dilihat pada lampiran 4b.

4.3. Nilai Rata-rata Tingkat Kepentingan

Pencapaian kepuasan dapat merupakan proses yang sederhana, maupun kompleks dan rumit. Untuk dapat mengetahui tingkat kepuasan pelanggan secara lebih baik, maka perlu dipahami sebab-sebab kepuasan. Pelanggan tidak cuma lebih banyak kecewa pada jasa dari pada barang, tetapi mereka juga jarang mengeluh. Salah satu alasannya adalah mereka juga ikut terlibat dalam proses penciptaan jasa.

Menurut Tjiptono, (2010:147) kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Umumnya harapan pelanggan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya bila ia membeli atau mengkonsumsi suatu produk (barang atau jasa).

4.3.1 Nilai Rata-rata Tingkat Harapan Konsumen

Tingkat harapan atas pelayanan yang diberikan kepada konsumen dengan harapan mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen dikategorikan menjadi sangat penting, penting, cukup penting, kurang penting dan tidak penting. Berikut nilai rata-rata harapan pelanggan salon Bocah atas layanan yang diberikan:

Tabel 4.8. Nilai Rata-Rata Tingkat Harapan Pelanggan Salon Bocah

Kode	Pernyataan	rerata
T1	Penataan interior dan eksterior salon	4,58
T2	Fasilitas salon	4,58
T3	Ketersediaan peralatan salon	4,49
T4	Kebersihan dan kerapihan salon	4,33
T5	Kebersihan dan kerapihan karyawan	4,38
E1	Pemberian pelayanan tanpa pilih-pilih	4,48
E2	Kepekaan karyawan salon	3,99
E3	Karyawan menjalin hubungan baik	4,03
E4	Karyawan mampu berkomunikasi dengan baik	4,2
E5	karyawan penuh perhatian	4,23
R1	Tarif salon terjangkau	4,34
R2	Hasil perawatan sesuai keinginan konsumen	4,27
R3	Kualitas kosmetik salon baik	4,27
R4	Karyawan memberikan pelayanan secara maksimal	4,03
R5	Karyawan sangat profesional	4,56
S1	Kemampuan karyawan dalam berkomunikasi	4,5
S2	Pelayanan yang cepat dan tepat	4,15
S3	Karyawan cepat dalam respon keluhan	4,06
S4	Karyawan tanggap dalam menjawab pertanyaan	4,37
S5	Karyawan merespon permintaan dengan cepat	4,36
A1	Hasil memuaskan	4,22
A2	Karyawan mampu meyakinkan terhadap keamanan	4,07
A3	Produk yang digunakan halal	4,2
A4	Kejujuran karyawan salon	4,07
A5	Kenyamanan dan keamanan	4,59

Sumber: Data Lampiran 2 dan 4a.

Penjabaran hasil pengolahan data penelitian dapat diketahui bahwa atribut yang paling penting menurut pelanggan salon bocah adalah kenyamanan dan keamanan pada saat berada di dalam Salon dengan nilai rata-rata tingkat kepentingan yang sama yaitu sebesar 4,59. Sedangkan untuk atribut yang memiliki tingkat kepentingan paling rendah adalah Kepekaan karyawan salon dengan nilai rata-rata 3,99.

Menurut dimensinya rata-rata kepentingan yang tertinggi hingga yang terendah yaitu pada *Tangible*, dengan rata-rata tertinggi 4,58, yaitu atribut Penataan interior dan eksterior salon.

Pada dimensi *emphaty*, yang memiliki skor tertinggi ialah atribut Pemberian pelayanan terhadap semua pelanggan tanpa pilih-pilih dengan angka rata-rata kepentingan 4,48 sedangkan yang memiliki tingkat kepentingan paling rendah ialah atribut Kepekaan karyawan salon terhadap kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan perolehan rata-rata 3,99.

