

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, pengelolaan kegiatan bisnis harus dilakukan secara profesional. Pada umumnya setiap perusahaan selalu berusaha mencapai kesuksesan dalam usahanya, yang berarti bahwa perusahaan selalu berusaha agar kelangsungan hidup usahanya selalu tetap terjamin, berkembang, dan mendapatkan laba. Supaya kegiatan penjualan dapat berjalan dengan lancar maka setiap perusahaan selalu berupaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan dengan memberikan kepada konsumen produk berupa barang atau jasa yang bermutu lebih baik, harga lebih murah, penyerahan lebih cepat, dan pelayanan yang lebih baik daripada para pesaingnya. Hal ini dilakukan dalam upaya untuk memberikan kepuasan kepada konsumen.

Kegiatan bisnis perusahaan harus dapat memberikan kepuasan kepada konsumennya. Banyak sedikitnya kepuasan konsumen yang dapat dipenuhi perusahaan juga merupakan salah satu faktor yang ikut menentukan suatu perusahaan untuk mendapatkan laba dalam jangka panjang. Hal ini tidak berarti bahwa perusahaan harus melayani konsumen secara berlebihan tetapi perusahaan harus mampu memuaskan konsumennya sesuai dengan harapan konsumen.

Dengan semakin meningkatnya kebutuhan yang bersifat perseorangan maupun bisnis industri dalam skala besar, maka pelayanan di sektor jasa makin dituntut, dimana dalam perkembangannya mengarah dalam kegiatan industri yaitu industri jasa. Dalam pertumbuhannya, industri jasa tidak lepas dari persaingan sehingga dibutuhkan adanya usaha-usaha di bidang pemasaran. Peningkatan kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen merupakan salah satu faktor yang sangat penting yang diperlukan oleh suatu perusahaan jasa untuk dapat tetap bertahan dalam persaingan sekarang ini. Adapun kualitas pelayanan yang dimaksud adalah pandangan konsumen dalam jangka panjang atas pelayanan yang diberikan, sedangkan kepuasan konsumen adalah sebuah penilaian yang dibuat berdasarkan suatu pelayanan tertentu yang dijumpai untuk mencapai peningkatan.

Perusahaan harus dapat memahami konsumennya sebaik mungkin agar dapat memberikan pelayanan yang memuaskan konsumennya. Kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen. Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang sangat erat dengan kepuasan konsumen dimana kualitas pelayanan yang baik akan memberikan suatu dorongan kepada konsumen. Untuk menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan, kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan konsumen dan berakhir pada persepsi konsumen. Hal ini berarti bahwa citra kualitas pelayanan yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi pihak penyedia jasa, melainkan berdasarkan persepsi konsumen.

Konsumenlah yang mengkonsumsi dan menikmati pelayanan dari perusahaan sehingga merekalah yang seharusnya menentukan kualitas dari suatu pelayanan. Persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu pelayanan. Perusahaan harus selalu memantau tanggapan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan, apakah konsumen sudah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan dan apakah pelayanan yang diberikan mendapat tanggapan positif atau tidak dari konsumen. Disamping itu, konsumen yang merasa puas juga akan cenderung mengatakan hal-hal yang baik mengenai pelayanan yang diberikan kepada orang lain. Maka perusahaan yang mampu menciptakan dan mempertahankan konsumenlah yang akan sukses dalam persaingan. Oleh karena itu, mengingat betapa pentingnya pelayanan sebagai suatu strategi untuk memenangkan persaingan, maka perusahaan perlu berhati-hati dalam mengambil keputusan di bidang pemasaran, khususnya dalam mempertimbangkan kualitas pelayanan yang dilakukan agar konsumen menjadi puas.

