

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN DENGAN METODE *IMPORTANCE PERFORMANCE  
ANALYSIS* (IPA) DAN *POTENTIAL GAIN IN CUSTOMER VALUE* (PGCV)  
DI KLINIK KECANTIKAN INDAH *BEAUTY CARE***

**LAPORAN TUGAS AKHIR**



**Disusun Oleh :**

**WHILDA AVOSMA APRILLIANI**

**NIM 31601601366**

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI  
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG  
SEMARANG**

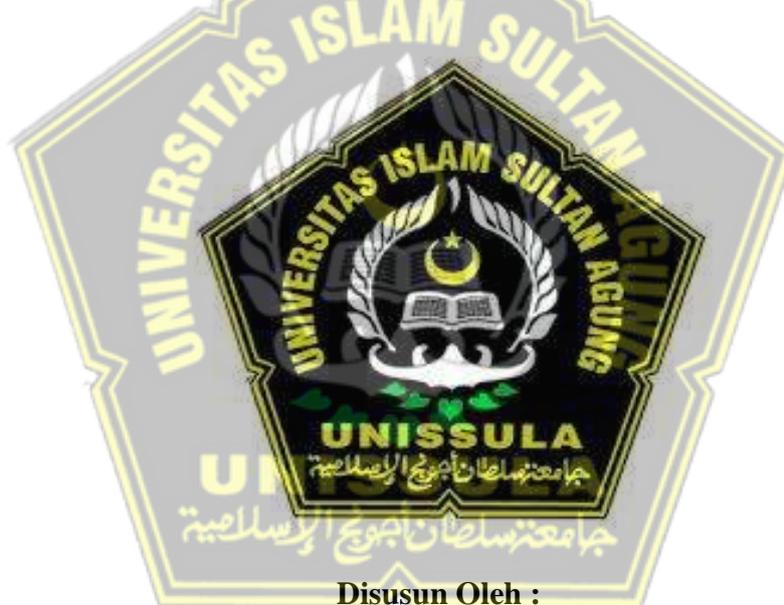
**2021**

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN DENGAN METODE *IMPORTANCE PERFORMANCE  
ANALYSIS* (IPA) DAN *POTENTIAL GAIN IN CUSTOMER VALUE* (PGCV)  
DI KLINIK KECANTIKAN INDAH *BEAUTY CARE***

**LAPORAN TUGAS AKHIR**

LAPORAN INI DISUSUN UNTUK MEMENUHI SALAH SATU SYARAT  
MEMPEROLEH GELAR S1 PADA PRODI TEKNIK INDUSTRI FAKULTAS  
TEKNOLOGI INDUSTRI UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG

SEMARANG



Disusun Oleh :

**WHILDA AVOSMA APRILLIANI**

**NIM 31601601366**

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI  
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG**

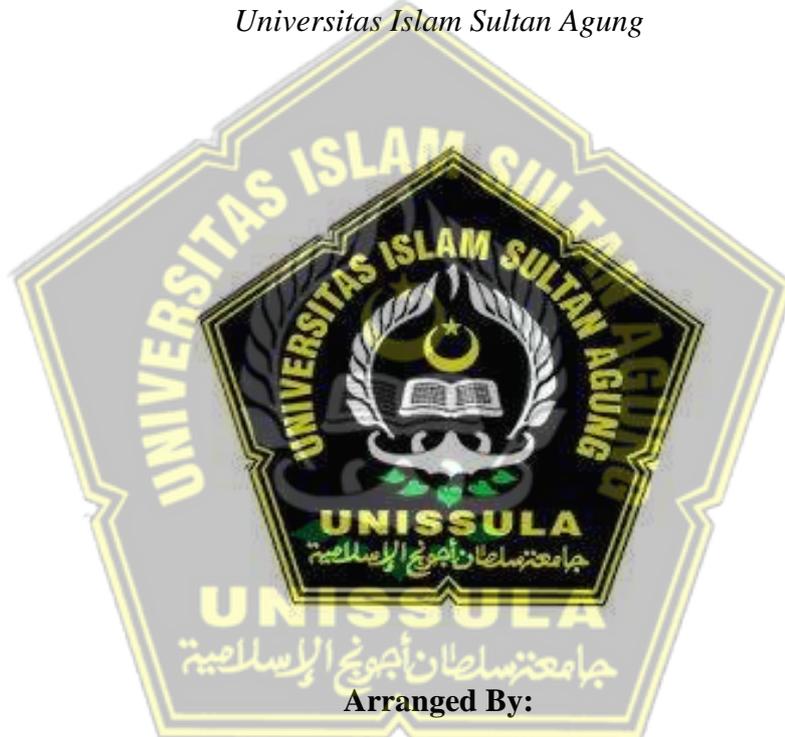
**SEMARANG**

**2021**

**FINAL PROJECT**

**SERVICE QUALITY ANALYSIS TO CUSTOMER SATISFACTION WITH  
IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA) AND POTENTIAL  
GAIN IN CUSTOMER VALUE (PGCV) METHOD AT INDAH BEAUTY  
CARE CLINIC**

*Proposed to complete the requirement to obtain a bachelor's degree (S1) at  
Departement of Industrial Engineering , Faculty of Industrial Technology,  
Universitas Islam Sultan Agung*



**Arranged By:**

**WHILDA AVOSMA APRILLIANI**

**NIM 31601601366**

**DEPARTMENT OF INDUSTRIAL ENGINEERING  
FACULTY OF INDUSTRIAL TECHNOLOGY  
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG  
SEMARANG**

**2021**

**LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING**

Laporan Tugas Akhir dengan judul "ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DENGAN METODE *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA)* DAN *PAIN GAIN IN CUSTOMER VALUE (PGCV)* DI KLINIK KECANTIKAN INDAH *BEAUTY CARE*" ini disusun oleh :

Nama : Whilda Avosma Aprilliani

NIM : 31601601366

Program Studi : Teknik Industri

Telah disahkan oleh dosen pembimbing pada :

Hari : Rabu

Tanggal : 18 Agustus 2021

Pembimbing I

Nuzulia  
Khoiriyah  
2021.08.16  
10:08:00  
+07'00'

Pembimbing II

Digitally signed  
by Eli Mas'idah  
Date:  
2021.08.17  
16:48:58 +07'00'

Nuzulia Khoiriyah, ST., MT

NIDN. 0624057901

Ir. Hj. Eli Mas'idah, MT

NIDN. 0615066601

Mengetahui,

Ketua Program Studi Teknik Industri



Nuzulia Khoiriyah

2021.08.16

10:08:48 +07'00'

Nuzulia Khoirivah ST., MT

NIK. 210603029

**LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI**

Laporan Tugas Akhir dengan judul "ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DENGAN METODE *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA)* DAN *PAIN GAIN IN CUSTOMER VALUE (PGCV)* DI KLINIK KECANTIKAN INDAH *BEAUTY CARE*" ini telah dipertahankan di depan dosen penguji Tugas Akhir pada :

Hari

Rabu

Tanggal

18 Agustus 2021

**TIM PENGUJI**

Anggota I

**Ir. Sukarno Budi U., MT**

NIK. 0619076401

Anggota II

**Muhammad Sagaf, ST., MT**

NIK. 0623037705

**Ketua Penguji**

**Akhmad Syakhroni, ST., M.Eng.**

NIDN. 0618037601

Digitally signed by Akhmad Syakhroni, ST, M.Eng  
DN: cn=Akhmad Syakhroni, ST, M.Eng, o=Universitas Islam Sultan Agung, ou=Fakultas Teknologi Industri, email=akhsyakhroni@iainsultanagung.ac.id, c=Indonesia,  
Date: 2021.08.16 10:53:36 +0700

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Whilda Avosma Aprilliani  
NIM : 31601601366  
Judul Tugas Akhir : ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DENGAN METODE *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS* (IPA) DAN *POTENTIAL GAIN IN CUSTOMER VALUE* (PGCV) DI KLINIK KECANTIKAN INDAH *BEAUTY CARE*

Dengan ini saya menyatakan bahwa judul dan isi Tugas Akhir yang saya buat dalam rangka menyelesaikan Pendidikan Strata Satu (S1) Teknik Industri tersebut adalah asli dan belum pernah diangkat, ditulis ataupun dipublikasikan oleh siapapun baik keseluruhan maupun sebagian, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka, dan apabila di kemudian hari ternyata terbukti bahwa judul Tugas Akhir tersebut pernah diangkat, ditulis ataupun dipublikasikan, maka saya bersedia dikenakan sanksi akademis. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sadar dan penuh tanggung jawab.

Semarang, 18 Agustus 2021

Yang Menyatakan



Whilda Avosma Aprilliani

## PERSEMBAHAN

---

*Kupersembahkan untuk,*

*Kedua Orang Tua dan adek ku :*

**Bapak Sugito**

**Ibu Susianah**

**Adek Wanda Febriana Putri**



## MOTTO

*“Untuk menggapai apa yang kamu inginkan, kamu harus terus mengejar dan berjuang untuk mewujudkannya. Kemudian pada saat yang sama jaga dirimu dan kesehatanmu”*

***Park Chanyeol***

*“Setiap fase yang kamu jalani harus bisa mendatangkan pelajaran untuk naik ke fase berikutnya”*

***Merry Riana***

*“Hiduplah seakan-akan kamu akan mati besok. Belajarlah seakan-akan kamu akan hidup selamanya”*

***Mahatma Gandhi***



## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas kebesaran, limpahan rahmat serta karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir (TA). Sholawat serta salam semoga selalu dilimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW.

Penyusunan laporan Tugas Akhir ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan untuk mendapatkan gelar ST, Program Studi Teknik Industri, Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan serta arahan dari berbagai pihak sehingga Laporan Tugas Akhir ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Allah SWT yang memudahkan penulis dalam membuat dan menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini.
2. Bapak dan Ibu selaku orang tua Penulis yang selalu memberikan do'a, perhatian, dorongan, semangat, materi dan limpahan kasih sayang yang tiada henti kepada Penulis.
3. Ibu Nuzulia Khoiriyah, ST., MT dan Ibu Ir. Hj. Eli Mas'idah, MT selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan pengarahan dan bimbingan dalam menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini.
4. Bapak Akhmad Syakhroni, ST., M.Eng, Bapak Ir. Sukarno Budi U, MT dan Bapak Muhammad Sagaf, ST., MT selaku dosen penguji yang bersedia memberikan masukan berupa saran maupun kritik.
5. Bapak dan Ibu Dosen Teknik Industri Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang telah membimbing dan mengajar materi selama perkuliahan.
6. Yuyun Muryani S. Kep yang telah memberikan izin penelitian sekaligus memberikan informasi mengenai pelayanan di Klinik Kecantikan Indah *Beauty Care*.

7. Terima kasih Nenek, Wanda, Alfandya, Widya yang selalu memberikan semangat dan mengingatkan untuk segera menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini.
8. Terima kasih teman-teman Teknik Industri Angkatan 2016, Viky, Mas Teguh, dan Zizi yang telah memberikan masukan dalam menempuh Gelar Sarjana Teknik ini.
9. Teman-teman Kanssas, Blackfire, Bright dan Chanyeol terima kasih sudah menjadi motivasi terbaik dan memberikan semangat dalam menyusun Laporan Tugas Akhir.
10. Serta semua pihak terkait lainnya yang telah banyak membantu dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir.

Akhir kata saya mohon maaf apabila terdapat kesalahan maupun kekurangannya, untuk kritik dan saran saya harapkan dari pembaca. Semoga laporan ini bermanfaat, sehingga dapat dipergunakan oleh semua pihak yang membutuhkan, terimakasih saya ucapkan.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Semarang, 15 Agustus 2021



Whilda Avosma Aprilliani

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ( Bahasa Indonesia ) .....	i
HALAMAN JUDUL (Bahasa Inggris) .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR ...	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
PERSEMBAHAN .....	vii
MOTTO .....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvii
ABSTRAK .....	xviii
<i>ABSTRACT</i> .....	xix
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	4
1.3 Pembatasan Masalah .....	4
1.4 Tujuan Penelitian .....	5
1.5 Manfaat Penelitian .....	5
1.6 Sistematika Penulisan .....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI .....	8
2.1 Tinjauan Pustaka .....	8
2.2 Landasan Teori .....	17
2.2.1 Jasa .....	17
2.2.2 Kualitas Pelayanan .....	18

2.2.3	Kepuasan Konsumen .....	20
2.2.4	Uji Validitas .....	22
2.2.5	Uji Reliabilitas .....	23
2.2.6	Metode <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA) .....	23
2.2.7	Metode <i>Potential Gain in Customer Values</i> (PGCV).....	25
2.3	Hipotesis dan Kerangka Teoritis.....	27
2.3.1	Hipotesis .....	27
2.3.2	Kerangka Teoritis.....	28
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>		<b>29</b>
3.1	Pengumpulan Data .....	29
3.1.1	Pengambilan Data .....	29
3.1.2	Penyusunan Kuisisioner .....	29
3.1.3	Populasi dan Sampel .....	29
3.1.4	Teknik Sampling.....	29
3.2	Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.2.1	Kuesioner .....	30
3.3	Pengujian Hipotesa .....	31
3.4	Metode Analisis .....	31
3.5	Pembahasan.....	33
3.6	Penarikan Kesimpulan .....	34
3.7	Diagram Alir .....	35
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>36</b>
4.1	Pengumpulan Data .....	36
4.1.1	Profil Perusahaan .....	36
4.1.2	Visi dan Misi Klinik Kecantikan Indah <i>Beauty Care</i> .....	36
4.1.3	Penyusunan Atribut Kuisisioner .....	37
4.1.4	Penentuan Sampel.....	39
4.1.5	Karakteristik Responden.....	40
4.2	Pengolahan Data .....	41
4.2.1	Pengujian Data .....	41
4.2.2	Pengolahan Data <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA) .....	45

4.3	Analisa dan Interpretasi .....	55
4.3.1	Analisa Hasil Pengujian Data .....	55
4.3.2	Analisa Metode <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA) .....	57
4.3.3	Analisa Metode <i>Potential Gain in Costumer Value</i> (PGCV) .....	61
4.3.4	Interpretasi .....	62
4.4	Pembuktian Hipotesa .....	64
4.4.1	Usulan Perbaikan .....	64
BAB V PENUTUP.....		68
5.1	Kesimpulan .....	68
5.2	Saran .....	69
DAFTAR PUSTAKA .....		70
LAMPIRAN		



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Pelanggan Tahun 2019 dan 2020 .....	2
Tabel 2. 1 Kajian Literatur .....	12
Tabel 3. 1 Skala Penelitian Kuesioner .....	31
Tabel 4. 1 Variabel Penelitian <i>Tangible</i> .....	38
Tabel 4. 2 Variabel Penelitian <i>Reliability</i> .....	38
Tabel 4. 3 Variabel Penelitian <i>Responsiveness</i> .....	38
Tabel 4. 4 Variabel Penelitian <i>Assurance</i> .....	39
Tabel 4. 5 Variabel Penelitian <i>Empathy</i> .....	39
Tabel 4. 6 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	40
Tabel 4. 7 Jumlah Responden Berdasarkan Usia .....	41
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Tingkat Kepentingan Menggunakan <i>Software</i> SPSS .....	42
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Tingkat Kepuasan Menggunakan <i>Software</i> SPSS .....	44
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Kepentingan Menggunakan <i>Software</i> SPSS .....	45
Tabel 4. 11 Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Kepuasan Menggunakan <i>Software</i> SPSS .....	45
Tabel 4. 12 Perhitungan total skor dan rata-rata tingkat kepuasan dan tingkat kepentingan pelanggan .....	46
Tabel 4. 13 Hasil Perhitungan Tingkat Kesesuaian .....	49
Tabel 4. 14 Keputusan <i>Hold and Action</i> .....	51
Tabel 4. 15 Atribut - atribut pada Kuadran I Berdasarkan Perhitungan Metode IPA .....	52
Tabel 4. 16 Prioritas Perbaikan Berdasarkan Perhitungan PGCV .....	54
Tabel 4. 17 Atribut Pernyataan Yang Menempati Kuadran I .....	57
Tabel 4. 18 Atribut Pernyataan Yang Menempati Kuadran II .....	58
Tabel 4. 19 Atribut Pernyataan Yang Menempati Kuadran III .....	59
Tabel 4. 20 Atribut Pernyataan Yang Menempati Kuadran IV .....	60

Tabel 4. 21 Atribut - atribut Perbaikan Berdasarkan Perhitungan PGCV .....	61
Tabel 4. 22 Perbandingan antara hasil metode IPA dan PGCV.....	63
Tabel 4. 23 Urutan Prioritas Perbaikan .....	63
Tabel 4. 24 Usulan Perbaikan dengan 5W+1H.....	65



## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1. 1</b> Kedatangan pelanggan di Klinik Kecantikan Indah <i>Beauty Care</i> ....	3
<b>Gambar 2. 1</b> Diagram Kartesius .....	24
<b>Gambar 2. 2</b> Kerangka Teoritis .....	28
<b>Gambar 3. 1</b> Diagram Alir .....	35
<b>Gambar 4. 1</b> Hasil Pembuatan Diagram Kartesius .....	52



## DAFTAR LAMPIRAN

**LAMPIRAN A1. KUESIONER TERBUKA**

**LAMPIRAN A2. KUESIONER TERTUTUP**

**LAMPIRAN A3. DATA MENTAH KUESIONER TERTUTUP**

**LAMPIRAN A4. UJI VALIDITAS DAN UJI RELIABILITAS**

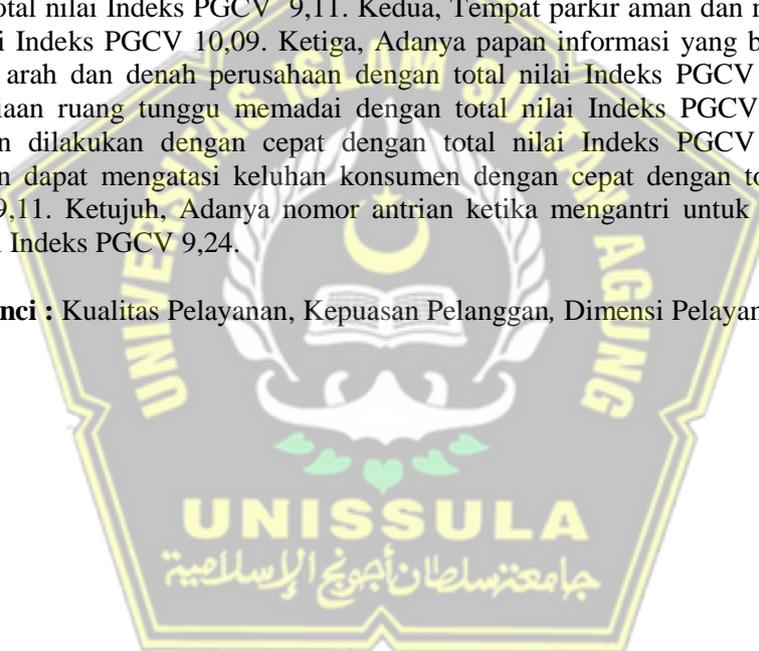
**LAMPIRAN A5. DOKUMENTASI**



## ABSTRAK

Klinik Kecantikan Indah *Beauty Care* merupakan perusahaan yang bergerak di bidang kecantikan terutama pada perawatan kulit wajah dan tubuh. Klinik Kecantikan Indah *Beauty Care* saat ini sedang dihadapkan dengan permasalahan jumlah konsumen yang bersifat fluktuatif. Sehingga perlu dilakukan penelitian kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan untuk mengetahui atribut apa saja yang diprioritaskan konsumen untuk segera dilakukan perbaikan. Berdasarkan permasalahan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas pelayanan yang diberikan Klinik Kecantikan Indah *Beauty Care* dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Pain Gain in Customer Value* (PGCV). Dalam penelitian yang menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA), terdapat 6 atribut yang menempati kuadran pertama pada diagram kartesius. Selanjutnya pada metode *Pain Gain in Customer Value* (PGCV), terdapat 7 atribut yang dijadikan prioritas untuk segera dilakukan perbaikan. Diantaranya adalah, Fasilitas lengkap termasuk AC, toilet, tempat shalat, cctv dan wifi dengan total nilai Indeks PGCV 9,11. Kedua, Tempat parkir aman dan memadai dengan total nilai Indeks PGCV 10,09. Ketiga, Adanya papan informasi yang berisikan tentang petunjuk arah dan denah perusahaan dengan total nilai Indeks PGCV 9,15. Keempat, Ketersediaan ruang tunggu memadai dengan total nilai Indeks PGCV 10,89. Kelima, Pelayanan dilakukan dengan cepat dengan total nilai Indeks PGCV 9,80. Keenam, Karyawan dapat mengatasi keluhan konsumen dengan cepat dengan total nilai Indeks PGCV 9,11. Ketujuh, Adanya nomor antrian ketika mengantri untuk dilayani dengan total nilai Indeks PGCV 9,24.