Pada dimensi *realibility*, yang memiliki skor tertinggi kepentingannya adalah atribut karyawan sangat profesional dalam bekerja dengan perolehan rata-rata 4,56, sedangkan yang memiliki nilai rata-rata paling rendah yaitu dengan nilai rata-rata 4,03 adalah atribut karyawan memberikan pelayanan secara maksimal.

Selanjutnya dimensi *responsiveness*, yang memiliki nilai rata-rata tertinggi adalah atribut karyawan tanggap dalam menjawab pertanyaan pelanggan, dengan rata-rata 4,37, dan yang memiliki nilai rata-rata paling rendah 4,06 adalah atribut Karyawan cepat dalam respon keluhan pelanggan.

Pada dimensi *assurance*, yang memiliki skor paling tinggi kepentingannya ialah atribut Kenyamanan dan keamanan pada saat berada di dalam Salon dengan perolehan angka rata-rata kepentingan 4,59 dan yang terendah tingkat kepentingannya ialah atribut Karyawan mampu meyakinkan pelanggan terhadap keamanan pelayanan yaitu dengan perolehan angka rata-rata 4,06.

4.3.2 Nilai Rata-rata Tingkat Kinerja

Tabel 4.9. Nilai Rata-Rata Tingkat Kinerja Pelanggan Salon Bocah

Kode	Pernyataan	rerata
T1	Penataan interior dan eksterior salon	3,31
T2	Fasilitas salon	2,42
T3	Ketersediaan peralatan salon	3,11
T4	Kebersihan dan kerapihan salon	3,14
T5	Kebersihan dan kerapihan karyawan	3,38
E1	Pemberian pelayanan tanpa pilih-pilih	3,35
E2	Kepekaan karyawan salon	3,29
E3	Karyawan menjalin hubungan baik	3,68
E4	Karyawan mampu berkomunikasi dengan baik	3,35
E5	karyawan penuh perhatian	3,32
R1	Tarif salon terjangkau	3,3
R2	Hasil perawatan sesuai keinginan konsumen	3,45
R3	Kualitas kosmetik salon baik	3,36
R4	Karyawan memberikan pelayanan secara maksimal	3,37
R5	Karyawan sangat profesional	3,55
S1	Kemampuan karyawan dalam berkomunikasi	3,69
S2	Pelayanan yang cepat dan tepat	3,32
S3	Karyawan cepat dalam respon keluhan	3,23
S4	Karyawan tanggap dalam menjawab pertanyaan	3,37
S5	Karyawan merespon permintaan dengan cepat	3,37
A1	Hasil memuaskan	3,31
A2	Karyawan mampu meyakinkan terhadap keamanan	3,17
A3	Produk yang digunakan halal	3,69
A4	Kejujuran karyawan salon	3,1
A5	Kenyamanan dan keamanan	3,37

Sumber: Data Lampiran 3 dan 4b.

Dari hasil pengolahan data penelitian dapat diketahui bahwa atribut paling tinggi kinerjanya menurut pengunjung adalah Kemampuan karyawan dalam berkomunikasi serta Produk yang digunakan halal dengan nilai rata-rata tingkat kinerja sebesar 3,69. Sedangkan untuk atribut yang memiliki tingkat kinerja paling rendah adalah atribut Fasilitas salon (WC, Mushola dan Ruang tunggu, TV, Wifi) dengan nilai rata-rata sebesar 2,42.

Menurut dimensinya rata-rata kinerja dari yang tertinggi hingga yang terendah adalah yaitu pada *tangible*, yang memiliki skor paling tinggi kinerjanya ialah atribut Kebersihan dan kerapihan karyawan salon bocah dengan angka rata-rata 3,38, hal ini menunjukkan kesenjangan yang cukup besar antara harapan pelanggan salon bocah dengan kinerja yang diterima, dan yang paling rendah tingkat kinerjanya ialah atribut Fasilitas salon (WC, Mushola dan Ruang tunggu, TV, Wifi) dengan angka rata-rata 2,42.