Salon Alex's merupakan salah satu cabang salon kecantikan yang ada di Kota Solo yang pusatnya ada di Kota Surabaya. Adapun jasa yang diberikan adalah perawatan rambut dan body. Dalam usahanya untuk menjamin bahwa konsumen puas dengan pelayanan yang diterima sekaligus untuk mempertahankan konsumen agar tidak lari ke pesain, Salon Alex's berupaya untuk selalu mengutamakan kualitas pelayanannya. Atas dasar inilah maka penulis merasa tertarik untuk mengadakan penelitian untuk disusun menjadi

skripsi dengan judul: “**Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Jasa Salon Alex’s Cabang Solo**”.

1.2. Perumusan Masalah

Dari uraian di atas, dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

- 1) Apakah terdapat pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada jasa Salon Alex’s Cabang Solo?
- 2) Dimensi kualitas pelayanan manakah yang paling kuat mempengaruhi kepuasan konsumen?
- 3) Dimensi kualitas pelayanan manakah yang paling baik menurut penilaian konsumen?

1.3. Batasan Masalah

Agar permasalahan yang diteliti tidak terlalu luas, maka penulis membatasi permasalahan sebagai berikut:

- 1) Subyek Penelitian

Subyek penelitian adalah konsumen/pelanggan jasa Salon Alex’s Cabang Solo.

- 2) Pelayanan

Dimensi kualitas pelayanan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

(Parasuraman, Zeithaml, dan Berry, 1988)

- 1). Reliability: kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.

- 2). Responsiveness: keinginan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap.
- 3). Assurance: mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan serta bebas dari bahaya, resiko maupun keragu-raguan.
- 4). Empaty: kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman terhadap kebutuhan individual para pelanggan.
- 5). Tangibles: fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.

3) Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah rasa puas yang didapatkan pelanggan dengan hak miliknya, yang diukur berdasarkan harapan konsumen. Jika kinerja di bawah harapan, pelanggan kecewa. Jika kinerja sesuai harapan, pelanggan puas. Dan jika kinerja melebihi harapan, pelanggan sangat puas.

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Untuk mengetahui pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada jasa Salon Alex's Cabang Solo.
- 2) Untuk mengetahui dimensi kualitas pelayanan yang paling kuat dalam mempengaruhi kepuasan konsumen.

- 3) Untuk mengetahui dimensi kualitas pelayanan yang paling baik menurut penilaian konsumen.

1.5. Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat yang diperoleh dari penelitian ini antara lain:

- 1) Bagi perusahaan, hasil penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan waktu mendatang.
- 2) Bagi penulis, penelitian ini diharapkan menjadi wahana untuk memperoleh pengetahuan praktis dan empiris di lapangan, disamping pengetahuan teoritikal dan konseptual yang telah penulis miliki saat ini.

1.6. Hipotesis

Hipotesis yang diajukan sebagai jawaban sementara terhadap permasalahan penelitian ini adalah:

- 1) Dimensi kualitas pelayanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.
- 2) Tangibles merupakan dimensi kualitas pelayanan yang paling kuat dalam mempengaruhi kepuasan konsumen.
- 3) Tangible merupakan dimensi kualitas pelayanan yang paling baik menurut penilaian konsumen.

1.7. Metode Penelitian

1.7.1. Metode Pengambilan Sampel

Dalam penelitian ini, subyek yang akan diteliti adalah mereka yang menjadi konsumen/pelanggan jasa Salon Alex's Cabang Solo. Metode pengambilan sampel yang dipergunakan adalah metode Purposive Sampling (J. Supranto 1983 : 45), yaitu sampling dimana pengambilan elemen-elemen yang dimasukkan dalam sampel tersebut representatif atau mewakili populasi dengan tujuan untuk memperoleh sampel yang sesuai dengan karakteristik penelitian. Dengan alasan keterbatasan waktu dan dana, peneliti hanya menggunakan sampel sebanyak 100 responden. Responden yang diteliti adalah konsumen/pelanggan jasa Salon Alex's yang berlokasi di Jl. Baluwarti No. 117 Solo.