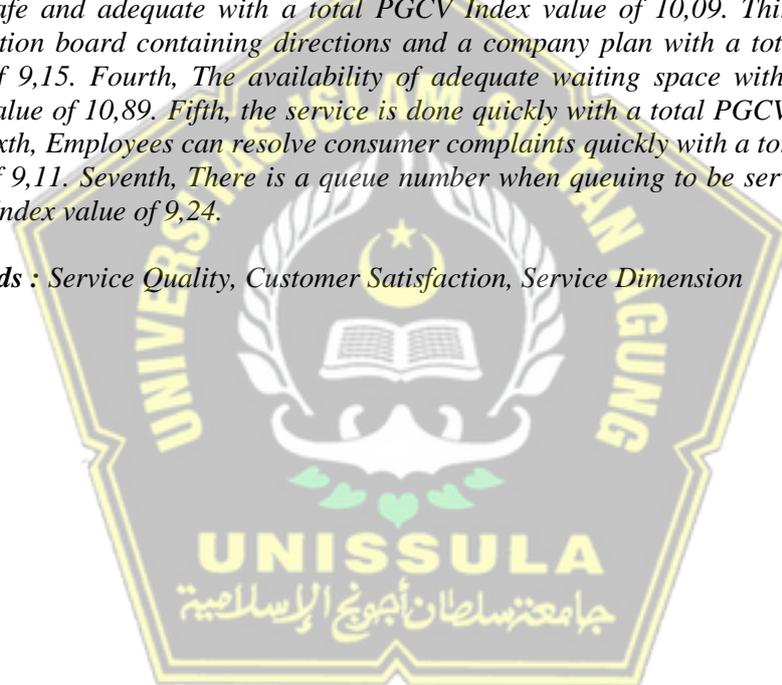
**Kata Kunci :** Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Dimensi Pelayanan



## **ABSTRACT**

*Beauty Clinic Indah Beauty Care is a company engaged in the field of beauty, especially in facial and body skin care. Beauty Beauty Care Clinic is currently faced with the problem of the number of consumers who are volatile. So it is necessary to research the quality of service to customer satisfaction to know what attributes are prioritized by consumers for immediate improvement. . Based on these problems, this study aims to analyze the quality of services provided by Beauty Beauty Care Clinic using Importance Performance Analysis (IPA) and Pain Gain in Customer Value (PGCV) methods. In the study using the Importance Performance Analysis (IPA) method, there were 6 attributes that occupy the first quadrant of the cartesian diagram. Next in the Pain Gain in Customer Value (PGCV) method, there are 7 attributes that are prioritized for immediate improvement. Among them are, Complete facilities including air conditioning, toilet, prayer place, cctv and wifi with a total PGCV Index value of 9,11. Second, The parking lot is safe and adequate with a total PGCV Index value of 10,09. Third, There is an information board containing directions and a company plan with a total PGCV Index value of 9,15. Fourth, The availability of adequate waiting space with a total PGCV Index value of 10,89. Fifth, the service is done quickly with a total PGCV Index value of 9,80. Sixth, Employees can resolve consumer complaints quickly with a total PGCV Index value of 9,11. Seventh, There is a queue number when queuing to be served with a total PGCV Index value of 9,24.*

**Keywords :** *Service Quality, Customer Satisfaction, Service Dimension*



# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Seiring berkembangnya zaman pada era globalisasi ini terdapat persaingan bisnis maupun usaha yang semakin pesat. Dimana hal ini akan menjadi sebuah tantangan bagi para pelaku usaha untuk memenangkan persaingan. Dalam memenangkan persaingan tersebut para pelaku usaha harus memiliki suatu produk atau jasa yang lebih unggul agar mampu bertahan dalam bersaing dengan pelaku usaha lainnya. Upaya yang dapat dilakukan yaitu dengan meningkatkan kualitas pelayanan terhadap konsumen. Hal ini nantinya akan menjadi parameter keberhasilan sebuah bisnis maupun usaha.

Suatu bisnis atau usaha yang mampu memberikan kepuasan terhadap konsumen membuat perusahaan tersebut mendapatkan citra positif dimata konsumen. Dengan memberikan pelayanan terbaik dapat mendorong minat konsumen untuk menggunakan kembali jasa tersebut sehingga tercipta loyalitas. Klinik Kecantikan Indah *Beauty Care* ini merupakan salah satu usaha pelayanan jasa yang berpusat di Jl. Raya Tayu – Pati, Bondol, Sendangrejo, Kabupaten Pati. Klinik Kecantikan Indah *Beauty Care* merupakan perusahaan yang bergerak di bidang kecantikan terutama pada perawatan kulit wajah dan tubuh. Proses perawatan di Klinik Kecantikan Indah *Beauty Care* menggunakan bahan yang aman dan alami. Klinik Kecantikan Indah *Beauty Care* sudah beroperasi selama 3 tahun di bidang kecantikan kulit yang aman, nyaman dan harga terjangkau.

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan peneliti kepada salah satu karyawan yang bekerja di Klinik Kecantikan Indah *Beauty Care*, saat ini Klinik Kecantikan Indah *Beauty Care* sedang dihadapkan dengan permasalahan jumlah konsumen yang bersifat fluktuatif. Hal ini disebabkan banyaknya pesaing dalam menjalankan usaha di bidang yang sama. Sedangkan pihak manajemen di Klinik Kecantikan Indah *Beauty Care* telah menetapkan target yang harus dicapai adalah 6000 pelanggan untuk jangka waktu satu tahun. Dilihat pada tahun 2019 total kedatangan pelanggan sebanyak 4810 dan untuk tahun 2020 total kedatangan

pelanggan sebanyak 4635. Dapat diartikan bahwa perusahaan Klinik Kecantikan Indah *Beauty Care* belum bisa memenuhi target yang telah ditetapkan. Berbagai upaya telah dilakukan untuk meningkatkan jumlah kedatangan pelanggan. Diantaranya adalah melakukan penyebaran brosur melalui cabang minimarket, dan memberikan promo berupa diskon pada hari-hari besar. Supaya bisa mencapai target tersebut, maka perlu dilakukan penilaian terhadap kualitas pelayanan untuk membantu perusahaan dalam meningkatkan pelayanan menjadi lebih baik. Sehingga dapat memberikan kepuasan bagi setiap pelanggan agar tetap menggunakan pelayanan di Klinik Kecantikan Indah *Beauty Care*.

Pihak Klinik Kecantikan Indah *Beauty Care* belum pernah melakukan evaluasi secara berkala mengenai kualitas pelayanan yang telah diberikan perusahaan, maka dari itu peneliti ingin melakukan analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Klinik Kecantikan Indah *Beauty Care* untuk mengetahui atribut apa saja yang lebih diprioritaskan oleh pelanggan untuk diperbaiki ke depannya. Berikut ini adalah data pelanggan di Klinik Kecantikan Indah *Beauty Care* :

**Tabel 1. 1** Data Pelanggan Tahun 2019 dan 2020

<b>Bulan</b>	<b>Jumlah Pelanggan Tahun 2019</b>	<b>Jumlah Pelanggan Tahun 2020</b>
Januari	324	312
Februari	402	422
Maret	398	518
April	400	436
Mei	378	326
Juni	531	304
Juli	303	406
Agustus	405	298
September	354	503
Oktober	368	415
November	441	378
Desember	506	317

Berikut ini adalah grafik jumlah kedatangan pelanggan di Klinik Kecantikan Indah *Beauty Care* pada bulan Januari – Desember Tahun 2019 dan 2020 :



**Gambar 1. 1** Kedatangan pelanggan di Klinik Kecantikan Indah *Beauty Care*

Berdasarkan pada gambar 1.1 dapat diketahui bahwa dalam klinik kecantikan Indah *Beauty Care* ini didapatkan jumlah data pelanggan pada tahun 2019 dan 2020 yang bersifat fluktuatif. Dapat dilihat pada tahun 2019, pada bulan Juni terjadi kenaikan yang begitu pesat dikarenakan menjelang hari Raya Idul Fitri. Lalu disusul pada bulan Juli terjadi penurunan dikarenakan banyak pelanggan yang sudah melakukan perawatan pada bulan Juni. Terjadi kenaikan lagi pada bulan Desember dikarenakan mendekati hari natal dan hari pergantian tahun, jadi pelanggan banyak yang melakukan perawatan. Selain itu, pada tahun 2020 tepatnya pada bulan Februari terjadi lonjakan jumlah kedatangan pelanggan yang dikarenakan hendak mendekati *valentine day*. Lalu pada bulan April – Agustus terjadi penurunan dan kenaikan secara fluktuatif yang dikarenakan pada bulan tersebut masih genting-gentingnya pandemi yang terjadi di Kota Pati. Pada bulan September terjadi kenaikan jumlah kedatangan pelanggan setelah meredanya penyebaran virus corona di Kota Pati.

Studi pendahuluan dilanjutkan dengan *survey* langsung dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada 100 pelanggan yang telah menggunakan jasa layanan di Klinik Kecantikan Indah *Beauty Care*. Dapat dikatakan pada

penyebaran kuesioner tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan relatif lebih rendah. Hal ini disebabkan karena adanya beberapa pelanggan yang belum merasa puas dengan pelayanan yang diberikan di Klinik Kecantikan Indah *Beauty Care*. Berikut ini adalah hasil rekap kuesioner yang dilakukan peneliti kepada pelanggan yang menggunakan jasa pelayanan di Klinik Kecantikan Indah *Beauty Care* terkait dengan atribut yang diprioritaskan pelanggan untuk segera dilakukan perbaikan. Diantaranya adalah ketersediaan ruang tunggu yang memadai, tempat parkir aman dan memadai, pelayanan dilakukan dengan cepat, adanya nomor antrian ketika mengantri untuk dilayani, adanya papan informasi yang berisikan tentang petunjuk arah dan denah perusahaan, fasilitas lengkap termasuk AC, toilet, tempat shalat, cctv dan wifi, karyawan dapat mengatasi keluhan konsumen dengan cepat. Dengan adanya keluhan yang dirasakan pelanggan dapat memungkinkan pelanggan berpindah ke pelayanan yang lain, maka perlu adanya metode yang tepat yang dapat digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan di Klinik Kecantikan Indah *Beauty Care*.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang yang ada di atas maka yang menjadi pokok permasalahan ini adalah :

- a. Apakah tingkat kepentingan (*Importance*) dan kepuasan (*satisfaction*) pelanggan terhadap kinerja (*performance*) pelayanan di Klinik Kecantikan Indah *Beauty Care* sudah sesuai dengan keinginan pelanggan?
- b. Apa saja yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan kualitas pelayanan di Klinik Kecantikan Indah *Beauty Care* agar memberikan kepuasan bagi pelanggan dalam pelayanan?

## **1.3 Pembatasan Masalah**

Agar penelitian yang dilakukan lebih terarah, maka penulis melakukan pembatasan masalah dalam lingkup penelitian. Pembatasan masalah yang dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Penelitian ini menganalisis kualitas pelayanan di klinik kecantikan Indah *Beauty Care* terhadap kepuasan pelanggan.
- b. Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan yang melakukan *treatment* di Klinik Kecantikan Indah *Beauty Care*.
- c. Kuisisioner yang digunakan dalam penelitian ini ada dua yaitu kuisisioner terbuka dan kuisisioner tertutup. Dimana dalam setiap pernyataan pada kuisisioner tertutup disediakan alternatif jawaban yang memungkinkan responden untuk memilih jawaban yang sesuai dengan pendapatnya.

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

- a. Melakukan analisis untuk melihat kesesuaian antara tingkat kepentingan dan kepuasan konsumen pada klinik kecantikan Indah *Beauty Care*.
- b. Untuk mengetahui prioritas perbaikan kualitas pelayanan pada klinik kecantikan Indah *Beauty Care*.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang akan diperoleh dalam penelitian ini adalah :

- a. Hasil penelitian ini dapat membantu klinik kecantikan Indah *Beauty Care* dalam meningkatkan kualitas pelayanan.
- b. Penelitian ini dapat memberikan tambahan wawasan dan beberapa masukan yang dapat dipertimbangkan dalam menentukan kebijakan untuk meningkatkan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.
- c. Hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan untuk memperbaiki lagi kualitas pelayanan dibandingkan dengan pelayanan sebelumnya.

#### **1.6 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan dalam laporan Tugas Akhir ini terbagi dalam beberapa bab, antara lain :

## **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini berisi tentang latar belakang dalam melakukan penelitian, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI**

Pada bab ini akan diuraikan mengenai teori-teori yang diperlukan untuk memecahkan masalah serta berbagai referensi yang dijadikan landasan penelitian ini dilakukan.

## **BAB III METODE PENELITIAN**

Pada bab ini berisikan tentang urutan langkah dan metode-metode yang digunakan dalam menyelesaikan masalah, metode pengumpulan data, uji keabsahan data, dan pengolahan data yang dilakukan.

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini berisi tentang deskripsi lokasi penelitian, hasil penelitian beserta pengolahan data penelitian tugas akhir berupa data mentah dari hasil penyebaran kuisioner kemudian dilanjutkan melakukan uji validitas dan uji reliabilitas, mencari atribut yang diprioritaskan dengan metode IPA, selanjutnya menghitung indeks PGCV untuk menentukan atribut yang diprioritaskan secara lebih rinci, serta analisis dari penelitian.

## **BAB V PENUTUP**

Pada bab ini berisikan tentang kesimpulan dari hasil penelitian dan saran penulis berdasarkan dengan penelitian yang telah dilakukan di Klinik Kecantikan Indah *Beauty Care*.



## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

#### 2.1 Tinjauan Pustaka

Pada studi literatur ini akan dibahas mengenai hasil dari penelitian yang sudah ada sebelumnya diantaranya adalah sebagai berikut :

- a. Penelitian ini dilakukan oleh (Umam & Hariastuti, 2018) yang membahas tentang “Analisa Kepuasan Pelanggan Dengan Menggunakan Metode *Customer Satisfaction Index (CSI)* dan *Importance Performance Analysis (IPA)*”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan *costumer* OIS *Photography* terhadap pelayanan dan kinerja perusahaan yang sudah dirasakan serta menentukan kriteria-kriteria yang menjadi prioritas pelayanan. Adapun hasil yang diperoleh dari penelitian tersebut berupa adanya atribut yang dianggap penting dan perlu diprioritaskan untuk kepuasan konsumen yaitu pada variasi pilihan jasa yang beragam, masa tunggu hasil cetak foto yang tidak terlalu lama, dan kemampuan karyawan dalam memahami keinginan konsumen.
- b. Penelitian yang dilakukan oleh (Sukwadi, 2014) membahas tentang “Penentuan Prioritas Perbaikan Kualitas Layanan Transjakarta Dengan Menggunakan Metode IPA-PGCV”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana tingkat perbaikan yang diinginkan oleh masyarakat terhadap pelayanan yang mereka peroleh. Hasil yang diperoleh dari penelitian tersebut adalah dapat diketahuinya urutan prioritas perbaikan dalam pelayanan tersebut berupa kemudahan penumpang dalam memberikan saran, waktu untuk mengantri tiket, kemudahan penumpang dalam menyampaikan pengaduan, ketersediaan fasilitas bagi penumpang yang disabilitas, penampilan pegawai, biaya TransJakarta, kemudahan penumpang dalam menjangkau halte dan jumlah armada bus TransJakarta.
- c. Penelitian yang dilakukan oleh (Purnomo & Riandadari, 2015) yang membahas tentang “Analisa Kepuasan Pelanggan Terhadap Bengkel Dengan Metode IPA (*Importance Performance Analysis*) di PT. Arina Parama Jaya

Gresik”. Tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah untuk menganalisa kepuasan pelanggan terhadap atribut-atribut mutu pelayanan dan untuk menganalisa atribut kualitas pelayanan yang dianggap penting dalam menentukan kepuasan pelanggan. Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini adalah didapatkan rata-rata tingkat kesesuaian sebesar 94%. Dalam diagram kartesius terdapat 13 atribut pelayanan yang dianggap sangat penting yang dimana terletak pada bagian kuadran A sebanyak 6 atribut dan pada bagian kuadran B terdapat 7 atribut.

- d. Penelitian yang dilakukan oleh (Putri & Martha, 2019) yang membahas tentang “Analisis Kualitas Pelayanan Akademik Dengan Metode SERVPERF dan IPA”. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk menganalisis kualitas pelayanan akademik FMIPA Untan pada mahasiswa tahun 2017/2018. Hasil penelitian yang diperoleh dalam perhitungan tersebut adalah menunjukkan bahwa ada beberapa atribut yang memerlukan perbaikan meliputi kemudahan memperoleh informasi bagi mahasiswa, proses pelayanan yang cepat dan tidak berbelit terkait dengan kebutuhan mahasiswa dan kesabaran petugas dalam menanggapi keluhan mahasiswa.
- e. Penelitian yang dilakukan oleh (Affiudin & Sulistyawati, 2019) membahas tentang “Analisa Peningkatan Kualitas Pada Pelayanan PT. Sucofindo *Analytical* Laboratorium Surabaya Dengan Menggunakan Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Potential Gain In Customer Value* (PGCV)”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dengan cara membandingkan persepsi pelanggan dengan harapan pelanggan mengenai kinerja PT. Sucofindo *Analytical* Laboratorium Surabaya. Hasil yang diperoleh setelah melakukan penelitian yaitu terdapat lima hal penting yang perlu di improvisasi yaitu mengenai tercantumnya harga jas, area parkir yang luas dan mudah, harga yang standar untuk laboratorium pengujian, sering ada promo atau potongan harga, dan pelayanan yang adil tanpa memandang status sosial.
- f. Penelitian ini dilakukan oleh (Siregar, 2006), yang membahas tentang “Analisis Tingkat Kualitas Pelayanan Dengan Metode *Index Potential Gain*

*Customer Value* (PGCV) Di PT Bank Muamalat Indonesia Cabang Medan”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kualitas pelayanan yang berkaitan dengan kepuasan nasabah Bank Muamalat. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah terdapat 6 variabel kunci yang harus diperbaiki pihak Bank Muamalat, diantaranya adalah kenyamanan ruangan (keberadaan AC), pengaturan kursi untuk menunggu, lokasi bank yang strategis, penguasaan dan pengetahuan karyawan, jaminan kerahasiaan nasabah, dan keamanan dalam bertransaksi.

- g. Penelitian ini dilakukan oleh (Wicaksono, Setyanto, & Oktavianty, 2003), yang membahas tentang “Analisis Kepuasan Pelanggan Pada Pelayanan Kesehatan Dengan Menggunakan Metode *Potential Gain in Customer Value* (PGCV) Dan *Entropy*”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui nilai kesenjangan antara persepsi dan ekspektasi pelanggan kemudian mengetahui atribut apa saja yang perlu diprioritaskan dalam perbaikan layanan rumah sakit. Adapun hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah terdapat lima atribut yang perlu mendapatkan perbaikan berdasarkan hasil perhitungan PGCV. Adapun rekomendasi perbaikan antara lain melakukan penerapan 5R dan audit kebersihan, melengkapi peralatan dan penunjang sesuai standar, melengkapi obat yang tersedia di apotek rumah sakit dan lain-lain.
- h. Penelitian ini dilakukan oleh (Sugijanto & Surabagiarta, 2016), yang membahas tentang “Analisis Tingkat Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Pendekatan Model Kano dan *Importance Performance Analysis* (IPA)”. Tujuan dari penelitian ini adalah mengidentifikasi atribut-atribut layanan fungsional dan disfungsional, mengetahui nilai kategori atau *grade* tiap – tiap atribut, mengukur hubungan antara persepsi dan tingkat kepentingan tiap atribut dan menghasilkan atribut prioritas utama yang harus dilakukan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Hasil yang diperoleh dari penelitian tersebut adalah pada hasil diagram model Kano terdapat 2 atribut yang berkategori *attractive*, sedangkan yang berkategori *one-dimensional* sebanyak 6 atribut, dan ada 1 atribut yang termasuk kategori

*must-be*. Lalu pada skor penilaian yang dipetakan pada diagram kartesius, atribut yang menempati kuadran I adalah ketersediaan fasilitas toilet yang diharapkan oleh konsumen.