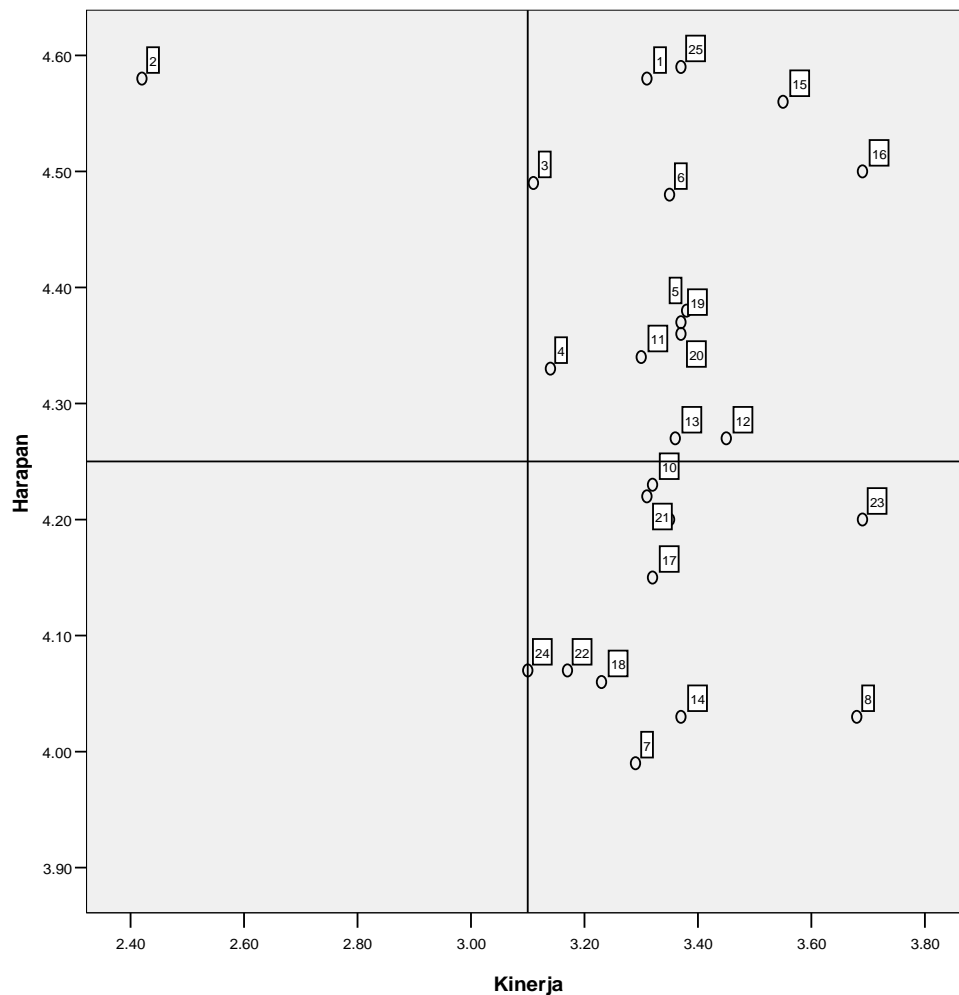
Pada dimensi *emphati*, yang memiliki skor paling tinggi kinerjanya ialah Karyawan menjalin hubungan baik dengan semua pelanggan dengan angka rata-rata 3,68 dan yang terendah tingkat kinerjanya ialah atribut Kepekaan karyawan salon terhadap kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan angka rata-rata 3,29.

Pada *realibility*, yang memiliki skor paling tinggi kinerjanya ialah atribut Hasil perawatan sesuai keinginan konsumen dengan angka rata-rata 3,45 dan untuk yang terendah ialah atribut Tarif salon terjangkau dengan angka rata-rata 3,3. Pada dimensi *responsiveness*, yang memiliki skor paling tinggi kinerjanya ialah atribut Kecepatan dan kesigapan petugas dalam melayani pelanggan dengan angka rata-rata 3,45 dan yang terendah tingkat kinerjanya ialah atribut Karyawan cepat dalam respon keluhan pelanggan dengan angka rata-rata 3,23.