1.7.2. Metode Pengumpulan Data

➤ Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya, diamati dan dicatat untuk pertama kalinya. Dalam hal ini penulis memperoleh data primer melalui:

1. Metode Survei

Dalam survei ini, informasi dikumpulkan dari responden dengan menggunakan kuesioner.

2. Metode Wawancara

Yaitu dengan melakukan tanya jawab secara langsung dengan pimpinan perusahaan.

3. Metode Observasi

Yaitu dengan melakukan pengamatan dan pencatatan dengan sistematis terhadap gejala fenomena yang diselidiki.

1.7.3. Metode Pengukuran Data

Untuk pengukuran data, penulis menggunakan kuesioner yang dibagi menjadi 3 bagian:

Bagian I berisi pertanyaan mengenai data diri responden dengan jumlah 3 item.

Bagian II berisi pertanyaan mengenai dimensi kualitas pelayanan yang dimiliki oleh Salon Alex's Cabang Solo dengan jumlah pertanyaan 22 item yang dibagi menjadi beberapa bagian:

1. Pertanyaan no 1-5 mengandung dimensi pelayanan *Reliability*.
2. Pertanyaan no 6-9 mengandung dimensi pelayanan *Responsiveness*.
3. Pertanyaan no 10-13 mengandung dimensi pelayanan *Assurance*.
4. Pertanyaan no 14-18 mengandung dimensi pelayanan *Emphaty*.
5. Pertanyaan no 19-22 mengandung dimensi pelayanan *Tangible*.

Bagian III berisi pertanyaan mengenai penilaian kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan pada jasa Salon Alex's Cabang Solo secara keseluruhan dengan jumlah 1 item.

Pertanyaan kuesioner seluruhnya berjumlah 26 item, responden hanya memilih jawaban-jawaban yang telah tersedia yaitu dengan cara

memberikan tanda silang pada suatu jawaban yang diperoleh dari kuesioner bersifat kualitatif, maka data tersebut dikuantitatifkan dengan skala Likert dengan kategori penilaian sebagai berikut:

SS/SP (sangat setuju/sangat puas) diberi bobot 5

S/P (setuju/puas) diberi bobot 4

R (ragu-ragu) diberi bobot 3

TS/TP (tidak setuju/tidak puas) diberi bobot 2

STS/STP (sangat tidak setuju/sangat tidak puas) diberi bobot 1

1.7.4. Metode Pengujian Instrumen

A). Uji Validitas Kuesioner

Validitas adalah taraf sejauh mana suatu alat pengukur dapat mengukur apa yang seharusnya diukur. Semakin tinggi validitas suatu alat pengukur semakin tepat pula alat ukur itu mengenai sasarannya. Untuk mengukur validitas kuesioner digunakan rumus korelasi *Product Moment*.

(Hadi, 1991 : 13)

$$r_{xy} = \frac{N \sum x.y - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[N \sum x^2 - (\sum x)^2][N \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Keterangan:

r_{xy} = angka korelasi product moment

x = nilai item dari kuesioner

y = nilai dari total item kuesioner

N = banyaknya responden

α = taraf signifikan = 5%

untuk menentukan apakah instrumen itu valid atau tidak valid maka ketentuannya adalah sebagai berikut:

Jika r hitung $\geq r$ tabel dengan taraf signifikan 5%, maka butir pertanyaan tersebut dinyatakan valid.

Jika r hitung $\leq r$ tabel dengan taraf signifikan 5%, maka butir pertanyaan tersebut dinyatakan tidak valid atau gugur.