Tabel 2. 1 Kajian Literatur

No.	Penulis	Judul Penelitian	Sumber	Masalah	Metode	Hasil
1.	Risep Khairul Umam dan Niluh Putu Hariastuti	Analisa Kepuasan Pelanggan Dengan Menggunakan Metode <i>Customer Satisfactin Index (CSI) Dan Importance Performance Analysis (IPA)</i>	Seminar Nasional Sains dan Teknologi Terapan VI 2018 Institut Teknologi Adhi Tama Surabaya.	Permasalahan yang dialami perusahaan adalah ingin mengetahui karakteristik konsumen untuk menentukan strategi yang terbaik dalam memberikan pelayanan.	Metode <i>Customer Satisfaction Index (CSI) dan Importance Performance Analysis (IPA)</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan OIS <i>Photography</i> sebesar 74,19% (puas). Sedangkan atribut yang dijadikan prioritas perbaikan adalah variasi pilihan jasa fotografi yang beragam, Masa tunggu hasil cetak foto yang tidak terlalu lama, Kemampuan karyawan dalam memahami keinginan konsumen.
2.	Ronal Sukwandi dan Jufina	Penentuan Prioritas Perbaikan Kualitas Layanan TransJakarta dengan Menggunakan Metode IPA-PGCV	Jurnal Rekayasa Sistem Industri Vol.5, No.2, 2015	Permasalahan yang terjadi adalah masyarakat yang semakin kritis dalam memberikan penilaian terhadap kualitas pelayanan transportasi menjadikan perusahaan harus menganalisis kepentingan atau harapan masyarakat.	Metode <i>Importance Performance Analysis (IPA) dan Potential Gain in Customer Value (PGCV)</i>	Hasil penelitian dengan metode <i>Importance Performance Analysis (IPA) dan Potential Gain in Customer Value (PGCV)</i> menunjukkan bahwa ada 8 atribut yang dijadikan prioritas utama untuk segera dilakukan perbaikan.

Tabel 2.1 Lanjutan

No.	Penulis	Judul Penelitian	Sumber	Masalah	Metode	Hasil
3.	Wirdha Purnomo dan Dyah Riandadari	Analisa Kepuasan Pelanggan Terhadap Bengkel Dengan Metode IPA ( <i>Importance Performance Analysis</i> ) Di PT. Arina Parama Jaya Gresik	JTM. Volume 03 Nomor 03 Tahun 2015, hal 54-63	Perusahaan ingin memperbaiki pelayanan sesuai harapan pelanggan guna memberikan kepuasan bagi para pelanggan dan memenangkan persaingan ditengah persaingan yang semakin ketat.	Metode <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA)	Hasil penelitian yang diperoleh berdasarkan diagram kartesius terdapat 13 atribut pelayanan yang dianggap penting oleh pelanggan. Diantaranya tersebar dalam 2 kuadran, yaitu 6 atribut pada kuadran A dan 7 atribut pada kuadran B.
4.	Rizky Oktaviani Putri dan Shantika Martha	Analisis Kualitas Pelayanan Akademik Dengan Metode Servperf Dan IPA	Buletin Ilmiah Math. Stat. Dan Terapannya (Bimaster) Volume 08, No.1 (2019), hal 103-110	Permasalahan yang dialami adalah banyaknya tugas yang dilakukan pada bagian akademik FMIPA yang berinteraksi langsung dengan mahasiswa. Untuk memberikan kepuasan terhadap mahasiswa maka perlu dilakukan evaluasi untuk memperbaiki mutu pelayanan.	Metode <i>Service Performance</i> (SERVPERF) dan <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA)	Hasil penelitian menunjukkan ada beberapa atribut yang memerlukan perbaikan seperti kemudahan memperoleh informasi bagi mahasiswa (t3), proses pelayanan cepat dan tidak berbelit terkait dengan kebutuhan mahasiswa (r2), kesabaran petugas dalam menanggapi keluhan mahasiswa (e1)

Tabel 2.1 Lanjutan

No.	Penulis	Judul Penelitian	Sumber	Masalah	Metode	Hasil
5.	Farid Affiudin dan Lisa Sulistyawati	Analisa Peningkatan Kualitas Pada Pelayanan PT. Sucofindo Analytical Laboratorium Surabaya Dengan Menggunakan Metode <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA) dan <i>Potential Gain In Customer Value</i> (PGCV)	Jurnal Bisnis Indonesia, Vol. 10 No. 2 Oktober 2019, 238-251	Permasalahan yang dialami dalam perusahaan tersebut adalah PT. Sucofindo Analytical Laboratorium Surabaya belum maksimal dalam memuaskan hasrat pelanggan, untuk itu perlu dianalisis faktor apa yang berpengaruh dalam pengukuran kualitas pelayanan.	Metode <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA) dan <i>Potential Gain In Customer Value</i> (PGCV)	Hasil penelitian yang didapat adalah terdapat 5 atribut yang perlu diimprovisasi yaitu mengenai tercantumnya harga jasa, area parkir yang luas dan mudah, harga yang standar untuk laboratorium pengujian, sering ada promo atau potongan harga, dan pelayanan yang adil tanpa memandang status social.
6.	Syahrul Fauzi Siregar	Analisis Tingkat Kualitas Pelayanan Dengan Metode <i>Index Potential Gain In Customer</i> (PGCV) Di PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Medan	Jurnal Sistem Teknik Industri Volume 7, No.4 Oktober 2006	Perusahaan ingin meningkatkan kualitas pelayanan jasa perbankan muamalat terhadap nasabah, dengan mengetahui tingkat kualitas pelayanan yang diberikan dilihat dari sudut pandang nasabah.	Metode <i>Potential Gain In Customer</i> (PGCV)	Hasil penelitian yang diperoleh menghasilkan 6 variabel kunci yang harus diperbaiki, yaitu kenyamanan ruangan (keberadaan AC), pengaturan kursi untuk menunggu, lokasi bank yang strategis, penguasaan dan pengetahuan karyawan, jaminan kerahasiaan nasabah, keamanan dalam bertransaksi.

Tabel 2.1 Lanjutan

No.	Penulis	Judul Penelitian	Sumber	Masalah	Metode	Hasil
7.	Bayu Wicaksono, Nasir Widha Setyanto, Oke Oktavianty	Analisis Kepuasan Pelanggan Pada Pelayanan Kesehatan Dengan Menggunakan Metode <i>Potential Gain in Customer Value</i> (PGCV) dan <i>Entropy</i>	Jurnal Rekayasa Dan Manajemen Sistem Industri 2 (3), p637-647, 2014	Permasalahan yang dialami dalam perusahaan tersebut adalah setiap bulan ada komplain dari pihak pasien maupun keluarga pasien tidak hanya dari pelayanan yang dilakukan oleh tim medis tetapi masalah administrasi, keamanan, kebersihan maupun fasilitas yang ada di Rumah Sakit Mardi Waluyo Kota Blitar.	Metode <i>Potential Gain in Customer Value</i> (PGCV) dan <i>Entropy</i> .	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelayanan yang perlu mendapat perbaikan antara lain kebersihan dan keindahan rumah sakit, peralatan dan penunjang medis yang lengkap, waktu konsultasi dokter yang cukup, obat-obatan yang tersedia, pemberian informasi mengenai penyakit secara lengkap.
8.	Sugijanto, I Ketut Surabagiarta	Analisis Tingkat Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Pendekatan Model Kano dan <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA).	Majalah Ekonomi ISSN No. 1411-9051_Vol. XXI Nomor 1 Juli 2006	Perusahaan ingin mengembangkan menu makanan yang unik agar dapat membuat penasaran bagi konsumen untuk ikut mencoba merasakan, maka dari itu perusahaan hendak melakukan analisis layanan.	Model Kano dan metode <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA).	Hasil penelitian menunjukkan diagram model Kano yang berkategori <i>attractive</i> sebanyak 2 atribut, kategori <i>one-dimensional</i> sebanyak 6 atribut, dan kategori <i>must-be</i> sebanyak 1 atribut. Lalu pada metode IPA terdapat 1 atribut yang menempati kuadran I, yaitu ketersediaan fasilitas toilet yang diharapkan oleh konsumen.

Ada beberapa metode yang sering digunakan untuk menganalisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan diantaranya adalah metode *Customer Satisfaction Index* (CSI), dimana metode CSI ini digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan dari atribut-atribut produk dan jasa. Kelemahan dari metode CSI ini adalah metode ini tidak dapat menentukan atribut prioritas dari atribut-atribut yang dihasilkan. Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) adalah metode yang digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor kinerja penting apa saja yang harus ditingkatkan untuk memberikan kepuasan kepada para pelanggan. Kelemahan dari metode IPA ini yaitu *output* yang dihasilkan berupa bentuk diagram sehingga kita tidak tau urutan secara detailnya atribut-atribut yang harus diperbaiki. *Entropy* merupakan metode yang dapat digunakan untuk mengukur bobot tiap (tingkat kepentingan) awal pada tiap kriteria. Kelemahan dari *Entropy* adalah tidak bisa mengetahui urutan prioritas perbaikan tiap atribut. Model Kano ini memiliki kelebihan dapat mengetahui seberapa baik atribut tersebut memuaskan konsumen. Kelemahan model Kano ini adalah hanya dapat mengelompokkan kebutuhan pelanggan, namun tidak bisa mengkuantifikasikan nilai performansi tersebut. Metode *Pain Gain in Customer Value* (PGCV) memiliki kelebihan dalam memberikan jalan bagi diagram IPA (kartesius) untuk mengetahui urutan-urutan atribut yang dijadikan prioritas untuk segera dilakukan perbaikan. Disisi lain metode PGCV ini memiliki kelemahan diantaranya adalah, cara perhitungannya cukup panjang dan membutuhkan waktu yang lumayan lama. Pada penelitian pengukuran kepuasan pelanggan, peneliti akan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dan metode *Pain Gain in Customer Value* (PGCV).

Pemilihan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dalam penelitian berguna untuk mengidentifikasi faktor-faktor kinerja penting apa saja yang harus ditingkatkan untuk memberikan kepuasan kepada para pelanggan dengan hasil akhir berupa diagram. Selanjutnya pengolahan data dilakukan menggunakan metode *Pain Gain in Customer Value* (PGCV) untuk membantu dalam memberikan jalan bagi diagram kartesius untuk mengetahui urutan-urutan

atribut yang harus segera dilakukan perbaikan guna untuk meningkatkan kualitas pelayanan.

## 2.2 Landasan Teori

### 2.2.1 Jasa

#### a. Pengertian Jasa

Menurut (Kotler, 1997), Jasa merupakan setiap tindakan atau kegiatan yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang bersifat *intangible* serta tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun, dimana dalam produksinya terikat maupun tidak dengan produk fisik.

Berdasarkan definisi jasa yang telah dijelaskan diatas, bahwa dapat diketahui pengertian jasa secara umum adalah serangkaian kegiatan yang dilakukan secara tidak berwujud antara pihak yang satu dengan pihak lainnya.

#### b. Karakteristik Jasa

Karakteristik Jasa merupakan sifat dari jasa yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak yang lainnya yang berfungsi guna membedakan produk barang.

Menurut Kotler dan Armstrong yang dikutip dari (Rahmah, 2017), terdapat 4 karakteristik jasa diantaranya adalah sebagai berikut:

##### 1. Tidak berwujud (*Intangibility*)

Jasa bersifat tidak berwujud maksudnya adalah jasa yang tidak dapat dilihat, didengar, diraba, dan dicium sebelum jasa tersebut telah diterima.

##### 2. Bervariasi (*Variability*)

Jasa bervariasi adalah jasa yang bersifat non standart dan sangat *variable*. Yang mana dengan kualitas produk fisik yang telah terstandart, Adapun kualitas pelayanan jasa tergantung dengan siapa yang menyediakan, kapan, dimana dan bagaimana jasa tersebut diberikan. Karena hal tersebutlah jasa dikatakan bervariasi.

##### 3. Tidak dapat dipisahkan (*Inseparability*)

Jasa dikatakan *inseparability* apabila jasa diproduksi dan dikonsumsi pada saat bersamaan dengan partisipasi konsumen di dalamnya.

#### 4. Tidak dapat disimpan (*Perishability*)

Nilai jasa hanya terlihat ketika jasa tersebut diproduksi dan langsung diterima oleh pelanggan atau konsumen. Karakteristik yang satu ini berbeda dengan barang berwujud yang dapat diproduksi terlebih dahulu, disimpan, serta digunakan lain waktu.

### 2.2.2 Kualitas Pelayanan

#### a. Pengertian Kualitas

Menurut Tjiptono (2004), Mendefinisikan bahwa kualitas sebagai kesesuaian untuk digunakan (*fitness* untuk digunakan). Pengertian lain yang menekankan orientasi harapan pelanggan pertemuan.

Menurut Kotler (1997), Kualitas merupakan keseluruhan ciri dan karakteristik produk atau jasa yang mendukung kemampuan untuk memuaskan kebutuhan.

#### b. Pengertian Pelayanan

Menurut (Haksever, 2000), pelayanan merupakan suatu kegiatan ekonomi yang menghasilkan waktu, tempat, bentuk dan kegunaan psikologis. Pelayanan atau *service* bisa dikelompokkan menjadi 2 yaitu :

- *High Contact Service* adalah sebuah klasifikasi dari sebuah pelayanan jasa dimana kontak antara konsumen dan juga penyedia jasa sangatlah tinggi, konsumen selalu terlibat di dalam sebuah proses dari layanan jasa tersebut.
- *Low Contact Service* adalah klasifikasi pelayanan jasa dimana kontak diantara konsumen dengan sebuah penyedia jasa tidaklah terlalu tinggi. *Physical contact* dengan konsumen hanyalah terjadi di *front desk* yang termasuk ke dalam klasifikasi *low contact service*. Misalkan lembaga keuangan.

#### c. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah konsepsi yang abstrak dan sulit dipahami, karena kualitas pelayanan memiliki karakteristik tidak berwujud (*intangibility*), bervariasi (*variability*), tidak tahan lama (*perishability*),

serta produksi dan konsumsi jasa terjadi secara bersamaan (*inseparability*). (Winarno & Absor, 2018)

#### **d. Dimensi Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan memiliki beberapa dimensi atau unsur kualitas pelayanan. Unsur kualitas pelayanan merupakan sebuah temuan dari A. Pasuraman. Dimensi kualitas pelayanan (*servqual*) ini dibuat untuk mengukur kualitas pelayanan dengan menggunakan suatu kuisioner. Berikut ini adalah 5 dimensi kualitas pelayanan menurut Kotler dan Armstrong yang dikutip oleh (Syarif, 2019) :

##### 1. *Reliability*

*Reliability* adalah kemampuan suatu perusahaan dalam memberikan pelayanan seperti yang dijanjikan secara akurat serta terpercaya. Dimana kinerjanya harus sesuai dengan harapan pelanggan terkait ketepatan waktu, pelayanan sama untuk seluruh pelanggan tanpa kesalahan, sikap simpatik serta dengan ketelitian yang tinggi.

##### 2. *Assurance*

*Assurance* adalah pengetahuan, kesopanan, serta kemampuan karyawan perusahaan untuk menumbuhkan kepercayaan kepada pelanggan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi, serta kesopanan.

##### 3. *Tangible*

*Tangible* adalah kemampuan suatu perusahaan untuk menampilkan eksistensinya kepada pihak luar.

##### 4. *Empathy*

*Empathy* adalah memberikan pelayanan yang tulus dan bersifat personal kepada pelanggan, hal ini dilakukan untuk memahami keinginan pelanggan.

##### 5. *Responsiveness*

*Responsiveness* adalah kesediaan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu tanpa alasan

yang jelas dapat menimbulkan anggapan negative terhadap mutu layanan.

### 2.2.3 Kepuasan Konsumen

#### a. Pengertian Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler yang dikutip oleh (Fitria, 2013) , Kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.

Konsumen yang merasa puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali dimasa yang akan datang.

#### b. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen

Menurut Lupyoadi dikutip oleh (Atmaja, 2018), ada lima faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen antara lain :

##### 1. Kualitas produk

Kualitas produk adalah pelanggan akan merasa puas bila hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

##### 2. Kualitas pelayanan atau jasa

Kualitas pelayanan atau jasa adalah pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.

##### 3. Emosi

Emosi adalah pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merk tertentu yang cenderung memiliki tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi sosial atau *self esteem* yang membuat pelanggan merasa puas terhadap merk tertentu.

##### 4. Harga

Harga adalah produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggan.

#### 5. Biaya

Biaya adalah pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

### c. Pengukur kepuasan pelanggan

Menurut Kotler yang dikutip oleh (Atmaja, 2018) , Ada 4 metode yang digunakan dalam mengukur kepuasan pelanggan yaitu :

#### 1. Sistem keluhan dan saran

Setiap perusahaan yang berorientasi pada pelanggan (*customer centered*) perlu memberikan kesempatan secara luas kepada para pelanggannya untuk menyampaikan saran dan keluhan yang dirasakan oleh pelanggan itu sendiri. Informasi-informasi ini dapat memberikan ide cemerlang bagi perusahaan dan memungkinkannya untuk bereaksi secara tanggap dan cepat untuk mengatasi berbagai masalah yang timbul.

#### 2. *Ghost Shopping*

Suatu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan yaitu dengan mempekerjakan beberapa orang untuk berperan atau bersikap sebagai pembeli potensial. Kemudian melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut. Selain itu para *ghost shopper* juga bisa mengamati cara penanganan setiap keluhan.

#### 3. *Lost Customer Analysis*

Perusahaan berusaha menghubungi para pelanggan yang telah berhenti mengkonsumsi atau berpindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu bisa terjadi.

#### 4. Survei Kepuasan Pelanggan

Melalui survey yang dilakukan perusahaan, maka dari itu perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan tanda (*signal*) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya.

#### 2.2.4 Uji Validitas

Menurut Sugiyono yang dikutip oleh (Saputra, 2019), Mengemukakan bahwa validitas adalah ukuran ketepatan antara data pada suatu obyek penelitian dengan data yang dilaporkan oleh peneliti. Penggunaan uji validitas bertujuan untuk mengukur valid tidaknya suatu instrument. Uji validitas dilakukan dengan cara membandingkan antara nilai r hitung dengan dengan r tabel. Pertanyaan atau instrument kuesioner penelitian dikatakan valid apabila nilai r hitung > r tabel. Perhitungan uji validitas dilakukan dengan cara menggunakan rumus sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{\sum_{i=1}^n x_i y_i - \sum_{i=1}^n x_i \sum_{i=1}^n y_i}{\sqrt{\left( \sum_{i=1}^n x_i^2 - \left( \sum_{i=1}^n x_i \right)^2 \right) \left( \sum_{i=1}^n y_i^2 - \left( \sum_{i=1}^n y_i \right)^2 \right)}}$$

Keterangan

$r_{xy}$	: koefisien korelasi antara variable X dan variable Y
$x_i$	: nilai data ke-i untuk kelompok variable X
$y_i$	: nilai data ke-i untuk kelompok variable Y
$n$	: banyak data

Kriterianya adalah :

- Instrumen dikatakan valid apabila r-hitung = r-tabel
- Instrumen dikatakan tidak valid apabila r-hitung < r-tabel

Menurut Guilford (1956), memaparkan bahwa pada pengklasifikasian validitas memiliki kategori sebagai berikut :

- Jika  $0,80 < r_{xy} < 1,00$  validitas dinyatakan sangat tinggi (sangat baik)
- Jika  $0,60 < r_{xy} < 0,80$  validitas dinyatakan tinggi (baik)
- Jika  $0,40 < r_{xy} < 0,60$  validitas dinyatakan sedang (cukup)

- Jika  $0,20 < r_{xy} < 0,40$  validitas dinyatakan rendah (kurang)
- Jika  $0,00 < r_{xy} < 0,20$  validitas dinyatakan sangat rendah (jelek)
- Jika  $r_{xy}$  bernilai  $0,00$  maka validitas dinyatakan tidak valid

### 2.2.5 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono yang dikutip oleh (Saputra, 2019), Menyatakan bahwa reliabilitas adalah ukuran konsistensi data atau penemuan. Reliabilitas merupakan ukuran yang digunakan untuk mengetahui kehandalan ataupun kepercayaan suatu alat pengukur. Kuesioner dikatakan reliabel atau handal apabila jawaban dari responden terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil. Variabel dikatakan reliabel apabila nilai *cronbach alpha*  $> 0,60$ . Pengujian reliabilitas ini dapat diselesaikan menggunakan *software* SPSS.