Pada dimensi assurance yang memiliki skor paling tinggi kinerjanya adalah atribut Produk yang digunakan halal dengan angka rata-rata 3,69 dan yang paling rendah tingkat kinerjanya adalah atribut Kejujuran karyawan salon dengan angka rata-rata 3,1.

4.4 IPA (*Importance Performance Analysis*)

Importance Performance Analysis (IPA) digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan seseorang atas kinerja pihak lain. Kepuasan seseorang tersebut diukur dengan cara membandingkan tingkat harapannya dengan kinerja yang dilakukan pihak lain. Seringkali IPA digunakan oleh perusahaan untuk mengukur kepuasan konsumennya. Untuk membuat diagram kartesius digunakan alat bantu program SPSS, hasil Analisis IPA dapat dilihat pada Gambar berikut:



Gambar.4.1. Diagram Kartesius Tingkat Harapan Dan Kinerja 23 atribut
 Sumber: Data Lampiran 5, Hasil output SPSS.

Berdasarkan data skor yang ditampilkan pada gambar 4.1, dapat terlihat skor rata-rata kepentingan tiap-tiap atribut layanan (Y_i) dengan cara membagi nilai skor kepentingan (Y_i) dengan jumlah responden (100 orang). Pembagian tersebut menghasilkan angka rata-rata skor yang nilainya berkisar antara 1-5 sesuai skala Likert yang terdiri sangat penting (5), penting (4), cukup penting (3), kurang penting (2) dan tidak penting (1). Atribut-atribut layanan yang dianggap paling penting oleh konsumen adalah atribut A5 (skor 4,59), atribut T1 dan T2 (skor 4,58). Dalam hal ini, atribut dengan skor kepentingan tinggi menunjukkan kontribusi terhadap kepuasan pelanggan lebih nyata. Untuk itu, Salon Bocah harus memprioritaskan atribut-atribut tersebut, agar kinerjanya memuaskan. Dengan demikian, persepsi pelanggan terhadap salon Bocah sesuai, atau dianggap memuaskan.

Dari gambar 4.1 penjelasan untuk masing-masing kuadran sebagai berikut:

Kuadran I (Prioritas Utama)

Atribut-atribut yang dianggap penting oleh pelanggan salon bocah adalah Fasilitas salon (WC, Mushola dan Ruang tunggu, TV, Wifi) (atribut 2), atribut ini memang pada kenyataannya belum sesuai dengan yang diharapkan oleh pelanggan salon bocah, sehingga termasuk ke dalam kuadran I dimana atribut ini harus menjadi perhatian lebih atau bahkan perlu perbaikan sehingga kinerja salon bocah meningkat dan berbanding lurus dengan kepuasan pelanggan yang datang ke salon bocah.

Kuadran II (Pertahankan Prestasi)

Atribut-atribut yang masuk ke dalam kuadran II ini antara lain Penataan interior dan eksterior salon (atribut 1), Ketersediaan peralatan salon (atribut 3), kebersihan dan kerapian salon (atribut 4), kebersihan dan kerapian karyawan (atribut 5), pemberian pelayanan terhadap semua

pelanggan tanpa pilih-pilih (atribut 6), Tarif salon terjangkau (atribut 11), Hasil perawatan sesuai keinginan konsumen (atribut 12), Kualitas kosmetik salon baik (atribut 13), Kemampuan karyawan dalam berkomunikasi (atribut 16), dan Karyawan merespon permintaan pelanggan dengan cepat (atribut 20). Atribut-atribut ini merupakan atribut yang dianggap penting dan telah sesuai dengan kenyataan yang dirasakan oleh pelanggan salon bocah, sehingga tingkat kepuasan relatif tinggi. Atribut-atribut yang masuk ke dalam kuadran II ini kinerjanya tetap harus dipertahankan karena inilah yang kelebihan inilah yang mampu menarik perhatian pelanggan untuk tetap menjadikan salon bocah sebagai tempat pangkas rambut khusus anak-anak.