B). Uji Reabilitas

Tujuan pengujian ini adalah untuk menguji apakah kuesioner yang dibagikan kepada responden benar-benar dapat diandalkan sebagai alat pengukur. Untuk mengetahui tingkat reabilitas item digunakan rumus *Alpha Cronbach's*, dimana rumus ini dipergunakan untuk menguji reabilitas berdasarkan atas uraian atau angket atau kuesioner. Rumus koefisien *Alpha Cronbach's* secara umum (Hadi, 1991 : 56):

$$r_{tt} = \left[\frac{M}{M-1} \right] \left[1 - \frac{V_x}{V_y} \right]$$

Keterangan:

M = jumlah butir

V_x = variansi x

V_y = variansi y

Apabila r_{tt} lebih besar dari r tabel, maka dikatakan reliabilitas tercapai dan ini berarti kuesioner pengukur telah memenuhi syarat. Jika $r_{tt} \geq r$ tabel dengan $\alpha = 5\%$ maka item pertanyaan tersebut sudah memenuhi

syarat keandalan (reliabilitas). Jika $r_{tt} < r$ tabel dengan $\alpha = 5\%$ maka item pertanyaan tersebut tidak reliabel.

1.7.5. Metode Analisis Data

1.7.5.1. Analisis Persentase

Analisis ini digunakan untuk mengetahui profil responden yang menjadi obyek dalam penelitian ini berdasarkan karakteristik demografi responden. Karakteristik demografi yang digunakan terdiri dari jenis kelamin, usia, dan pekerjaan. Rumus analisis persentase yang digunakan adalah (Dajan 1991 : 376)

Rumus:

$$\frac{n_1}{N} \times 100\%$$

Dimana:

n_1 = jumlah responden yang memilih jawaban

N = jumlah responden

1.7.5.2. Analisis Regresi Berganda

Metode ini dimaksudkan untuk melihat hubungan antara dimensi kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen pada jasa Salon Alex's Cabang Solo dan untuk melihat dimensi kualitas pelayanan manakah yang paling besar pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen. Besarnya koefisien regresi menunjukkan adanya pengaruh variabel dimensi kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan konsumen.

Model persamaan regresi berganda secara umum (Algifari, 1997:48):

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + \dots + b_n X_n$$

Dalam penelitian ini model persamaan regresi berganda yang digunakan adalah:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5$$

Dimana:

Y = kepuasan konsumen

a = konstanta

X₁ = Reliability

X₂ = Responsiveness

X₃ = Assurance

X₄ = Empathy

X₅ = Tangibles

b₁, b₂, b₃, b₄, b₅, b₆ = koefisien regresi variabel independen

Pengujian hipotesis dilakukan melalui pengujian, yaitu:

1. Uji Simultan (Uji F)

Pengujian secara serentak dimaksudkan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

Langkah-langkah untuk uji F adalah:

- Menentukan Ho dan Ha

Ho: Tidak ada pengaruh antara dimensi kualitas pelayanan (variabel independen) secara keseluruhan terhadap kepuasan konsumen (variabel dependen).

Ha: Ada pengaruh antara dimensi kualitas pelayanan (variabel independen) secara keseluruhan terhadap kepuasan konsumen (variabel dependen).

- Menentukan daerah penerimaan Ho dan Ha dengan menggunakan distribusi F (ANOVA). Titik kritis dicari pada tabel F dengan α tertentu dengan derajat pembilang k dan derajat penyebut $n - k - 1$, dimana:

n = jumlah sampel data

k = jumlah variabel independen.

- Menghitung nilai statistik uji F – ratio (F hitung) dengan rumus:

$$F = \frac{\frac{SSR}{k}}{\frac{SSE}{n - (k + 1)}}$$

Dimana:

SSR = Sum Of Square Regression

SSE = Sum Of Square error

- Menentukan kriteria keputusan

Ho diterima bila: $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$

Berarti tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen secara keseluruhan dengan variabel dependen.

Ho ditolak bila: $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$

Berarti ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen secara keseluruhan dengan variabel dependen.