### 2.2.6 Metode *Importance Performance Analysis* (IPA)

Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) diperkenalkan pertama kali oleh John A. Martilla dan John C. James pada tahun 1977. *Importance Performance Analysis* (IPA) adalah suatu alat bantu dalam menganalisis atau yang digunakan untuk membandingkan antara kinerja atau pelayanan yang dirasakan oleh pengguna jasa terhadap tingkat kepuasan yang diinginkan oleh pelanggan. (Yola & Budianto, 2013)

Dalam *importance performance analysis* ada 2 langkah perhitungan yaitu sebagai berikut :

#### a. Mencari Tingkat Kesesuaian

Dalam menentukan tingkat kesesuaian dapat dihitung dengan membandingkan skor kinerja dengan skor kepentingan. Hasil dari tingkat kesesuaian ini yang akan dijadikan acuan dalam menentukan urutan prioritas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan tersebut mulai dari urutan yang sangat sesuai sampai dengan tidak sesuai.

Rumus yang digunakan ialah :

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\%$$

Keterangan :

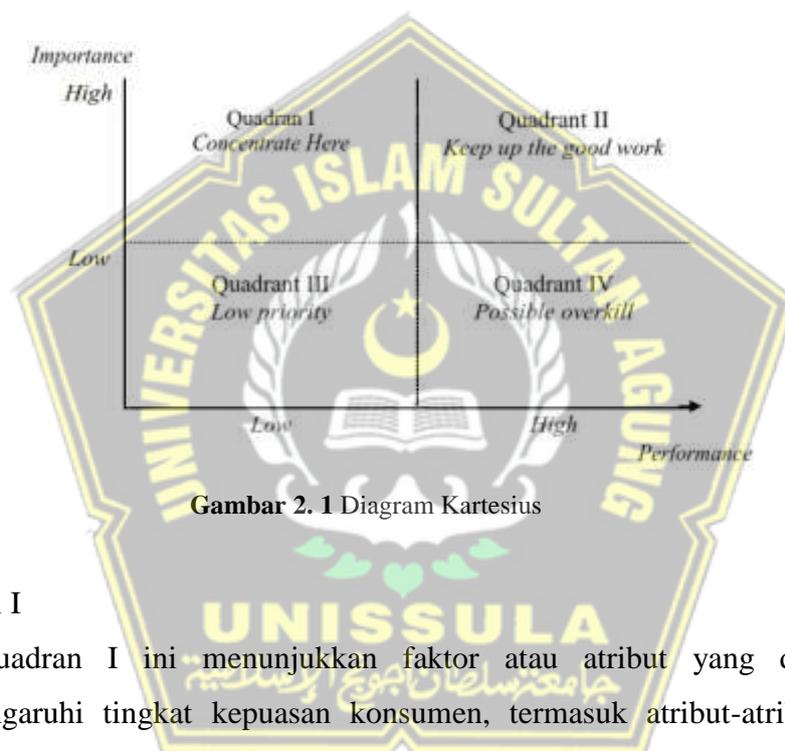
Tki = Tingkat kesesuaian responden

$X_i$  = Skor penilaian kinerja atau realita perusahaan

$Y_i$  = Skor penilaian kepentingan atau ekspektasi pelanggan

b. Diagram Kartesius

Diagram kartesius merupakan suatu bangun yang dibagi menjadi 4 yang dibatasi dengan 2 garis yang saling berpotongan tegak lurus pada titik (X,Y), dimana pada titik X dinyatakan sebagai rata-rata tingkat kepuasan konsumen seluruh atribut dan untuk titik Y dinyatakan sebagai rata-rata tingkat kepentingan seluruh atribut yang mempengaruhi konsumen. Berikut ini skema dari diagram kartesius yang akan digunakan dalam penelitian ini, yaitu :



Gambar 2. 1 Diagram Kartesius

- **Kuadran I**  
Pada kuadran I ini menunjukkan faktor atau atribut yang dianggap mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen, termasuk atribut-atribut atau pertanyaan yang dianggap sangat penting tetapi pada kenyataannya atribut-atribut atau pertanyaan tersebut tidak sesuai dengan harapan konsumen sehingga dapat menjadikan konsumen merasa kecewa atau tidak puas.
- **Kuadran II**  
Pada bagian kuadran II ini menunjukkan atribut-atribut atau pertanyaan yang telah berhasil dilaksanakan. Maka dari itu perusahaan wajib untuk mempertahankannya karena dianggap sangat penting dan sangat memuaskan konsumen.

- Kuadran III

Pada bagian kuadran III ini menunjukkan atribut-atribut yang dianggap kurang penting pengaruhnya bagi konsumen dan pada kenyataannya perusahaan menganggap kinerjanya biasa saja. Konsumen menganggap kurang penting dan kurang memuaskan.

- Kuadran IV

Pada bagian kuadran IV ini menunjukkan bahwa atribut – atribut atau pertanyaan dianggap kurang penting bagi konsumen, tetapi memiliki kinerja yang baik. Sehingga konsumen menganggap terlalu berlebihan. Hal ini dapat disimpulkan bahwa atribut yang dianggap tidak terlalu penting oleh konsumen akan tetapi pelaksanaannya dilakukan dengan sangat memuaskan.

Dalam hal ini untuk melakukan penilaian tingkat kepentingan konsumen digunakan skala 5 tingkat (Skala *Likert*) :

- Tidak penting, diberi bobot 1
- Kurang penting, diberi bobot 2
- Cukup penting, diberi bobot 3
- Penting, diberi bobot 4
- Sangat penting, diberi bobot 5

Sedangkan untuk kinerja atau *performance* diberikan 5 penilaian dengan bobot sebagai berikut :

- Tidak puas, diberi bobot 1
- Kurang puas, diberi bobot 2
- Cukup puas, diberi bobot 3
- Puas, diberi bobot 4
- Sangat puas, diberi bobot 5

### 2.2.7 Metode *Potential Gain in Customer Values* (PGCV)

Metode *Potential Gain in Customer Values* (PGCV) diperkenalkan oleh William C Hom yang menulis jurnal “*Quality Progress*” yang menyatakan bahwa indeks PGCV adalah suatu konsep dan peralatan yang mudah digunakan untuk

menganalisa pelanggan. Metode PGCV ini dapat menunjukkan prioritas perbaikan yang harus dilakukan oleh perusahaan. (Ariana, 2018)

Metode ini dapat digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan dengan menganalisa dari *importance* dan *performance* suatu perusahaan, dimana hasilnya dapat menentukan prioritas perbaikan yang harus ditingkatkan oleh perusahaan tersebut. Metode ini dapat memberikan jalan bagi diagram kartesius untuk dapat dijadikan pembandingan dalam bentuk kuantitatif yang dapat menghasilkan nilai yang lebih akurat. Berikut ini langkah-langkah dalam menghitung Indeks PGCV adalah :

1. Menentukan nilai *Achive Customer Value* (ACV)

Hasil kali antara variabel *importance* dengan variabel *performance* . ACV ini menunjukkan nilai yang tercapai dari pendapat konsumen.

Dengan rumus sebagai berikut :

$$ACV = \bar{X} \times \bar{Y}$$

Dimana :  $\bar{X}$  = Skor rata-rata tingkat kepuasan atau realita

$\bar{Y}$  = Skor rata-rata tingkat kepentingan atau *importance*

2. Menentukan nilai *Ultimately Desire Customer Value* (UDCV)

Untuk menentukan nilai UDCV yaitu dengan cara mengalikan nilai *importance* yang dipilih konsumen dengan nilai *performance* maksimal dengan skala *Likert* pada kuisioner yang telah disebarkan.

Dengan rumus sebagai berikut :

$$UDCV = \bar{Y} \times P_{Max}$$

Dimana :  $\bar{Y}$  = Skor rata-rata tingkat kepentingan atau *importance*

$P_{Max}$  = Nilai maksimal pada skala *Likert* (alternatif jawaban yang disediakan pada angket)

3. Menentukan Indeks PGCV

Untuk menentukan nilai indeks PGCV yaitu mengurangi nilai UDCV dengan nilai ACV. Nilai indeks PGCV yang paling tinggi akan dijadikan prioritas utama dalam melakukan perbaikan. Kemudian akan diikuti dengan nilai urutan tertinggi kedua begitupun seterusnya. Sehingga dapat membantu

perusahaan dalam menentukan fasilitas atau atribut seperti apa yang harus diperbaiki untuk memberikan kepuasan bagi konsumen.

Indeks PGCV = UDCV – ACV

## 2.3 Hipotesis dan Kerangka Teoritis

Adapun hipotesis dan kerangka teoritis dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

### 2.3.1 Hipotesis

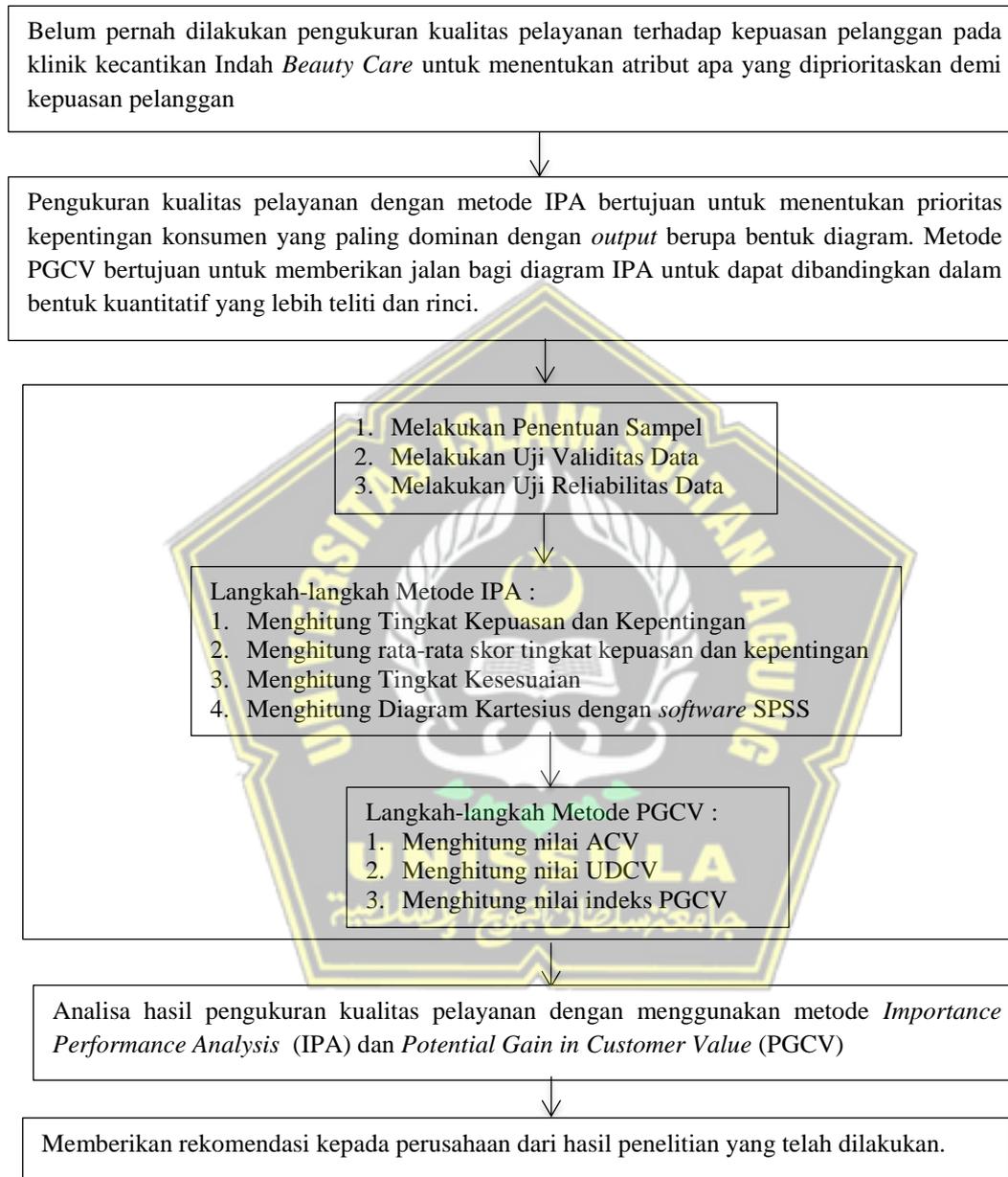
Secara garis umumsuatu perusahaan yang bergerak pada bidang jasa membutuhkan evaluasi mengenai kualitas pelayanan yang dilakukan perusahaan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dikarenakan semakin meningkatnya persaingan bisnis dalam bidang yang sama, sehingga perusahaan dituntut untuk bisa meningkatkan pelayanan dan fasilitas yang lebih baik untuk mampu bertahan dalam kondisi persaingan yang semakin pesat. Maka perlu dilakukan evaluasi secara berkala mengenai kualitas pelayanan yang telah diberikan perusahaan berdasarkan dengan bukti fisik (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*empathy*) guna untuk meningkatkan pelayanan. Seperti penelitian yang dilakukan oleh (Purnomo & Riandadari, 2015) dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dimana hasil akhir dari perhitungannya dijabarkan dan dibagi menjadi empat bagian pada diagram kartesius. Bagian yang menempati kuadran I akan menjadi bagian yang diprioritaskan untuk dilakukan perbaikan. Penelitian yang dilakukan oleh (Siregar, 2006) dengan menggunakan metode *Potential Gain In Customer Value* (PGCV) ini dapat memberikan jalan bagi diagram *Importance – Performance* dalam menentukan urutan atribut yang lebih diprioritaskan untuk dilakukan perbaikan dalam bentuk kualitatif yang lebih terperinci.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan di atas maka hipotesis penelitian ini adalah dapat menganalisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dengan 5 dimensi kualitas pelayanan. Sehingga dapat menentukan prioritas perbaikan yang dapat ditingkatkan untuk memberikan kepuasan bagi konsumen.

Hal ini dapat dipecahkan dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Potential Gain In Customer Value* (PGCV).

### 2.3.2 Kerangka Teoritis

Berikut ini merupakan skema kerangka teoritis penelitian :



**Gambar 2.2** Kerangka Teoritis

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Pengumpulan Data**

Data yang diambil pada penelitian ini berupa data primer yang didapatkan dari hasil penyebaran kuesioner kepada para pelanggan. Adapun beberapa pernyataan yang disajikan dan diisi melalui kuesioner yang telah dipersiapkan.

##### **3.1.1 Pengambilan Data**

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan yang bergerak di bidang jasa kecantikan, yaitu di Jl. Raya Tayu – Pati, Bondol, Sendangrejo, Kabupaten Pati. Dalam penelitian ini yang menjadi obyek penelitian adalah pelanggan yang menggunakan jasa di klinik kecantikan Indah *Beauty Care*.

##### **3.1.2 Penyusunan Kuisisioner**

Seluruh atribut yang akan diukur dalam penelitian ini disusun berdasarkan hasil rekap kuesioner terbuka yang telah diisi oleh para pelanggan dan diskusi dengan beberapa pihak internal di klinik kecantikan Indah *Beauty Care* terkait dengan kepentingan dalam memberikan kepuasan pelanggan. Berdasarkan dari hasil diskusi yang telah dilakukan, akan didapatkan atribut pengukuran dimana atribut tersebut akan diterjemahkan dalam bentuk kuesioner.

##### **3.1.3 Populasi dan Sampel**

Menurut Supranto yang dikutip oleh (Saputra, 2019), populasi merupakan keseluruhan elemen yang memiliki karakteristik serupa yang dijadikan pusat perhatian oleh peneliti. Sampel merupakan bagian dari populasi. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang menggunakan jasa pelayanan klinik kecantikan Indah *Beauty Care*. Dalam penelitian ini sampel yang diambil adalah jumlah pelanggan yang menggunakan pelayanan jasa di klinik kecantikan Indah *Beauty Care* pada tahun 2020.

##### **3.1.4 Teknik Sampling**

Penelitian ini menggunakan teknik sampling yang bersifat *non probability sampling* dimana setiap anggota populasi tidak memiliki kesempatan yang sama

untuk dijadikan sebagai sampel. Teknik sampel yang dipakai adalah *purposive sampling* dengan mengacu pada beberapa kriteria sebagai berikut :

- a. Pelanggan yang menggunakan jasa pelayanan di klinik kecantikan Indah *Beauty Care*.
- b. Pelanggan minimal berusia 17 tahun.
- c. Pelanggan bisa membaca dan menulis.

### 3.2 Teknik Pengumpulan Data

Untuk mempermudah dalam melakukan penelitian, maka diperlukan tahapan pemecahan yang baik. Berikut ini adalah data yang diperlukan :

#### a. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari konsumen dapat berupa jawaban dari pernyataan dalam kuisisioner yang dibagikan kepada konsumen. Dalam kuisisioner, atribut yang akan ditanyakan kepada konsumen harus terbukti valid dan reliabel. Selain itu jumlah data yang dikumpulkan harus memenuhi dari segi kuantitas atau jumlah.

#### b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang didapatkan dengan mempelajari literatur yang berhubungan dengan perusahaan dengan penelitian dengan dokumen – dokumen perusahaan. Data – data ini biasanya berisi tentang petunjuk dalam pelaksanaan penelitian dan semua informasi yang dapat membantu dalam penyusunan laporan.

#### 3.2.1 Kuesioner

Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini berupa kuesioner terbuka dan kuesioner tertutup. Penyebaran kuesioner terbuka dapat membantu peneliti untuk mempermudah dalam menyusun kuesioner tertutup serta dapat memperkuat latar belakang masalah. Setelah mengetahui hasil kuesioner terbuka, dilanjutkan penyusunan kuesioner tertutup dengan melakukan proses identifikasi atribut. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Kuesioner yang akan disebar nanti

berisi pernyataan mengenai pelayanan yang dianggap penting oleh pelanggan dan kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang dilakukan oleh klinik kecantikan Indah *Beauty Care*. Mekanisme pelayanan yang digunakan dalam penelitian ini adalah model skala likert yang tertera dalam tabel 3.1 Skala penilaian yaitu sebagai berikut :

**Tabel 3. 1** Skala Penelitian Kuesioner

Skala	Tingkat Kepentingan	Tingkat Kepuasan
1	Tidak Penting	Tidak Puas
2	Kurang Penting	Kurang Puas
3	Cukup Penting	Cukup Puas
4	Penting	Puas
5	Sangat Penting	Sangat Puas

### 3.3 Pengujian Hipotesa

Pengumpulan fakta-fakta yang relevan dengan hipotesis yang diajukan untuk memperlihatkan apakah terdapat fakta-fakta yang mendukung hipotesis tersebut atau tidak.

### 3.4 Metode Analisis

#### 1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Pengujian validitas dan reliabilitas dilakukan dengan menggunakan data responden yang telah mengisi kuesioner. Data responden yang telah diperoleh dilakukan pengujian terlebih dahulu untuk mengetahui apakah atribut pernyataan yang ada pada kuesioner tersebut cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data. Uji validitas dan reliabilitas dilakukan karena jawaban yang diharapkan pada kuesioner bersifat kuantitatif. Dalam penelitian ini, perhitungan validitas dan reliabilitas dilakukan dengan menggunakan *software* SPSS 23.0 *for windows*.

#### 2. *Importance Performance Analysis* (IPA)

##### a. Analisis Tingkat Kesesuaian

Dalam menentukan tingkat kesesuaian dapat dihitung dengan membandingkan skor kinerja dengan skor kepentingan. Hasil dari tingkat kesesuaian ini yang akan dijadikan acuan dalam menentukan

urutan prioritas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\%$$

Keterangan :

Tki = Tingkat kesesuaian responden

Xi = Skor penilaian tingkat kepuasan pelanggan Indah *Beauty Care*.