Kuadran III (Prioritas Rendah)

Atribut-atribut yang masuk ke dalam kuadran ini merupakan atribut yang dianggap kurang penting oleh pelanggan salon bocah karena dirasa kurang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan pada kenyataannya tidak terlalu diperhatikan. Dari 25 atribut yang telah dipaparkan ternyata tidak terdapat satupun atribut yang masuk kedalam Kudaran III. Meskipun keberadaan atribut ini tidak terlalu dianggap penting oleh pelanggan salon bocah, namun demikian atribut-atribut tersebut harus tetap diperhatikan sesuai tingkat kebutuhannya, sehingga tetap dapat mempertahankan kinerja dan kualitas yang telah diberikan.

Kuadran IV (Berlebihan)

Atribut-atribut yang dianggap kurang penting oleh pelanggan namun kinerjanya dinilai sudah memuaskan sehingga dirasa berlebihan antara lain kepekaan karyawan salon terhadap kebutuhan dan keinginan pelanggan (atribut 7), karyawan menjalin hubungan baik dengan semua pelanggan (atribut 8) karyawan mampu melayani pelanggan dengan penuh perhatian (atribut 10), Karyawan memberikan pelayanan secara maksimal (atribut

14), Pelayanan yang cepat dan tepat (atribut 17), Karyawan cepat dalam respon keluhan pelanggan (atribut 18), Hasil jasa layanan salon memuaskan (atribut 21), Karyawan mampu meyakinkan pelanggan terhadap keamanan pelayanan (atribut 22), dan Kejujuran karyawan salon (atribut 24). Peningkatan pada atribut-atribut dalam kuadran ini dapat dipertimbangkan kembali karena pengaruh terhadap manfaat yang dirasakan oleh pelanggan sangat kecil dan sebaiknya disesuaikan dengan kebutuhan agar tidak menimbulkan dampak berlebihan.

4.5 Customer Satisfaction Indeks (CSI)

Penelitian ini melakukan pengukuran tingkat kepuasan pelanggan terhadap atribut pelayanan di Salon Bocah. Terdapat banyak metode yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan, salah satunya adalah metode *Customer Satisfaction Index (CSI)*. Metode CSI digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur tingkat kepuasan dikarenakan metode ini menentukan tingkat kepuasan pelanggan secara menyeluruh dengan mempertimbangkan tingkat kepentingan dari atribut-atribut kualitas jasa yang diukur. Dengan adanya pengukuran tingkat kepuasan pelanggan maka Salon Bocah dapat mengetahui bagaimana kepuasan pelanggan terhadap layanan yang selama ini diberikan oleh Salon Bocah. Selain itu hasil dari penelitian ini dapat dijadikan rekomendasi agar Salon Bocah dapat memperbaiki kinerja pelayanan Salon Bocah dan menyusun strategi pelayanan agar dapat bersaing dengan Salon lain yang mempunyai segmen dan target serupa.

Nilai rata-rata untuk tingkat kepentingan dan tingkat kinerja atau kepuasan masing-masing atribut kualitas jasa digunakan untuk menghitung *Customer Satisfaction Index (CSI)*, Hasil CSI selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.10. Hasil perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI)