2. Uji Parsial (Uji T)

Pengujian secara terpisah bertujuan untuk melihat apakah masing-masing variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Langkah-langkah untuk uji T adalah sebagai berikut:

- Menentukan Ho dan Ha

Ho: $b_1 = 0$, Ho: $b_2 = 0$, Ho: $b_3 = 0$, Ho: $b_4 = 0$, Ho: $b_5 = 0$

Ha: $b_1 \neq 0$, Ha: $b_2 \neq 0$, Ha: $b_3 \neq 0$, Ha: $b_4 \neq 0$, Ha: $b_5 \neq 0$

- Menentukan daerah penerimaan dengan menggunakan distribusi dua sisi. Titik kritis dicari pada tabel distribusi t dengan nilai tertentu dan derajat bebas (df) = $n - k - 1$, dimana:

n = jumlah sampel data

k = jumlah variabel independen

karena pengujian dua sisi maka t tabel menggunakan

$\alpha/2$

- Menghitung nilai statistik uji t dengan menggunakan rumus:

$$t = \frac{b_1}{Sb_1}$$

Keterangan:

b_1 = koefisien regresi variabel X_1

Sb_1 = deviasi standar b_1

- Menentukan kriteria keputusan

H_0 diterima bila $-t \alpha/2 \text{ tabel} < t \text{ hitung} < t \alpha/2 \text{ tabel}$

Secara individu variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

H_0 ditolak bila $t \text{ hitung} < -t \alpha/2 \text{ tabel}$ atau $t \text{ hitung} > t \alpha/2 \text{ tabel}$

Secara individu variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

1.7.5.3. Analisis Penilaian Konsumen Terhadap Dimensi Kualitas pelayanan

Untuk mengetahui penilaian konsumen terhadap dimensi kualitas pelayanan pada jasa Salon Alex's Cabang Solo maka digunakan analisis Aritmatic Mean. Hasil analisis Aritmatik Mean selanjutnya diuji signifikansi dengan menggunakan analisis One Sample t Test dengan test value 3 (nilai tengah interval kelas).

1.7.5.3.1. Analisis Aritmatic Mean

Analisis Aritmatic Mean digunakan untuk mengetahui penilaian konsumen terhadap dimensi kualitas pelayanan, apakah baik atau tidak. Penilaian ini dinilai berdasarkan kriteria menurut skala satu sampai lima. Adapun langkah-langkah yang digunakan adalah sebagai berikut:

- a. Memberi bobot pada jawaban-jawaban yang diberikan oleh responden pada kuesioner dengan skala satu sampai lima. Skala tersebut sebagai berikut:

Sangat Setuju (SS) = 5

Setuju (S) = 4

Ragu-ragu (R) = 3

Tidak Setuju (TS) = 2

Sangat Tidak Setuju (STS) = 1

Dari penilaian bobot jawaban itu bila dikaitkan dengan penilaian konsumen maka dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

Sangat Setuju (SS) = 5 adalah kategori Sangat Baik

Setuju (S) = 4 adalah kategori Baik

Ragu-ragu (R) = 3 adalah kategori Netral (ragu)

Tidak Setuju (TS) = 2 adalah kategori Buruk

Sangat Tidak Setuju (STS) = 1 adalah kategori Sangat Buruk

- b. Menghitung nilai rata-rata terhadap variabel yang diteliti dengan rumus sebagai berikut (Anto Dajan, 1986 : 120). Selain itu, melalui

rata-rata ini kita bisa mengetahui penilaian konsumen terhadap dimensi kualitas pelayanan pada jasa Salon Alex's Cabang Solo.

Rumus:

$$X = \frac{\sum x}{Nn}$$

X = rata-rata (mean) ----- nilai rata-rata penilaian konsumen terhadap dimensi kualitas pelayanan

$\sum x$ = jumlah dari nilai x ----- nilai kuantif total

N = banyaknya responden

n = banyaknya item pertanyaan

Nilai rata-rata penilaian konsumen terhadap dimensi kualitas pelayanan dikategorikan sebagai berikut: (Mulyono, 1991 : 9)