Yi = Skor penilaian tingkat kepentingan pelanggan Indah *Beauty Care*.

Selanjutnya pada titik (X) akan diisi oleh skor tingkat kepuasan pelanggan Indah *Beauty Care*, sedangkan pada titik (Y) akan diisi oleh skor tingkat kepentingan pelanggan Indah *Beauty Care* dengan menggunakan rumus :

$$\bar{X} = \frac{\sum xi}{k} \quad \bar{Y} = \frac{\sum yi}{k}$$

Keterangan :

$\bar{X}$  = Skor rata-rata tingkat kepuasan pelanggan

$\bar{Y}$  = Skor rata-rata tingkat kepentingan pelanggan

xi = Skor penilaian kepuasan

yi = Skor penilaian kepentingan

k = Banyaknya item pertanyaan

#### **b. Analisis Diagram Kartesius**

Diagram kartesius ini dibagi menjadi 4 kuadran yaitu sebagai berikut :

- 1.) Kuadran pertama (I),
- 2.) Kuadran kedua (II),
- 3.) Kuadran ketiga (III),
- 4.) Kuadran keempat (IV),

#### 3. *Potential Gain in Customer Value* (PGCV)

Untuk melengkapi hasil analisa dari *Importance and Performance*, maka dapat digunakan sebuah metode untuk menentukan prioritas perbaikan yang harus dilakukan oleh klinik kecantikan Indah *Beauty Care*. Metode PGCV ini dapat memberikan jalan bagi diagram *Importance and*

*Performance* untuk dapat dibandingkan dalam bentuk yang lebih teliti dan terperinci. Berikut ini adalah langkah – langkah menghitung PGCV :

a. *Achieve Customer Value* (ACV)

Dalam menentukan nilai ACV yaitu dengan mengalikan antara variabel *Importance* dengan variabel *Performance*. Misalkan, ada seorang konsumen memberikan penilaian sebesar 3 untuk nilai *Importance* dan penilaian sebesar 2 untuk nilai *Performance* maka akan mendapatkan nilai ACV sebesar 6.

b. *Ultimately Desire Customer Value* (UDCV)

Setelah memperoleh nilai ACV langkah selanjutnya yaitu mencari nilai UDCV dengan cara mengalikan nilai *Importance* yang dipilih oleh konsumen dengan nilai *Performance* maksimal dalam skala *Likert* yang telah disebar. Misalkan, Seorang pelanggan memberikan penilaian *Importance* sebesar 3 dan *Performance* maksimalnya sebesar 5 maka akan memperoleh nilai UDCV sebesar 15.

c. Indeks PGCV

Langkah terakhir yaitu menentukan nilai Indeks PGCV dengan mengurangi antara nilai UDCV dengan nilai ACV. Contoh pada pembahasan diatas berarti  $12 - 6 = 6$ . Jadi item yang mendapatkan prioritas utama untuk diperbaiki kinerjanya yaitu item yang memiliki nilai Indeks PGCV tertinggi disusul dengan item yang memiliki nilai tertinggi kedua dan seterusnya.

### 3.5 Pembahasan

Pembahasan dalam penelitian ini dibuat secara efektif dan efisien berdasarkan pada perumusan masalah. Berdasarkan kerangka tulisan itulah data kemudian dikumpulkan, disarikan, disusun, diolah lalu ditafsirkan. Hasil tafsiran kemudian dianalisis dan disintesis yang kemudian diperoleh sebuah kesimpulan. Hasil yang sudah dianalisis dan disintesis ini berupa gagasan baru untuk memecahkan sebuah masalah yang ditemukan pada literature. Pembahasan dalam penelitian ini meliputi analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

dengan metode *Importance Performance Analysis* dan *Potential Gain in Customer Value* (PGCV) pada klinik kecantikan Indah *Beauty Care*.

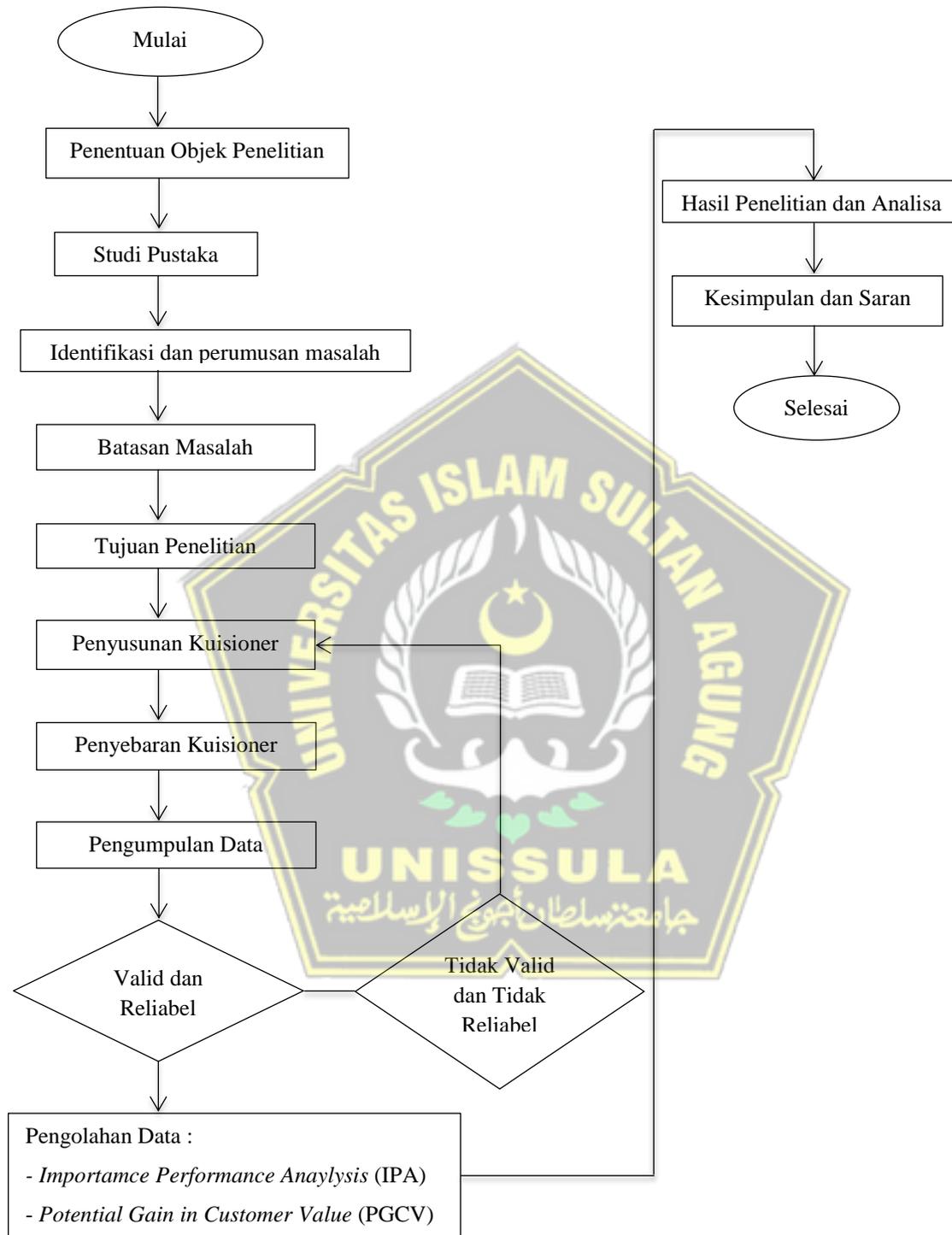
### 3.6 Penarikan Kesimpulan

Pada tahapan penelitian ini adalah tahapan untuk memberikan kesimpulan dari hasil penelitian dan pengolahan data serta memberikan saran yang didapatkan dari kesimpulan dan rekomendasi yang telah dijabarkan.



### 3.7 Diagram Alir

Berikut ini adalah langkah-langkah yang akan dilakukan dalam penelitian :



**Gambar 3.1** Diagram Alir

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Pengumpulan Data**

Pengumpulan data merupakan hal yang sangat penting dalam penelitian ini. Karena data-data yang ada, dapat mendukung peneliti untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Pada penelitian ini pengumpulan data terdiri dari data primer dan data sekunder. Untuk data primer diperoleh dari hasil penyebaran kuisioner kepada responden yang sudah menggunakan jasa Klinik Kecantikan Indah *Beauty Care*. Sedangkan untuk data sekunder didapatkan dari pihak perusahaan Klinik Kecantikan Indah *Beauty Care*.

##### **4.1.1 Profil Perusahaan**

Indah *Beauty Care* merupakan perusahaan yang bergerak di bidang kecantikan, terutama pada perawatan kulit wajah dan tubuh. Klinik kecantikan Indah *Beauty Care* ini telah didirikan sejak tiga tahun yang lalu. Berpusat di Bondol, Sendangrejo, Kabupaten Pati. Proses perawatan di klinik kecantikan ini menggunakan bahan yang aman dan alami.

Indah *Beauty Care* ini disebut sebagai pusat perawatan kulit wajah dan tubuh yang berada di bawah pengawasan dokter kecantikan. Produk-produk yang digunakan di klinik kecantikan Indah *Beauty Care* sudah BPOM. Sehingga aman untuk digunakan pada kulit wajah dan tubuh. Seluruh karyawan di klinik kecantikan Indah *Beauty Care* sudah terjamin karena telah memperoleh pembekalan dari para trainer yang sudah berpengalaman bekerja di klinik kecantikan Indah *Beauty Care*.

##### **4.1.2 Visi dan Misi Klinik Kecantikan Indah *Beauty Care***

a. Visi :

Menjadikan klinik kecantikan Indah *Beauty Care* sebagai tempat perawatan wajah dan kulit yang alami dan berkualitas dalam mutu pelayanan.

b. Misi :

1. Memberikan edukasi kepada masyarakat mengenai betapa pentingnya menjaga kesehatan kulit tubuh dan wajah.
2. Menyediakan pelayanan perawatan yang didukung oleh sumber daya manusia yang kompeten.
3. Menjadikan Indah *Beauty Care* sebagai pusat perawatan kulit wajah dan tubuh yang memiliki pelayanan dengan harga terjangkau, nyaman, dan professional.

#### 4.1.3 Penyusunan Atribut Kuisisioner

Penyusunan atribut kuisisioner tertutup ini disusun berdasarkan dengan hasil diskusi dengan pihak internal dan referensi penelitian terdahulu yang berkaitan dalam hal kepuasan pelanggan. Selain melakukan diskusi dengan pihak internal, penyusunan atribut kuisisioner tertutup juga dilakukan dengan menyebarkan kuisisioner terbuka dengan responden yang telah menggunakan jasa layanan di klinik kecantikan Indah *Beauty Care*.

Penyebaran kuisisioner terbuka dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apa saja keluhan yang dirasakan pelanggan ketika menggunakan jasa pelayanan di klinik kecantikan Indah *Beauty Care*. Hasil dari rekap kuisisioner terbuka yang telah diisi oleh pelanggan dan hasil diskusi yang dilakukan dengan pihak-pihak internal yang terkait dan berkepentingan dalam hal kepuasan pelanggan di klinik kecantikan Indah *Beauty Care*, memperoleh 14 atribut pernyataan dan referensi penelitian terdahulu yang berkaitan dengan kualitas pelayanan mendapatkan 13 atribut pernyataan sehingga total keseluruhan atribut pernyataan yang digunakan dalam pengukuran sebanyak 27 pernyataan, dimana atribut-atribut tersebut akan diterjemahkan ke dalam bentuk kuisisioner tertutup. Untuk menentukan atribut pernyataan (daftar pernyataan) di dalam kuisisioner tertutup, digunakan pendekatan berdasarkan lima dimensi kualitas pelayanan. Diantaranya adalah *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy*. Adapun atribut pada kuisisioner tertutup adalah sebagai berikut :

Tabel 4. 1 Variabel Penelitian *Tangible*

No.	Dimensi	Atribut Pernyataan	Sumber	Kode
1.	<i>Tangible</i> adalah	Ruang tunggu nyaman, rapi, dan bersih	Kuesioner	TA1
		Fasilitas lengkap termasuk AC, toilet, tempat shalat, cctv dan wifi	Kuesioner	TA2
		Tempat parkir aman dan memadai	Kuesioner	TA3
		Adanya papan informasi yang berisikan tentang petunjuk arah dan denah perusahaan	(Sununindyo Kumoro, 2018)	TA4
		Karyawan berpenampilan rapi	(Sununindyo Kumoro, 2018)	TA5
		Ketersediaan tempat duduk memadai	Kuesioner	TA6
		Tersedianya buku daftar harga jasa di Klinik Kecantikan Indah <i>Beauty Care</i>	(Affiudin & Sulistyawati, 2019)	TA7

Tabel 4. 2 Variabel Penelitian *Reliability*

No.	Dimensi	Atribut Pernyataan	Sumber	Kode
2.	<i>Reliability</i> adalah	Sering mengadakan promo atau potongan harga	(Affiudin & Sulistyawati, 2019)	REL8
		Jam buka atau tutupnya pelayanan tepat waktu	Kuesioner	REL9
		Pelayanan dilakukan dengan cepat	Kuesioner	REL10
		Adanya rekam medik konsumen	(Sununindyo Kumoro, 2018)	REL11
		Klinik Kecantikan Indah <i>Beauty Care</i> melakukan tindakan sesuai dengan anjuran dari dokter	(Sununindyo Kumoro, 2018)	REL12
		Penyampaian informasi mudah untuk dipahami	Kuesioner	REL13
		Keramahan karyawan dalam memberikan pelayanan	Kuesioner	REL14

Tabel 4. 3 Variabel Penelitian *Responsiveness*

No.	Dimensi	Atribut Pernyataan	Sumber	Kode
3.	<i>Responsiveness</i> adalah	Karyawan tanggap dalam memberikan pelayanan	Kuesioner	RES15
		Dokter tanggap dalam menjelaskan cara pemakaian cream yang benar	Kuesioner	RES16
		Karyawan dapat mengatasi keluhan konsumen dengan cepat	Kuesioner	RES17
		Karyawan dapat mengatasi keluhan dengan tepat	Kuesioner	RES18

**Tabel 4. 4** Variabel Penelitian *Assurance*

No.	Dimensi	Atribut Pernyataan	Sumber	Kode
4.	<i>Assurance</i> adalah	Produk yang dijualbelikan ada izin dari BPOM	(Sununindyo Kumoro, 2018)	AS19
		Jaminan kerahasiaan data konsumen	(Siregar, 2006)	AS20
		Kemampuan dokter dalam menganalisis serta memberikan pengobatan telah terjamin	(Zakaria & Fahma, 2007)	AS21
		Klinik Kecantikan Indah <i>Beauty Care</i> memberikan jaminan konsultasi gratis	(Sununindyo Kumoro, 2018)	AS22
		Adanya nomor antrian ketika mengantri untuk dilayani	Kuesioner	AS23

**Tabel 4. 5** Variabel Penelitian *Empathy*

No.	Dimensi	Atribut Pernyataan	Sumber	Kode
5.	<i>Empathy</i> adalah	Klinik Kecantikan Indah <i>Beauty Care</i> menganggap semua konsumen itu sama tanpa memandang status sosial	(Affiudin & Sulistyawati, 2019)	EM24
		Kesungguhan karyawan dalam memberikan pelayanan pada konsumen	Kuesioner	EM25
		Klinik Kecantikan Indah <i>Beauty Care</i> selalu menerapkan 3S yaitu senyum, sapa, dan salam	(Sununindyo Kumoro, 2018)	EM26
		Klinik Kecantikan Indah <i>Beauty Care</i> berusaha memberikan informasi sejelas dan selengkap mungkin kepada konsumen melalui penggunaan media social	(Sununindyo Kumoro, 2018)	EM27

#### 4.1.4 Penentuan Sampel

Menurut (Sugiyono, 2011), Penentuan ukuran sampel menggunakan rumus slovin. Rumus Slovin digunakan untuk menentukan ukuran sampel minimal (n) jika diketahui populasi (N) pada taraf signifikan  $\alpha$  :

$$n = \frac{N}{1 + N e^2}$$

n = Jumlah sampel

N = Ukuran populasi

e = Error yang digunakan

Dalam rumus Slovin terdapat ketentuan yaitu :

Nilai  $\alpha = 0,1$  (10%) untuk populasi yang memiliki jumlah yang besar

Nilai  $\alpha = 0,2$  (20%) untuk populasi yang memiliki jumlah yang kecil

Jumlah populasi untuk penelitian pada Klinik Kecantikan Indah *Beauty Care* diambil dari jumlah responden selama satu tahun terakhir sebanyak 4635 jiwa, sehingga persentase kelonggaran yang digunakan adalah 10% dari hasil perhitungan dapat dibulatkan untuk mencapai kesesuaian. Apabila dimasukkan ke dalam rumus akan menjadi :

$$n = \frac{4635}{1 + 4635 (0,1)^2} = \frac{4635}{47,35} = 97,88807 = 100$$

Dari perhitungan di atas maka jumlah responden yang diambil adalah sebanyak 100 orang.

#### 4.1.5 Karakteristik Responden

Karakteristik responden merupakan konsumen yang menggunakan jasa pelayanan Klinik Kecantikan Indah *Beauty Care*. Peneliti menyebar kuesioner sebanyak 100 responden. Untuk cara penyebarannya dilakukan dari pukul 08.00 – 14.00 WIB di Klinik Kecantikan Indah *Beauty Care*. Seluruh responden sebanyak 100 orang telah memiliki karakteristik yang dilihat dari beberapa faktor antara lain jenis kelamin dan usia :

##### 1. Jenis Kelamin

Pengelompokan responden berdasarkan dari faktor jenis kelamin, dinyatakan bahwa untuk responden yang berjenis kelamin laki-laki memiliki total sebanyak 22 orang, sedangkan untuk responden yang berjenis kelamin perempuan memiliki total sebanyak 78 orang. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel 4.6.

**Tabel 4. 6** Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah
Laki-laki	22
Perempuan	78
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>

## 2. Usia

Berdasarkan pada faktor usia, karakteristik responden dapat diketahui bahwa mayoritas responden berusia 17-25 tahun yaitu 42 responden. Kemudian untuk responden yang berusia 25-35 tahun memiliki total 38 responden, dan untuk responden yang berusia di atas 35 tahun memiliki total 20 responden. Dapat dilihat pada tabel 4.7.

**Tabel 4. 7** Jumlah Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah
17-25 tahun	42
25-35 tahun	38
35 >	20
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>

## 3. Data Kuesioner

Data kuesioner berisikan data rekap dari hasil penyebaran kuesioner yang telah diisi oleh responden kemudian dimasukkan ke dalam tabel data mentah yang terlampir pada A4. Baris pada tabel menunjukkan responden 1 sampai 100. Sedangkan kolom pada tabel menunjukkan butir pertanyaan 1 sampai 27.

## 4.2 Pengolahan Data

Pada pengolahan data ini memiliki beberapa tahapan. Dapat dimulai dengan menghitung uji validitas dan uji reliabilitas atribut. Setelah uji validitas dan uji reliabilitas dinyatakan valid dan reliabel, maka langkah selanjutnya yaitu menganalisis tingkat kepuasan dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) serta prioritas perbaikan layanan dengan tingkat kesesuaian dan *Potential Gain in Customer Value* (PGCV).

### 4.2.1 Pengujian Data

#### A. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisisioner yang diberikan pada konsumen selama penelitian. Uji ini dilakukan agar jawaban dari kuesioner ini dapat digunakan untuk penelitian.

a. Menentukan hipotesis

$H_0$  = Skor item tidak berkorelasi positif dengan skor total

$H_1$  = Skor item berkorelasi positif dengan skor total

b. Menentukan nilai r tabel

Untuk mencari nilai r tabel, dapat dilakukan dengan menggunakan rumus  $df = n -$

2. Dari nilai tersebut,  $df =$  jumlah responden  $- 2$ . Dalam penelitian ini  $df = 100 -$

2. Dengan tingkat signifikansi 0,05, maka didapatkan nilai r tabel sebesar 0,197.

c. Mencari nilai r hitung

Nilai dari r hitung didapatkan dari pengolahan data menggunakan *software* SPSS

23. Nilai r hitung dapat dilihat pada hasil *output* SPSS 23 pada kolom *Corrected Item-Total Correlation*. (*output* hasil *software* terlampir).

d. Pengambilan keputusan

Dasar pengambilan keputusan, yaitu :

Apabila r hitung  $>$  r tabel, maka butir pertanyaan dapat dinyatakan valid.