Atribut	Rata-rata Harapan	Rata-rata Kinerja	GAP P-E	Importance weighting factors	Weight score
A1	4,58	3,31	-1,27	4,27	14,12
A2	4,58	2,42	-2,16	4,27	10,32
A3	4,49	3,11	-1,38	4,18	13,01
A4	4,33	3,14	-1,19	4,03	12,67
A5	4,38	3,38	-1	4,08	13,79
A6	4,48	3,35	-1,13	4,17	13,98
A7	3,99	3,29	-0,7	3,72	12,23
A8	4,03	3,68	-0,35	3,75	13,81
A9	4,2	3,35	-0,85	3,91	13,11
A10	4,23	3,32	-0,91	3,94	13,08
A11	4,34	3,3	-1,04	4,04	13,34
A12	4,27	3,45	-0,82	3,98	13,72
A13	4,27	3,36	-0,91	3,98	13,36
A14	4,03	3,37	-0,66	3,75	12,65
A15	4,56	3,55	-1,01	4,25	15,08
A16	4,5	3,69	-0,81	4,19	15,47
A17	4,15	3,32	-0,83	3,87	12,83
A18	4,06	3,23	-0,83	3,78	12,22
A19	4,37	3,37	-1	4,07	13,72
A20	4,36	3,37	-0,99	4,06	13,69
A21	4,22	3,31	-0,91	3,93	13,01
A22	4,07	3,17	-0,9	3,79	12,02
A23	4,2	3,69	-0,51	3,91	14,44
A24	4,07	3,1	-0,97	3,79	11,75
A25	4,59	3,37	-1,22	4,28	14,41
SUM	107,35	83	-24,35	100	331,84
MEAN	4,294	3,32	-0,974		
Customer Satisfaction Index					0,66

Sumber: Hasil Perhitungan, 2018

Dari penilaian yang dilakukan oleh pelanggan Salon Bocah, tingkat kepuasan secara keseluruhan terhadap kualitas jasa Salon Bocah yaitu mempunyai predikat “puas”. Hal ini dapat dilihat dari indeks kepuasan konsumen dengan nilai 0,66, artinya tingkat kepuasan total terletak di antara rentang 0,66–0,80 yang berarti pelanggan telah puas terhadap kinerja pelayanan Salon Bocah.

Berdasarkan hasil analisis CSI yang dilakukan, diketahui bahwa secara umum pelanggan Salon Bocah berada pada kategori puas. Oleh karena itu, pihak Salon harus mampu menyusun suatu strategi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Tujuan dari strategi kepuasan pelanggan adalah untuk membuat agar pelanggan tidak mudah pindah ke pesaing lain, karena mempertahankan pelanggan yang sudah ada lebih sulit dibandingkan dengan mencari pelanggan baru. Kunci agar perusahaan tetap eksis adalah kemampuan perusahaan untuk mempertahankan pelanggannya, apabila pelanggan pergi (defeksi), maka eksistensi perusahaan tidak diperlukan lagi.

4.6 Pembahasan

4.6.1 Pengukuran Menggunakan *Importance Performance Analysis*(IPA)

Berdasarkan hasil pengukuran, penilaian dan analisis secara kuantitatif dengan menggunakan Diagram Cartesius maka dapat disimpulkan atribut kenyamanan dan keamanan pada saat berada di dalam Salon Bocah ternyata menjadi harapan tertinggi dari pelanggan di Salon Bocah, hal itu dikarenakan ini adalah aspek umum yang dinilai vital. Selanjutnya atribut Fasilitas salon (WC, Mushola dan Ruang tunggu, TV, Wifi), atribut ini memang pada kenyataannya belum sesuai dengan yang diharapkan oleh pelanggan salon bocah, sehingga termasuk ke dalam kuadran I dimana atribut ini harus menjadi perhatian lebih atau bahkan perlu perbaikan sehingga kinerja salon bocah meningkat dan berbanding lurus dengan kepuasan pelanggan yang datang ke salon bocah.

Atribut penataan interior dan eksterior salon, ketersediaan peralatan salon, kebersihan dan kerapihan salon, kebersihan dan kerapihan karyawan, pemberian pelayanan terhadap semua pelanggan tanpa pilih-pilih, tarif salon terjangkau, hasil perawatan sesuai keinginan konsumen, kualitas kosmetik salon baik, kemampuan karyawan dalam berkomunikasi, dan karyawan merespon permintaan pelanggan dengan cepat. Atribut-atribut ini merupakan atribut yang dianggap penting dan telah sesuai dengan kenyataan yang dirasakan oleh pelanggan salon bocah,

sehingga tingkat kepuasan relatif tinggi. Atribut-atribut tersebut kinerjanya tetap harus dipertahankan karena inilah yang kelebihan inilah yang mampu menarik perhatian pelanggan untuk tetap menjadikan salon bocah sebagai tempat pangkas rambut khusus anak-anak.