Sangat Baik = 4,21 – 5,00

Baik = 3,41 – 4,20

Netral (ragu) = 2,61 – 3,40

Buruk = 1,81 – 2,60

Sangat Buruk = 1,00 – 1,80

Penentuan jarak setiap kategori sebesar 0,8 didapat dari perhitungan sebagai berikut:

$$\text{interval} = \left[\frac{\text{skortertinggi} - \text{skorterendah}}{\text{banyaknyaalternatifjawaban}} \right] \text{ atau}$$

$$\frac{\text{selisihantaraskortertinggidanterendah}}{\text{jumlahkategori}}$$

$$= (5-1) / 5$$

$$= 0,8$$

1.7.5.3.2. One Sample t Test

Untuk membuktikan secara statistik apakah penilaian konsumen terhadap dimensi kualitas pelayanan pada jasa Salon Alex's Cabang Solo secara nyata adalah baik yaitu dengan menggunakan test value 3. Menurut Santosa (2001) dalam Indra Friadi (2005)

Langkah-langkah pengujian:

1. Menentukan Ho dan Ha

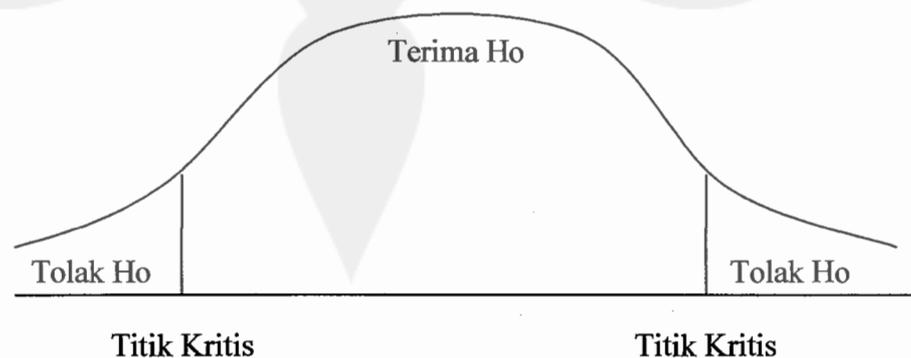
$$H_0 : \mu = 3$$

Menyatakan penilaian konsumen terhadap dimensi kualitas pelayanan sedang atau netral.

$$H_a : \mu \neq 3$$

Menyatakan penilaian konsumen terhadap dimensi kualitas pelayanan baik (>3) atau buruk (<3)

2. Dasar Pengambilan Keputusan



3. Menghitung nilai t dengan menggunakan rumus

$$T = \frac{\bar{X} - \mu}{\frac{S}{\sqrt{n}}}$$

Dimana:

\bar{X} = nilai observasi

μ = test value

S = standar deviasi

N = jumlah data

Taraf signifikan 0,05

4. Kesimpulan

Ho diterima bila t hitung < t tabel atau probabilitas (p) > 0,05

Ha diterima bila t hitung > t tabel atau probabilitas (p) ≤ 0,05

1.8. Sistematika Penulisan

Hasil dari penelitian ini secara garis besar akan dilaporkan sebagai berikut :

BAB I: PENDAHULUAN

Membahas tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, hipotesis, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II: LANDASAN TEORI

Membahas tentang tinjauan pustaka yang menunjang penelitian atau teori-teori yang berlaku yang berkaitan dengan permasalahan dan judul yang akan dibahas.

BAB III: GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Membahas tentang sejarah berdirinya perusahaan, struktur organisasi serta tugas dan tanggung jawab karyawan, kegiatan perusahaan.

BAB IV: ANALISIS DATA

Membahas tentang analisis data dengan menggunakan alat analisis berupa analisis validitas, analisis reliabilitas, analisis persentase, analisis regresi berganda, uji T, uji F, analisis penilaian konsumen terhadap dimensi kualitas pelayanan dengan menggunakan aritmatik mean yang selanjutnya diuji signifikansi dengan menggunakan one sample t test.

BAB V: KESIMPULAN

Berisi kesimpulan dan saran-saran yang diberikan oleh penulis berdasarkan hasil peneliti.