Apabila r hitung  $<$  r tabel, maka butir pertanyaan dapat dinyatakan tidak valid.

**1. Uji Validitas Tingkat Kepentingan**

Berikuti ini adalah uji validitas tingkat kepentingan pada klinik kecantikan Indah *Beauty Care* yang ditunjukkan oleh tabel di bawah ini :

**Tabel 4. 8** Hasil Uji Validitas Tingkat Kepentingan Menggunakan *Software* SPSS

No.	Atribut	r hitung	r tabel	Keterangan
1.	TA1	0,245	0,197	Valid
2.	TA2	0,239	0,197	Valid
3.	TA3	0,287	0,197	Valid
4.	TA4	0,654	0,197	Valid
5.	TA5	0,645	0,197	Valid
6.	TA6	0,648	0,197	Valid
7.	TA7	0,577	0,197	Valid
8.	REL8	0,576	0,197	Valid
9.	REL9	0,383	0,197	Valid

Tabel 4.8 Lanjutan

No.	Atribut	r hitung	r tabel	Keterangan
10.	REL10	0,620	0,197	Valid
11.	REL11	0,373	0,197	Valid
12.	REL12	0,507	0,197	Valid
13.	REL13	0,364	0,197	Valid
14.	REL14	0,578	0,197	Valid
15.	RES15	0,618	0,197	Valid
16.	RES16	0,489	0,197	Valid
17.	RES17	0,471	0,197	Valid
18.	RES18	0,643	0,197	Valid
19.	AS19	0,632	0,197	Valid
20.	AS20	0,769	0,197	Valid
21.	AS21	0,503	0,197	Valid
22.	AS22	0,604	0,197	Valid
23.	AS23	0,677	0,197	Valid
24.	EM24	0,515	0,197	Valid
25.	EM25	0,610	0,197	Valid
26.	EM26	0,689	0,197	Valid
27.	EM27	0,544	0,197	Valid

Berdasarkan uji validitas dengan menggunakan *software* SPSS 23.0 for windows di atas, dapat dilihat bahwa r hitung bernilai lebih besar dari r tabel, maka dapat disimpulkan bahwa semua butir pertanyaan yang ada dalam kuesioner telah valid.

## 2. Uji Validitas Tingkat Kepuasan

Berikut ini adalah uji validitas tingkat kepuasan pada klinik kecantikan *Indah Beauty Care* yang ditunjukkan oleh tabel di bawah ini :

**Tabel 4. 9** Hasil Uji Validitas Tingkat Kepuasan Menggunakan *Software* SPSS

No.	Atribut	r hitung	r tabel	Keterangan
1.	TA1	0,335	0,197	Valid
2.	TA2	0,457	0,197	Valid
3.	TA3	0,434	0,197	Valid
4.	TA4	0,230	0,197	Valid
5.	TA5	0,374	0,197	Valid
6.	TA6	0,251	0,197	Valid
7.	TA7	0,545	0,197	Valid
8.	REL8	0,484	0,197	Valid
9.	REL9	0,550	0,197	Valid
10.	REL10	0,242	0,197	Valid
11.	REL11	0,575	0,197	Valid
12.	REL12	0,283	0,197	Valid
13.	REL13	0,348	0,197	Valid
14.	REL14	0,459	0,197	Valid
15.	RES15	0,416	0,197	Valid
16.	RES16	0,391	0,197	Valid
17.	RES17	0,501	0,197	Valid
18.	RES18	0,494	0,197	Valid
19.	AS19	0,448	0,197	Valid
20.	AS20	0,414	0,197	Valid
21.	AS21	0,477	0,197	Valid
22.	AS22	0,504	0,197	Valid
23.	AS23	0,245	0,197	Valid
24.	EM24	0,552	0,197	Valid
25.	EM25	0,271	0,197	Valid
26.	EM26	0,315	0,197	Valid
27.	EM27	0,356	0,197	Valid

Berdasarkan uji validitas dengan menggunakan *software* SPSS 23 di atas, dapat dilihat bahwa r hitung bernilai lebih besar dari r tabel, maka dapat disimpulkan bahwa semua butir pertanyaan yang ada dalam kuesioner telah valid.

## B. Uji Reliabilitas

Setelah didapatkan atribut pertanyaan yang valid kemudian dilakukan uji reliabilitas. Teknik uji reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis dengan menggunakan *Cronbach's Alpha*. Jika nilai korelasi  $> 0,6$ , maka instrument tersebut dinyatakan reliabel. Nilai korelasi *output* SPSS 23 dapat dilihat dari *reliability statistics* pada kolom *Cronbach's Alpha* untuk tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan yang dapat dilihat pada tabel 4.10 dan 4.11 berikut ini :

**Tabel 4. 10** Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Kepentingan Menggunakan *Software* SPSS

<i>Cronbach's Alpha</i>	<b>N of Item</b>
0,901	27

**Tabel 4. 11** Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Kepuasan Menggunakan *Software* SPSS

<i>Cronbach's Alpha</i>	<b>N of Item</b>
0,806	27

Pada tabel di atas untuk tingkat kepentingan memiliki nilai korelasi sebesar 0,901. Sedangkan untuk tingkat kepuasan memiliki nilai korelasi sebesar 0,806. Sehingga kedua nilai ini dinyatakan reliabel karena memiliki nilai korelasi lebih dari 0,6.

### 4.2.2 Pengolahan Data *Importance Performance Analysis* (IPA)

*Importance Performance Analysis* (IPA) dilakukan dengan menghitung skor total tingkat kepuasan dan tingkat kepentingan konsumen di klinik kecantikan Indah *Bauty Care*. Berikutnya akan dilakukan perhitungan nilai pada sumbu X ( rata-rata skor tingkat kepuasan ) dan nilai pada sumbu Y ( rata-rata skor tingkat kepentingan ) yang akan dipetakan dalam diagram kartesius menggunakan *software* SPSS 23. Contoh perhitungannya adalah sebagai berikut :

- a. Skor total tingkat kepuasan

$$\begin{aligned} \text{Tingkat kepuasan pada atribut 1} &= 3+2+2+2+2+\dots\dots\dots+4+3+5 \\ &= 316 \end{aligned}$$

b. Skor total tingkat kepentingan

$$\begin{aligned} \text{Tingkat kepentingan pada atribut 1} &= 3+4+4+4+3+\dots\dots\dots+4+4+4 \\ &= 369 \end{aligned}$$

c. Rata-rata skor tingkat kepuasan

$$\text{Rata-rata tingkat kepuasan pada atribut 1} = 316 : 100 = 31,6$$

d. Rata-rata skor tingkat kepentingan

$$\text{Rata-rata tingkat kepentingan pada atribut 1} = 369 : 100 = 3,69$$

Hasil pengolahan data dapat dilihat pada tabel dibawah ini, tabel 4.12 perhitungan total skor dan rata-rata tingkat kepuasan dan tingkat kepentingan pelanggan.

**Tabel 4. 12** Perhitungan total skor dan rata-rata tingkat kepuasan dan tingkat kepentingan pelanggan

No.	Atribut	Tingkat Kepuasan		Tingkat Kepentingan	
		Total Skor (X)	Rata-rata (X)	Total Skor (Y)	Rata-rata (Y)
1.	Ruang tunggu nyaman, rapi dan bersih	316	3,16	369	3,69
2.	Fasilitas lengkap termasuk AC, toilet, tempat shalat, cctv dan wifi	290	2,90	434	4,34
3.	Tempat parkir aman dan memadai	266	2,66	431	4,31
4.	Adanya papan informasi yang berisikan tentang petunjuk arah dan denah perusahaan	279	2,79	414	4,14
5.	Karyawan berpenampilan rapi	297	2,97	399	3,99
6.	Ketersediaan tempat duduk memadai	253	2,53	441	4,41
7.	Tersedianya buku daftar harga jasa di Klinik Kecantikan Indah <i>Beauty Care</i>	294	2,94	383	3,83
8.	Sering mengadakan promo atau potongan harga	321	3,21	427	4,27
9.	Jam buka atau tutupnya pelayanan tepat waktu	313	3,13	367	3,67
10.	Pelayanan dilakukan dengan cepat	272	2,72	430	4,30
11.	Adanya rekam medik konsumen	279	2,79	395	3,95
12.	Klinik Kecantikan Indah <i>Beauty Care</i> melakukan tindakan sesuai dengan anjuran dokter	337	3,37	426	4,26
13.	Penyampaian informasi mudah untuk dipahami	335	3,35	415	4,15
14.	Keramahan karyawan dalam memberikan pelayanan	372	3,72	432	4,32

4.12 Tabel Lanjutan

No.	Atribut	Tingkat Kepuasan		Tingkat Kepentingan	
		Total Skor (X)	Rata-rata (X)	Total Skor (Y)	Rata-rata (Y)
15.	Karyawan tanggap dalam memberikan pelayanan	353	3,53	412	4,12
16.	Dokter tanggap dalam menjelaskan cara pemakaian cream yang benar	355	3,55	429	4,29
17.	Karyawan dapat mengatasi keluhan konsumen dengan cepat	293	2,93	440	4,40
18.	Karyawan dapat mengatasi keluhan konsumen dengan tepat	327	3,27	423	4,23
19.	Produk yang dijualbelikan ada izin dari BPOM	344	3,44	433	4,33
20.	Jaminan kerahasiaan data konsumen	341	3,41	417	4,17
21.	Kemampuan dokter dalam menganalisis serta memberikan pengobatan telah terjamin	331	3,31	436	4,36
22.	Klinik Kecantikan Indah <i>Beauty Care</i> memberikan jaminan konsultasi gratis	358	3,58	439	4,39
23.	Adanya nomor antrian ketika mengantri untuk dilayani	291	2,91	442	4,42
24.	Klinik Kecantikan Indah <i>Beauty Care</i> menganggap semua konsumen itu sama tanpa memandang status social	326	3,26	435	4,35
25.	Kesungguhan karyawan dalam memberikan pelayanan pada konsumen	343	3,43	422	4,22
26.	Klinik Kecantikan Indah <i>Beauty Care</i> selalu menerapkan 3S yaitu senyum, sapa dan salam	329	3,29	444	4,44
27.	Klinik Kecantikan Indah <i>Beauty Care</i> berusaha memberikan informasi sejelas dan selengkap mungkin kepada konsumen melalui penggunaan media sosial.	377	3,77	423	4,23

### 1. Tingkat Kesesuaian

Pada metode *Importance Performance Analysis* (IPA) juga terdapat perhitungan untuk menentukan urutan prioritas perbaikan layanan, yang dihitung dengan tingkat kesesuaian. Hasil tingkat kesesuaian ini nantinya akan dibandingkan dengan hasil perhitungan *Potential Gain In Customer Value* (PGCV) untuk

menentukan prioritas perbaikan layanan terbaik untuk memberikan kepuasan pada konsumen. Keputusan dilakukan perbaikan atau tidaknya pelayanan berdasarkan dari hasil perbandingan antara nilai tingkat kesesuaian dengan nilai rata-rata tingkat kesesuaian pelayanan itu. Apabila nilai kesesuaian  $\geq$  nilai rata-rata tingkat kesesuaian maka dilakukan usaha untuk mempertahankan (*hold*), namun apabila sebaliknya maka harus dilakukan perbaikan (*action*). Cara perhitungan untuk mendapatkan nilai tingkat kesesuaian dan rata-rata kesesuaian adalah sebagai berikut :

- a. Tingkat kepuasan

$$\begin{aligned} \text{Tingkat kepuasan pada atribut 1} &= 3+2+2+2+2+\dots\dots\dots+4+3+5 \\ &= 316 \end{aligned}$$

- b. Tingkat kepentingan

$$\begin{aligned} \text{Tingkat kepentingan pada atribut 1} &= 3+4+4+4+3+\dots\dots\dots+4+4+4 \\ &= 369 \end{aligned}$$

- c. Tingkat kesesuaian

$$\begin{aligned} \text{Tingkat kesesuaian pada atribut 1} &= (316 : 369) \times 100\% \\ &= 85,64\% \end{aligned}$$

Perhitungan dilakukan dengan cara yang sama sampai dengan atribut yang ke 27 sehingga didapatkan nilai tingkat kesesuaian dari setiap atribut.

- d. Rata-rata tingkat kesesuaian

$$\begin{aligned} \text{Rata-rata tingkat kesesuaian} &= (85,64 \% + 66,82 \% + \dots + 74,10 \%) : 27 \\ &= 75,80 \% \end{aligned}$$

Hasil pengolahan data dapat dilihat pada tabel dibawah ini, tabel 4.13 hasil perhitungan tingkat kesesuaian.

Tabel 4. 13 Hasil Perhitungan Tingkat Kesesuaian

No.	Atribut	Tingkat Kepuasan (X)	Tingkat Kepentingan (Y)	Tingkat Kesesuaian (%)
1.	Ruang tunggu nyaman, rapi, dan bersih	316	369	85,64
2.	Fasilitas lengkap termasuk AC, toilet, tempat shalat, cctv dan wifi	290	434	66,82
3.	Tempat parkir aman dan memadai	266	431	61,72
4.	Adanya papan informasi yang berisikan tentang petunjuk arah dan denah perusahaan	279	414	67,39
5.	Karyawan berpenampilan rapi	297	399	74,44
6.	Ketersediaan tempat duduk memadai	253	441	57,37
7.	Tersedianya buku daftar harga jasa di Klinik Kecantikan Indah <i>Beauty Care</i>	294	383	76,76
8.	Sering mengadakan promo atau potongan harga	321	427	75,18
9.	Jam buka atau tutupnya pelayanan tepat waktu	313	367	85,29
10.	Pelayanan dilakukan dengan cepat	272	430	63,26
11.	Adanya rekam medik konsumen	279	395	70,63
12.	Klinik Kecantikan Indah <i>Beauty Care</i> melakukan tindakan sesuai dengan anjuran dari dokter	337	426	79,11
13.	Penyampaian informasi mudah untuk dipahami	335	415	80,72
14.	Keramahan karyawan dalam memberikan pelayanan	372	432	86,11
15.	Karyawan tanggap dalam memberikan pelayanan	353	412	85,68
16.	Dokter tanggap dalam menjelaskan cara pemakaian cream yang benar	355	429	82,75
17.	Karyawan dapat mengatasi keluhan konsumen dengan cepat	293	440	66,59
18.	Karyawan dapat mengatasi keluhan dengan tepat	327	423	77,30
19.	Produk yang dijualbelikan ada izin dari BPOM	344	433	79,45
20.	Jaminan kerahasiaan data konsumen	341	417	81,77
21.	Kemampuan dokter dalam menganalisis serta memberikan pengobatan telah terjamin	331	436	75,92
22.	Klinik Kecantikan Indah <i>Beauty Care</i> memberikan jaminan konsultasi gratis	358	439	81,55
23.	Adanya nomor antrian ketika mengantri untuk dilayani	291	442	65,84

Tabel 4.13 Lanjutan

No.	Atribut	Tingkat Kepuasan (X)	Tingkat Kepentingan (Y)	Tingkat Kesesuaian (%)
24.	Klinik Kecantikan Indah <i>Beauty Care</i> menganggap semua konsumen itu sama tanpa memandang status sosial	326	435	74,94
25.	Kesungguhan karyawan dalam memberikan pelayanan pada konsumen	343	422	81,28
26.	Klinik Kecantikan Indah <i>Beauty Care</i> selalu menerapkan 3S yaitu senyum, sapa dan salam.	329	444	74,10
27.	Klinik Kecantikan Indah <i>Beauty Care</i> berusaha memberikan informasi sejelas dan selengkap mungkin kepada konsumen melalui penggunaan media social	377	423	89,13
<b>Rata-rata</b>				<b>75,80</b>

Berdasarkan perhitungan dari tingkat kesesuaian antara penilaian tingkat kepuasan dan tingkat kepentingan responden di klinik kecantikan Indah *Beauty Care*, maka dibuat suatu penilaian khusus yang menjadi dasar suatu keputusan untuk mempertahankan prestasi atau melakukan perbaikan. Apabila nilai kesesuaian masing-masing atribut melebihi nilai kesesuaian rata-ratanya maka pelanggan dapat dikatakan puas, tetapi apabila berada dibawah nilai kesesuaian rata-ratanya maka dianggap perlu untuk ditingkatkan (Supranto, 2001). Tolak ukur batas pengambilan keputusan didapatkan dari nilai rata-rata tingkat kesesuaian seluruh atribut pernyataan sebesar 75,80%.

Dasar dari keputusan tersebut adalah sebagai berikut :

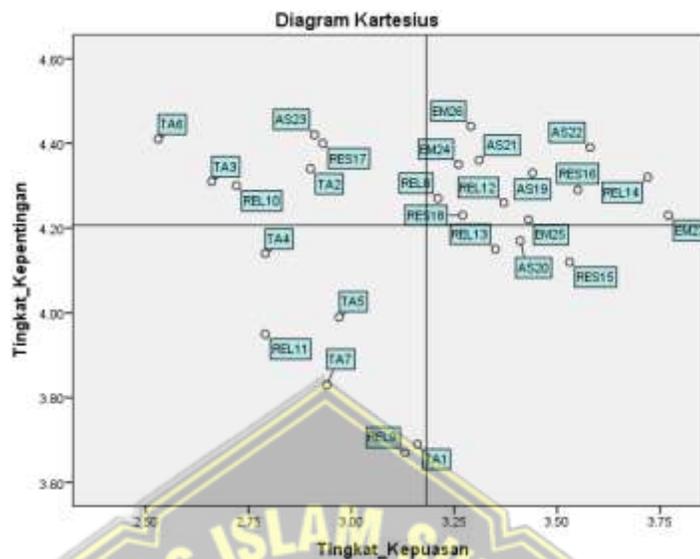
- a. Bila  $TK < 75,80\%$ , maka akan dilakukan perbaikan atau *action* (A)
- b. Bila  $TK \geq 75,80\%$ , maka dilakukan usaha untuk mempertahankan atau *hold* (H)

Tabel 4. 14 Keputusan *Hold and Action*

Kode Atribut	Tingkat Kesesuaian	Keputusan ( H atau A )
TA1	85,64	H
TA2	66,82	A
TA3	61,72	A
TA4	67,39	A
TA5	74,44	A
TA5	57,37	A
TA7	76,76	H
RE8	75,18	A
RE9	85,29	H
RE10	63,26	A
RE11	70,63	A
RE12	79,11	H
RE13	80,72	H
RE14	86,11	H
RES15	85,68	H
RES16	82,75	H
RES17	66,59	A
RES18	77,30	H
AS19	79,45	H
AS20	81,77	H
AS21	75,92	H
AS22	81,55	H
AS23	65,84	A
E24	74,94	A
E25	81,28	H
E26	74,10	A
E27	89,13	H

## 2. Diagram Kartesius

Pembuatan diagram kartesius dilakukan dengan memasukkan data hasil dari rata-rata tingkat kepuasan dan rata-rata tingkat kepentingan yang sudah dihitung pada tabel 4.12 ke dalam *software SPSS 23*. Setelah dimasukkan semua, hasil dari rata-rata tingkat kepuasan dan tingkat kepentingan pelanggan setiap atribut kemudian di plot ke dalam diagram kartesius yang terbagi dalam empat kuadran yang bertujuan untuk mengetahui terletak di kuadran berapakah atribut tersebut. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar 4.1 :



Gambar 4. 1 Hasil Pembuatan Diagram Kartesius

Berdasarkan pada gambar 4.1 diketahui bahwa hasil perhitungan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) didapatkan urutan prioritas perbaikan pada atribut-taribut tersebut sesuai dengan konsep diagram kartesius pada kuadran I. Berikut ini adalah tabel pada kuadran I :

Tabel 4. 15 Atribut - atribut pada Kuadran I Berdasarkan Perhitungan Metode IPA

Kode Atribut	Atribut	Tingkat Kepuasan (X)	Tingkat Kepentingan (Y)	Tingkat Kesesuaian (%)
TA2	Failitas lengkap termasuk AC, toilet, tempat shalat, cctv dan wifi.	290	434	66,82
TA3	Tempat parkir aman dan memadai.	266	431	61,72
TA6	Ketersediaan tempat duduk memadai.	253	441	57,37
REL10	Pelayanan dilakukan dengan cepat.	272	430	63,26
RES17	Karyawan dapat mengatasi keluhan konsumen dengan cepat.	293	440	66,59
AS23	Adanya nomor antrian ketika mengantri untuk dilayani.	291	442	65,84

#### 4.2.3 Metode *Potential Gain in Customer Value* (PGCV)

Perhitungan menggunakan metode *Potential Gain in Customer Value* (PGCV) ini diawali dengan menentukan nilai rata-rata *performance* dan nilai rata-rata

*importance*. Sebelumnya pada pengolahan data menggunakan metode IPA sudah dihitung nilai rata-rata *performance* dan nilai rata-rata *importance*. Sehingga ketika melakukan pengolahan menggunakan metode PGCV tidak perlu melakukan perhitungan kembali karena sudah menemukan hasilnya.