Atribut-atribut yang dianggap kurang penting oleh pelanggan namun kinerjanya dinilai sudah memuaskan sehingga dirasa berlebihan antara lain kepekaan karyawan salon terhadap kebutuhan dan keinginan pelanggan, karyawan menjalin hubungan baik dengan semua pelanggan, karyawan mampu melayani pelanggan dengan penuh perhatian, karyawan memberikan pelayanan secara maksimal, pelayanan yang cepat dan tepat, karyawan cepat dalam respon keluhan pelanggan, hasil jasa layanan salon memuaskan, karyawan mampu meyakinkan pelanggan terhadap keamanan pelayanan, dan kejujuran karyawan salon. Peningkatan pada atribut-atribut dalam kuadran ini dapat dipertimbangkan kembali karena pengaruh terhadap manfaat yang dirasakan oleh pelanggan sangat kecil dan sebaiknya disesuaikan dengan kebutuhan agar tidak menimbulkan dampak berlebihan.

4.6.2 Pengukuran Menggunakan *Customer Satisfaction Indeks* (CSI)

CSI digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan pengunjung secara menyeluruh dengan melihat tingkat kepentingan dari atribut-atribut produk/jasa. CSI merupakan indeks untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan secara menyeluruh dengan pendekatan yang mempertimbangkan tingkat kepentingan dari atribut-atribut yang diukur. Indeks Kepuasan Konsumen (CSI) sangat berguna untuk tujuan internal perusahaan.

Secara keseluruhan, penilaian pelanggan terhadap kinerja salon Bocah adalah cukup puas. Menurut tingkat kepentingan pelanggan, atribut-atribut layanan yang dianggap paling penting oleh konsumen adalah atribut keamanan dan kenyamanan selama dalam pelayanan dan kepercayaan terhadap pelayanan yang diberikan dan penataan interior serta fasilitas salon. Oleh karena itu, pihak Salon harus mampu menyusun suatu strategi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Tujuan dari

strategi kepuasan pelanggan adalah untuk membuat agar pelanggan tidak mudah pindah ke pesaing lain, karena mempertahankan pelanggan yang sudah ada lebih sulit dibandingkan dengan mencari pelanggan baru.

Berdasarkan hasil analisis *Customer Satisfaction Index* yang dilakukan diketahui bahwa secara umum pelanggan Salon Bocah berada pada kategori puas. Oleh karena itu pihak Salon Bocah harus mampu menyusun suatu strategi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Tujuan dari strategi kepuasan pelanggan ini adalah untuk membuat agar pelanggan tidak mudah pindah ke pesaing lain karena mempertahankan pelanggan yang sudah ada lebih sulit dibandingkan mencari pelanggan baru.

Salon Bocah diharapkan menjalin suatu hubungan atau kemitraan dengan pelanggan secara terus menerus yang pada akhirnya akan menimbulkan kesetiaan pelanggan terhadap Salon Bocah sehingga terhadap hubungan bisnis ulang, disarankan pihak Salon Bocah membuat ataupun menyajikan sebuah daftar nama yang berbentuk buku pelanggan pelanggan untuk terus membina hubungan baik dalam jangka panjang. Dengan tersedianya informasi mengenai nama pelanggan, frekuensi pelanggan yang datang tiap harinya dan jumlah pelanggan yang menggunakan jasa pelayanan salon, pihak salon diharapkan dapat memuaskan pelanggannya secara lebih baik yang pada gilirannya dapat menumbuhkan loyalitas pelanggan.