Sebelum menentukan nilai Indeks PGCV, terlebih dahulu harus menghitung nilai *Achieve Customer Value* (ACV) dan *Ultimately Desire Customer Value* (UDCV). Hasil perhitungan dari *Potential Gain In Customer Value* (PGCV) digunakan untuk mengetahui atribut mana saja yang digunakan dalam menentukan prioritas perbaikan di Klinik Kecantikan Indah *Beauty Care*. Berikut ini adalah cara perhitungan menggunakan metode *Potential Gain in Customer Value* (PGCV) :

- a. Perhitungan nilai *Achieve Customer Value* (ACV) pada atribut 1

$$ACV = X \cdot Y$$

Dimana : X = Rata-rata *performance*

Y = Rata-rata *importance*

$$\begin{aligned} \text{Contoh : } ACV &= 3,16 \times 3,69 \\ &= 11,66 \end{aligned}$$

- b. Perhitungan nilai *Ultimately Desire Customer Value* (UDCV) pada atribut 1

$$UDCV = Y \cdot P_{\max}$$

Dimana : Y = Rata-rata *importance*

$P_{\max}$  = Nilai maksimal pada skala Likert (alternatif jawaban yang disediakan pada angket)

$$\begin{aligned} \text{Contoh : } UDCV &= 3,69 \times 5 \\ &= 18,45 \end{aligned}$$

- c. Perhitungan nilai Indeks PGCV (*Potential Gain in Customer Value*) pada atribut 1

$$\begin{aligned} \text{Indeks PGCV} &= UDCV - ACV \\ &= 18,45 - 11,66 \\ &= 6,79 \end{aligned}$$

Berikut adalah hasil perhitungan PGCV yang disajikan pada tabel 4.16 :

**Tabel 4. 16** Prioritas Perbaikan Berdasarkan Perhitungan PGCV

No.	Atribut	Rata-rata Performance (X)	Rata-rata Importance (Y)	Nilai ACV (X.Y)	Nilai UDCV (Y.Pmaks)	Indeks PGCV (UDCV-ACV)	Urutan ke
1.	Ruang tunggu nyaman, rapi, dan bersih	3,16	3,69	11,66	18,45	6,79	19
2.	Fasilitas lengkap termasuk AC, toilet, tempat shalat, cctv dan wifi	2,90	4,34	12,59	21,7	9,11	6
3.	Tempat parkir aman dan memadai	2,66	4,31	11,46	21,55	10,09	2
4.	Adanya papan informasi yang berisikan tentang petunjuk arah dan denah perusahaan	2,79	4,14	11,55	20,7	9,15	5
5.	Karyawan berpenampilan rapi	2,97	3,99	11,85	19,95	8,10	9
6.	Ketersediaan tempat duduk memadai	2,53	4,41	11,16	22,05	10,89	1
7.	Tersedianya buku daftar harga jasa di Klinik Kecantikan Indah <i>Beauty Care</i>	2,94	3,83	11,26	19,15	7,89	10
8.	Sering mengadakan promo atau potongan harga	3,21	4,27	13,71	21,35	7,64	11
9.	Jam buka atau tutupnya pelayanan tepat waktu	3,13	3,67	11,49	18,35	6,86	17
10.	Pelayanan dilakukan dengan cepat	2,72	4,30	11,70	21,5	9,80	3
11.	Adanya rekam medik konsumen	2,79	3,95	11,02	19,75	8,73	8
12.	Klinik Kecantikan Indah <i>Beauty Care</i> melakukan tindakan sesuai dengan anjuran dari dokter	3,37	4,26	14,36	21,3	6,94	16
13.	Penyampaian informasi mudah untuk dipahami	3,35	4,15	13,90	20,75	6,85	18
14.	Keramahan karyawan dalam memberikan pelayanan	3,72	4,32	16,07	21,6	5,53	26
15.	Karyawan tanggap dalam memberikan pelayanan	3,53	4,12	14,54	20,6	6,06	25
16.	Dokter tanggap dalam menjelaskan cara pemakaian cream yang benar	3,55	4,29	15,23	21,45	6,22	24

Tabel 4.16 Lanjutan

No.	Atribut	Rata-rata Performance (X)	Rata-rata Importance (Y)	Nilai ACV (X.Y)	Nilai UDCV (Y.Pmaks)	Indeks PGCV (UDCV-ACV)	Urutan ke
17.	Karyawan dapat mengatasi keluhan konsumen dengan cepat	2,93	4,40	12,89	22	9,11	7
18.	Karyawan dapat mengatasi keluhan dengan tepat	3,27	4,23	13,83	21,15	7,32	15
19.	Produk yang dijualbelikan ada izin dari BPOM	3,44	4,33	14,90	21,65	6,75	20
20.	Jaminan kerahasiaan data konsumen	3,41	4,17	14,22	20,85	6,63	21
21.	Kemampuan dokter dalam menganalisis serta memberikan pengobatan telah terjamin	3,31	4,36	14,43	21,8	7,37	14
22.	Klinik Kecantikan Indah <i>Beauty Care</i> memberikan jaminan konsultasi gratis	3,58	4,39	15,72	21,95	6,23	23
23.	Adanya nomor antrian ketika mengantri untuk dilayani	2,91	4,42	12,86	22,1	9,24	4
24.	Klinik Kecantikan Indah <i>Beauty Care</i> menganggap semua konsumen itu sama tanpa memandang status sosial	3,26	4,35	14,18	21,75	7,57	13
25.	Kesungguhan karyawan dalam memberikan pelayanan pada konsumen	3,43	4,22	14,47	21,1	6,63	22
26.	Klinik Kecantikan Indah <i>Beauty Care</i> selalu menerapkan 3S yaitu senyum, sapa dan salam	3,29	4,44	14,61	22,2	7,59	12
27.	Klinik Kecantikan Indah <i>Beauty Care</i> berusaha memberikan informasi sejelas dan selengkap mungkin kepada konsumen melalui penggunaan media social	3,77	4,23	15,95	21,15	5,20	27

### 4.3 Analisa dan Interpretasi

#### 4.3.1 Analisa Hasil Pengujian Data

Pada pengumpulan data dalam penyebaran kuisioner sebanyak 100 responden akan dilakukan pengujian data yang meliputi uji validitas dan uji reliabilitas terlebih

dahulu sebelum dilakukan pengolahan data. Uji validitas digunakan untuk menentukan apakah setiap butir pertanyaan atau item sudah tepat untuk digunakan dalam mengukur suatu aspek tertentu. Validitas diukur dengan menggunakan nilai korelasi. Jadi kevalidan dari suatu item atau pertanyaan dapat dilihat dari *output* pengolahan SPSS ditabel *Item-Total Statistic* dari nilai *Correlate Item –Total Corelation* tiap item atau butir pertanyaan berdasarkan hasil dari perhitungan nilai korelasi menggunakan SPSS 23 didapatkan hasil bahwa semua atribut pertanyaan pada kuesioner sudah valid. Item dikatakan valid apabila nilai korelasi hitung (  $r$  hitung ) lebih besar dari  $r$  tabel. Dari nilai tabel  $df = \text{jumlah responden} - 2$ , dalam penelitian ini  $df = 100 - 2 = 98$ . Dan tingkat signifikansi 0,05 maka didapatkan nilai  $r$  tabel sebesar  $0,1966$ . Dari hasil penyebaran kuesioner dan melakukan pengolahan pada 27 atribut pertanyaan untuk tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan yang dapat dilihat pada tabel 4.8 adalah hasil uji validitas pada tingkat kepentingan menggunakan *software* SPSS 23 dan pada tabel 4.9 adalah hasil uji validitas tingkat kepuasan menggunakan *software* SPSS 23 menunjukkan bahwa korelasi hitung nilainya lebih besar dari nilai korelasi tabel. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua atribut pertanyaan dalam kuesioner telah mampu mengungkapkan sesuatu yang menjadi sasaran pokok pengukuran yang dilakukan pada atribut tersebut. Setelah semua pertanyaan terbukti valid maka akan dilakukan uji reliabilitas. Uji reliabilitas ini digunakan untuk mengetahui apakah instrument yang akan digunakan dalam penelitian tersebut akan memberikan hasil yang sama meskipun dilakukan berulang-ulang pada waktu kapan saja. Uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan metode *Cronbach's Alpha* yang dinyatakan dengan nilai korelasi. Dapat dilihat pada tabel 4.10 dimana hasil dari uji reliabilitas tingkat kepentingan yang telah diolah menggunakan *software* SPSS 23 memiliki nilai sebesar 0,901 dan pada tabel 4.11 tingkat kepuasan telah dilakukan pengujian yang sama dan memiliki nilai sebesar 0,806. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa atribut-atribut dalam kuesioner sudah dinyatakan reliabel karena memiliki nilai korelasi lebih dari 0,6.

### 4.3.2 Analisa Metode *Importance Performance Analysis* (IPA)

Hasil perhitungan rata-rata skor tingkat kepuasan (X) dan rata-rata tingkat kepentingan (Y) akan dipetakan dalam bentuk diagram kartesius, yang bertujuan untuk mengetahui letak tiap atribut. Berdasarkan pemetaan dari gambar 4.1 semua atribut pernyataan dapat dikelompokkan ke dalam empat kuadran, yaitu sebagai berikut :

#### a. Kuadran I

Kuadran I ini membutuhkan penanganan yang perlu diprioritaskan oleh pihak manajemen perusahaan, karena atribut-atribut dalam kuadran ini dianggap sangat penting oleh pelanggan, akan tetapi tingkat pelaksanaan dianggap masih belum memuaskan pelanggan. Semua atribut yang berada dalam kuadran ini merupakan kekurangan yang dimiliki oleh klinik kecantikan Indah *Beauty Care*. Berikut adalah atribut-atribut yang terletak pada kuadran I :

**Tabel 4. 17** Atribut Pernyataan Yang Menempati Kuadran I

Kode Atribut	Atribut	Tingkat Kepuasan (X)	Tingkat Kepentingan (Y)	Tingkat Kesesuaian (%)
TA2	Fasilitas lengkap termasuk AC, toilet, tempat shalat, cctv dan wifi.	290	434	66,82
TA3	Tempat parkir aman dan memadai.	266	431	61,72
TA6	Ketersediaan tempat duduk memadai.	253	441	57,37
REL10	Pelayanan dilakukan dengan cepat.	272	430	63,26
RES17	Karyawan dapat mengatasi keluhan konsumen dengan cepat.	293	440	66,59
AS23	Adanya nomor antrian ketika mengantri untuk dilayani	291	442	65,84

Pada tabel 4.17 seluruh atribut yang terletak pada kuadran I memiliki nilai tingkat kesesuaian yang bernilai lebih kecil dari batas tolak ukur keputusan (75,80%),

sehingga seluruh atribut yang berada pada kuadran ini memerlukan perbaikan atau *action*.

b. Kuadran II

Kuadran II dianggap daerah yang harus dipertahankan, karena tingkat pelaksanaannya telah sesuai dengan kepentingan dan harapan pelanggan. Pada tabel 4.18 dapat dilihat atribut-atribut yang terletak pada kuadran II beserta urutan prioritas perbaikan berdasarkan dengan tingkat kesesuaian.

**Tabel 4. 18** Atribut Pernyataan Yang Menempati Kuadran II

Kode Atribut	Atribut	Tingkat Kepuasan (X)	Tingkat Kepentingan (Y)	Tingkat Kesesuaian (%)
REL8	Sering mengadakan promo atau potongan harga.	321	427	75,18
REL12	Klinik Kecantikan Indah <i>Beauty Care</i> melakukan tindakan sesuai dengan anjuran dari dokter.	337	426	79,11
REL14	Keramahan karyawan dalam memberikan pelayanan.	372	432	86,11
RES16	Dokter tanggap dalam menjelaskan cara pemakaian <i>cream</i> yang benar.	355	429	82,75
RES18	Karyawan dapat mengatasi keluhan dengan tepat.	327	423	77,30
AS19	Produk yang dijualbelikan ada izin dari BPOM.	344	433	79,45
AS21	Kemampuan dokter dalam menganalisis serta memberikan pengobatan telah terjamin.	331	436	75,92
AS22	Klinik Kecantikan Indah <i>Beauty Care</i> memberikan jaminan konsultasi gratis.	358	439	81,55
EM24	Klinik Kecantikan Indah <i>Beauty Care</i> menganggap semua konsumen itu sama tanpa memandang status sosial.	326	435	74,94
EM25	Kesungguhan karyawan dalam memberikan pelayanan pada konsumen.	343	422	81,28

Tabel 4.18 Lanjutan

Kode Atribut	Atribut	Tingkat Kepuasan (X)	Tingkat Kepentingan (Y)	Tingkat Kesesuaian (%)
EM26	Klinik Kecantikan Indah <i>Beauty Care</i> selalu menerapkan 3S yaitu senyum, sapa dan salam.	329	444	74,10
EM27	Klinik Kecantikan Indah <i>Beauty Care</i> berusaha memberikan informasi sejelas dan selengkap mungkin kepada konsumen melalui penggunaan media sosial.	377	423	89,13

c. Kuadran III

Kuadran III dikatakan daerah yang memiliki prioritas rendah, karena atribut yang terletak pada kuadran ini dianggap kurang penting bagi pelanggan dan kualitas pelaksanaannya kurang memuaskan. Akan tetapi, bukan berarti semua atribut yang berada pada kuadran ini tidak menjadi hal yang harus diperhatikan, karena dimasa yang akan datang bisa saja atribut tersebut menjadi tuntutan bagi Klinik Kecantikan Indah *Beauty Care* dalam menjalankan tingkat kepuasan dan kualitas pelayanannya. Pada tabel 4.19 dapat dilihat atribut-atribut yang terletak pada kuadran III beserta urutannya berdasarkan dengan tingkat kesesuaiannya.

Tabel 4. 19 Atribut Pernyataan Yang Menempati Kuadran III

Kode Atribut	Atribut	Tingkat Kepuasan (X)	Tingkat Kepentingan (Y)	Tingkat Kesesuaian (%)
TA1	Ruang tunggu nyaman, rapi dan bersih	316	369	85,64
TA4	Adanya papan informasi yang berisikan tentang petunjuk arah dan denah perusahaan.	279	414	67,39
TA5	Karyawan berpenampilan rapi.	297	399	74,44
TA7	Tersedianya buku daftar harga jasa di Klinik Kecantikan Indah <i>Beauty Care</i> .	294	383	76,76

Tabel 4.19 Lanjutan

Kode Atribut	Atribut	Tingkat Kepuasan (X)	Tingkat Kepentingan (Y)	Tingkat Kesesuaian (%)
REL9	Jam buka atau tutupnya pelayanan tepat waktu.	313	367	85,29
REL11	Adanya rekam medik konsumen.	279	395	70,63

Pada tabel 4.19 dapat dilihat bahwa pada kuadran III atribut TA1, TA7, dan REL 9 memiliki tingkat kesesuaian yang nilainya lebih besar dari batas tolak ukur keputusan ( 75,80 % ), sehingga ketiga atribut tersebut perlu dipertahankan oleh klinik kecantikan Indah *Beauty Care*. Sedangkan pada atribut TA4, TA7 dan REL11 memiliki tingkat kesesuaian yang nilainya lebih kecil dari batas tolak ukur keputusan ( 75,80%), sehingga atribut tersebut perlu mendapatkan perbaikan dari klinik kecantikan Indah *Beauty Care*.

d. Kuadran IV

Kuadran IV dikategorikan sebagai daerah yang dinilai berlebihan pelaksanaannya. Hal ini disebabkan karena pelanggan menganggap tidak terlalu penting adanya faktor tersebut, akan tetapi dilaksanakan dengan baik oleh perusahaan. Selain itu dapat dikarenakan adanya tingkat kepentingan yang rendah sedangkan tingkat kepuasannya tinggi, sehingga bukan menjadi prioritas untuk dilakukan perbaikan. Pada tabel 4.20 dapat dilihat atribut-atribut yang terdapat pada kuadran IV beserta urutan prioritas perbaikan berdasarkan tingkat kesesuaiannya.

Tabel 4. 20 Atribut Pernyataan Yang Menempati Kuadran IV

Kode Atribut	Atribut	Tingkat Kepuasan (X)	Tingkat Kepentingan (Y)	Tingkat Kesesuaian (%)
REL13	Penyampaian informasi mudah untuk dipahami.	335	415	80,72
RES15	Karyawan tanggap dalam memberikan pelayanan.	353	412	85,68
AS20	Jaminan kerahasiaan data konsumen.	341	417	81,77

Pada tabel 4.20 dapat dilihat bahwa seluruh atribut yang terletak pada kuadran IV memiliki tingkat kesesuaian yang bernilai lebih besar dari batas tolak ukur

keputusan (75,80%), sehingga seluruh atribut yang terletak pada kuadran ini dapat dipertahankan tingkat pelayanannya oleh pihak klinik kecantikan Indah *Beauty Care*.

#### 4.3.3 Analisa Metode *Potential Gain in Costumer Value* (PGCV)

Hasil dari perhitungan *Pain Gain in Customer Value* (PGCV) digunakan untuk memberikan jalan bagi diagram kartesius dimana yang menjadi fokus perbaikan adalah atribut-atribut yang terletak pada kuadran I dan seperti yang kita lihat urutan prioritas perbaikan dengan PGCV yang disajikan pada tabel 4.21 adalah :

**Tabel 4. 21** Atribut - atribut Perbaikan Berdasarkan Perhitungan PGCV

Kode Atribut	Atribut	Rata-rata Performance (X)	Rata-rata Importance (Y)	Nilai ACV (X.Y)	Nilai UDCV (Y.Pmaks)	Indeks PGCV (UDCV-ACV)
TA2	Fasilitas lengkap termasuk AC, toilet, tempat shalat, cctv dan wifi	2,90	4,34	12,59	21,7	9,11
TA3	Tempat parkir aman dan memadai	2,66	4,31	11,46	21,55	10,09
TA4	Adanya papan informasi yang berisikan tentang petunjuk arah dan denah perusahaan	2,79	4,14	11,55	20,7	9,15
TA6	Ketersediaan ruang tunggu memadai	2,53	4,41	11,16	22,05	10,89
REL10	Pelayanan dilakukan dengan cepat	2,72	4,30	11,70	21,5	9,80
RES17	Karyawan dapat mengatasi keluhan konsumen dengan cepat	2,93	4,40	12,89	22	9,11
AS23	Adanya nomor antrian ketika mengantri untuk dilayani	2,91	4,42	12,86	22,1	9,24

Hasil penelitian pada atribut perbaikan dari metode IPA dengan metode PGCV berbeda karena terdapat perbedaan dalam menganalisis data, jika pada metode IPA menggunakan *software* SPSS versi 23 dengan didasarkan pada diagram kartesius yang memiliki empat kuadran dan pada metode PGCV menggunakan excel dan dihitung secara manual yang didasarkan pada nilai indeks PGCV. Pada tabel 4.20 ada satu atribut yang tidak terletak pada kuadran I di diagram kartesius yaitu pada atribut TA4, namun ketika TA4 dilakukan pengolahan menggunakan metode PGCV, atribut

tersebut menempati urutan ke lima untuk segera dilakukan perbaikan. Jika dilihat dari perhitungan tingkat kesesuaian yang ada pada metode IPA atribut TA4 memiliki nilai yang kurang dari batas tolak ukur perbaikan, untuk itu atribut TA4 juga memiliki kelayakan untuk segera dilakukan perbaikan atau *action*.

#### 4.3.4 Interpretasi

Setelah dilakukan analisis data kemudian tahapan berikutnya yaitu dengan melakukan interpretasi data. Tujuan dari interpretasi data yaitu untuk membandingkan antara konsep analisa dengan konsep penelitian yang sudah ditentukan sebelumnya.

Dari hasil analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dengan metode IPA dan metode PGCV di Klinik Kecantikan Indah *Beauty Care*. Hasil pengujian data dengan melakukan uji validitas dan uji reliabilitas kuisisioner menunjukkan bahwa semua item pernyataan kuesioner telah terbukti valid dan reliabel. Selanjutnya dilakukan pengolahan data menggunakan metode IPA 27 atribut, berdasarkan dengan lima dimensi diantaranya *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy*. Dilihat dari diagram kartesius terdapat enam atribut yang harus segera dilakukan perbaikan yaitu atribut yang terletak pada kuadran I. Untuk melihat urutan secara rinci atribut yang diprioritaskan agar segera dilakukan perbaikan dapat diolah menggunakan indeks PGCV.

Setelah melakukan perhitungan menggunakan metode PGCV, terdapat tujuh atribut yang menjadi prioritas utama untuk segera dilakukan perbaikan. Enam diantaranya adalah atribut yang menempati kuadran I pada diagram kartesius, sedangkan ada satu atribut yang dikatakan layak untuk mendapatkan perbaikan karena memiliki nilai kurang dari batas tolak ukur keputusan (75,80%) dan menempati urutan kelima pada perhitungan Indeks PGCV. Pada metode PGCV atribut yang diprioritaskan untuk mendapatkan perbaikan yaitu atribut yang memiliki nilai Indeks PGCV tertinggi sesuai urutan. Berikut ini adalah tabel perbandingan antara metode IPA dan metode PGCV.

**Tabel 4. 22** Perbandingan antara hasil metode IPA dan PGCV

Metode IPA			Metode PGCV		
Kode Atribut	Atribut	Tingkat Kesesuaian (%)	Kode Atribut	Atribut	Indeks PGCV
TA2	Fasilitas lengkap termasuk AC, toilet, tempat shalat, cctv dan wifi.	66,82	TA2	Fasilitas lengkap termasuk AC, toilet, tempat shalat, cctv dan wifi.	9,11
TA3	Tempat parkir aman dan memadai.	61,72	TA3	Tempat parkir aman dan memadai.	10,09
TA6	Ketersediaan tempat duduk memadai.	57,37	TA4	Adanya papan informasi yang berisikan tentang petunjuk arah dan denah perusahaan.	9,15
REL10	Pelayanan dilakukan dengan cepat.	63,26	TA6	Ketersediaan ruang tunggu memadai.	10,89
RES17	Karyawan dapat mengatasi keluhan konsumen dengan cepat	66,59	REL10	Pelayanan dilakukan dengan cepat.	9,80
AS23	Adanya nomor antrian ketika mengantri untuk dilayani	65,84	RES17	Karyawan dapat mengatasi keluhan konsumen dengan cepat	9,11
			AS23	Adanya nomor antrian ketika mengantri untuk dilayani	9,24

Berikut urutan atribut-atribut yang harus dilakukan perbaikan oleh klinik kecantikan Indah *Beauty Care*, dapat dilihat dari urutan nilai indeks PGCV tertinggi yang artinya atribut tersebut diprioritaskan untuk segera diperbaiki terlebih dulu. Rinciannya dapat dilihat pada tabel 4.23 :

**Tabel 4. 23** Urutan Prioritas Perbaikan

No.	Kode Atribut	Atribut	Indeks PGCV
1.	TA6	Ketersediaan tempat duduk memadai	10,89
2.	TA3	Tempat parkir aman dan memadai	10,09
3.	REL10	Pelayanan dilakukan dengan cepat	9,80
4.	AS23	Adanya nomor antrian ketika mengantri untuk dilayani	9,24
5.	TA4	Adanya papan informasi yang berisikan tentang petunjuk arah dan denah perusahaan	9,15
6.	TA2	Fasilitas lengkap termasuk AC, toilet, tempat shalat, cctv dan wifi	9,11
7.	RES17	Karyawan dapat mengatasi keluhan konsumen dengan cepat	9,11

#### 4.4 Pembuktian Hipotesa

Berdasarkan hasil yang didapatkan dari analisis menggunakan metode IPA dan PGCV pada penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan kepuasan konsumen di klinik kecantikan Indah *Beauty Care* agar terciptanya loyalitas. Dari hasil perhitungan menggunakan metode IPA diketahui bahwa ada enam atribut yang menjadi prioritas utama untuk segera dilakukan perbaikan. Hal ini dapat dilihat pada diagram kartesius yang terletak pada kuadran I. Selanjutnya dilakukan pengolahan data menggunakan indeks PGCV untuk memberikan jalan diagram kartesius tepatnya pada atribut yang terletak pada kuadran I agar dapat mengetahui urutan tiap atribut yang diprioritaskan untuk segera dilakukan perbaikan secara detail. Setelah dilakukan pengolahan data menggunakan metode PGCV, terdapat tujuh atribut yang harus segera untuk dilakukan perbaikan. Atribut-atribut tersebut diantaranya enam atribut yang terletak pada kuadran I dalam diagram kartesius dan ada tambahan lain satu atribut yang menempati urutan kelima pada perhitungan indeks PGCV.

##### 4.4.1 Usulan Perbaikan

Usulan perbaikan pada penelitian ini menggunakan metode 5W+1H yang meliputi *What* (apa), *Why* (mengapa), *Where* (dimana), *When* (kapan), *Who* (siapa), dan *How* (bagaimana) untuk memperoleh data-data dalam perbaikan. Terdapat 7 atribut dari 27 atribut yang menjadi prioritas utama untuk segera diperbaiki guna meningkatkan kualitas pelayanan, diantaranya adalah ketersediaan tempat duduk memadai, tempat parkir aman dan memadai, pelayanan dilakukan dengan cepat, adanya nomor antrian ketika mengantri untuk dilayani, adanya papan informasi yang berisikan tentang petunjuk arah dan denah perusahaan, fasilitas lengkap termasuk AC, toilet, tempat shalat, cctv dan wifi, dan yang terakhir ada karyawan dapat mengatasi keluhan konsumen dengan cepat. Adapun tabel analisis 5W+1H seperti pada tabel 4.24 di bawah ini.

Tabel 4. 24 Usulan Perbaikan dengan 5W+1H

No.	Kode Atribut	Atribut	What	Why	Where	When	Who	How
1.	TA6	Ketersediaan tempat duduk memadai	Ketersediaan tempat duduk yang tidak memadai.	Karena seringkali jumlah pelanggan yang datang ke klinik Kecantikan Indah <i>Beauty Care</i> lebih banyak daripada jumlah tempat duduk yang dimiliki oleh klinik Kecantikan Indah <i>Beauty Care</i> , sehingga dapat dikatakan kapasitas tempat duduk untuk pelanggan belum mencukupi kebutuhan.	Ruang utama di Klinik Kecantikan Indah <i>Beauty Care</i>	Saat jumlah pelanggan yang datang melebihi kapasitas tempat duduk yang tersedia.	<i>Supervisor</i>	Melakukan penambahan tempat duduk untuk pelanggan.
2.	TA3	Tempat parkir aman dan memadai	Tempat parkir kurang aman dan tidak memadai.	Karena area luas parkir yang dimiliki oleh klinik tidak bisa benar-benar menampung kendaraan pelanggan yang datang, sehingga dapat dikatakan area luas parkir klinik masih belum bisa mencukupi kebutuhan. Selain itu, di area parkir tersebut juga tidak ada tukang parkir, sehingga tidak bisa memaksimalkan keamanan area parkir yang ada.	Area parkir tepatnya di halaman Klinik Kecantikan Indah <i>Beauty Care</i>	Saat jumlah pelanggan yang datang meningkat.	Tukang parkir	Dicarikan petugas parkir dan memperluas tempat parkir supaya lebih memadai.

Tabel 4.24 Lanjutan

No.	Kode Atribut	Atribut	What	Why	Where	When	Who	How
3.	REL10	Pelayanan dilakukan dengan cepat	Pelayanan dilakukan kurang cepat.	Karena jumlah karyawan dalam memberikan pelayanan tidak sesuai dengan jumlah pelanggan yang datang, sehingga dapat dikatakan bahwa kurangnya jumlah karyawan dapat memperlambat pelayanan.	Pada bagian customer service	Saat melakukan pembelian <i>cream</i> .	Karyawan	Menambah jumlah karyawan dalam memberikan pelayanan
4.	AS23	Adanya nomor antrian ketika mengantri untuk dilayani	Tidak adanya nomor antrian ketika mengantri dilayani.	Karena belum adanya orang yang bertanggung jawab khusus untuk membuat nomor antrian, sehingga jika sewaktu-waktu terjadi kenaikan jumlah pelanggan yang datang, penting sekali untuk disediakan nomor antrian untuk membantu pelayanan agar tetap berjalan secara berurutan.	Ruang utama di Klinik Kecantikan Indah <i>Beauty Care</i>	Disaat pelanggan baru datang.	Karyawan	Diberi nomor antrian agar pelayanan dilakukan secara berurutan.

Tabel 4.24 Lanjutan

No.	Kode Atribut	Atribut	What	Why	Where	When	Who	How
5.	TA4	Adanya papan informasi yang berisikan tentang petunjuk arah dan denah perusahaan	Tidak tersedianya papan informasi yang berisikan petunjuk arah dan denah perusahaan.	Dikarenakan tidak adanya orang yang bertanggung jawab untuk membuat papan informasi, sehingga masih ada beberapa pelanggan yang belum memahami tentang petunjuk arah dan denah perusahaan di Klinik Kecantikan Indah <i>Beauty Care</i> .	Ruang utama di Klinik Kecantikan Indah <i>Beauty Care</i>	Sudah dari lama.	Karyawan dan <i>Supervisor</i>	Memberikan papan informasi pada klinik kecantikan Indah <i>Beauty Care</i> yang berisi petunjuk arah dan denah perusahaan.
6.	TA2	Fasilitas lengkap termasuk AC, toilet, tempat shalat, cctv dan wifi	Fasilitas kurang lengkap termasuk AC, toilet, tempat shalat, cctv dan wifi.	Karena masih dalam proses penganggaran biaya untuk peningkatan fasilitas klinik, sehingga pihak Klinik Kecantikan Indah <i>Beauty Care</i> belum bisa memenuhi keinginan pelanggan terkait dengan fasilitas yang mereka butuhkan.	Ruang utama di Klinik Kecantikan Indah <i>Beauty Care</i>	Sudah cukup lama.	Karyawan dan <i>Supervisor</i>	Memperbaiki AC yang rusak. Menambah fasilitas toilet, tempat shalat, cctv dan wifi.
7.	RES17	Karyawan dapat mengatasi keluhan konsumen dengan cepat	Karyawan tidak dapat mengatasi keluhan konsumen dengan cepat.	Karena karyawan tidak menyediakan kotak saran yang bisa digunakan untuk menampung segala keluhan pelanggan, sehingga pihak Klinik Kecantikan Indah <i>Beauty Care</i> belum bisa meningkatkan kualitas pelayanan sesuai yang diharapkan pelanggan.	Ruang utama di Klinik Kecantikan Indah <i>Beauty Care</i>	Saat bertatap muka dengan konsumen.	Karyawan dan <i>Supervisor</i>	Menyediakan kotak saran untuk menampung segala kritik dan saran pelanggan yang merasa belum puas dengan pelayanan yang ada di klinik kecantikan Indah <i>Beauty Care</i> .

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

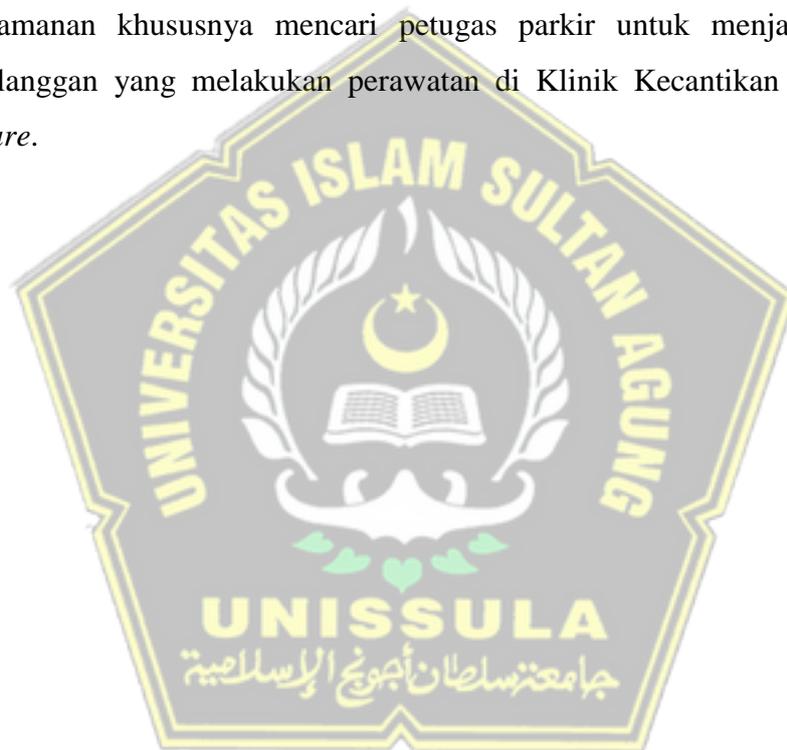
Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat diambil kesimpulan yaitu sebagai berikut :

1. Para pelanggan yang menggunakan jasa pelayanan di Klinik Kecantikan Indah *Beauty Care* menilai bahwa tingkat kepuasan dan harapan pelanggan belum sepenuhnya sesuai dengan keinginannya. Hal ini dapat ditunjukkan dari atribut yang berada pada kuadran I yang memiliki nilai tingkat kesesuaian kurang dari batas tolak ukur keputusan sebesar 75,80%, sehingga seluruh atribut yang terletak pada kuadran I memerlukan perbaikan (*action*). Atribut yang terletak pada kuadran I yaitu TA2, TA3, TA6, REL10, RES17, AS23.
2. Berdasarkan perhitungan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Potential Gain in Customer Value* (PGCV) terdapat tujuh atribut yang dijadikan prioritas untuk segera dilakukan perbaikan. Hal itu dapat dilihat dari nilai Indeks PGCV dengan urutan yang paling tinggi ke terendah. Atribut-atribut yang harus segera dilakukan perbaikan diantaranya adalah sebagai berikut : (Atribut TA6), Ketersediaan tempat duduk yang memadai. (Atribut TA3), Tempat parkir aman dan memadai (Atribut REL10), Pelayanan dilakukan dengan cepat. (Atribut AS23), Adanya nomor antrian ketika mengantri untuk dilayani. (Atribut TA4), Adanya papan informasi yang berisikan tentang petunjuk arah dan denah perusahaan. (Atribut TA2), Fasilitas lengkap termasuk AC, toilet, tempat shalat, cctv dan wifi dengan (Atribut RES17), Karyawan dapat mengatasi keluhan konsumen dengan cepat.

## 5.2 Saran

Adapun hasil pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka diajukan beberapa saran untuk penelitian selanjutnya, adalah sebagai berikut :

1. Pihak Klinik Kecantikan Indah *Beauty Care* hendaknya menambah jumlah tempat duduk untuk pelanggan. Hal ini dilakukan untuk mencegah terjadinya kekurangan jumlah tempat duduk yang dapat mengakibatkan pelanggan merasa kurang puas.
2. Hendaknya pihak Klinik Kecantikan Indah *Beauty Care* memperketat keamanan khususnya mencari petugas parkir untuk menjaga kendaraan pelanggan yang melakukan perawatan di Klinik Kecantikan Indah *Beauty Care*.



## DAFTAR PUSTAKA

- Affiudin, F., & Sulistyawati, L. (2019). *ANALISA PENINGKATAN KUALITAS PADA PELAYANAN JASA PT . SUCOFINDO ANALYTICAL LABORATORIUM SURABAYA DENGAN ( IPA ) DAN POTENTIAL GAIN IN CUSTOMER VALUE ( PGCV )*. 10(2), 238–251.
- Ariana, D. (2018). *BERDASARKAN KEPUASAN PELANGGAN DENGAN PENDEKATAN METODE IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS ( IPA ) DAN POTENTIAL GAIN IN CUSTOMER VALUE INDEX ( PGCV ) ( STUDI KASUS PADA RSKIA SADEWA YOGYAKARTA )*. (April), 26–28.
- Atmaja, J. (2018). Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pada Bank BJB. *Jurnal Ecodemica*, 2(1), 49–63.
- Fitria. (2013). 濟無No Title No Title. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Haksever. (2000). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas mahasiswa. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 120–134.
- Kotler. (1997). *Mahasiswa Prodi Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Borobudur, Jakarta Dosen Fakultas Teknik Universitas Borobudur, Jakarta Dosen Fakultas Teknik Universitas Borobudur, Jakarta* 15. 476.
- Purnomo, W., & Riandadari, D. (2015). Analisa Kepuasan Pelanggan Terhadap Bengkel Dengan Metode Ipa (Importance Performance Analysis) Di Pt Arina Parama Jaya Gresik. *Jurnal Teknik Mesin*, 03(03), 54–63. Retrieved from <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jtm-unesa/article/view/11298/10727>
- Putri, R. O., & Martha, S. (2019). *Analisis kualitas pelayanan akademik dengan metode servperf dan ipa*. 08(1), 103–110.
- Rahmah, N. F. (2017). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN PADA KEPUASAN KONSUMEN BENGKEL GLOBAL MOTOR CENTER YOGYAKARTA. *Universitas Nusantara PGRI Kediri*, 01, 1–7. Retrieved from <http://www.albayan.ae>
- Saputra, A. (2019). *Tingkat kepuasan mahasiswa terhadap kualitas pelayanan*

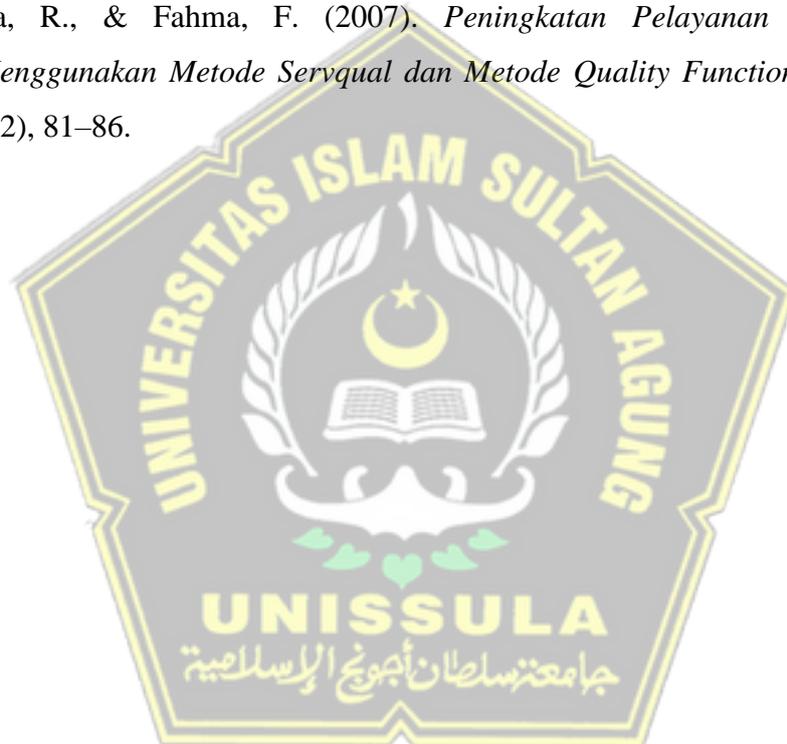
- subbag pendidikan fakultas Teknik universitas XYZ. 3(2), 57–62.*
- Siregar, S. F. (2006). Analisis Tingkat Kualitas Pelayanan Dengan Metode Index Potential Gain Customer Value ( PgcV ) Di Pt Bank Muamalat Indonesia Cabang Medan. *Jurnal Sistem Teknik Industri*, 7, 40–47.
- Sugijanto, & Surabagiarta, I. K. (2016). Analisis Tingkat Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Pendekatan Model Kano dan Importance Performance Analysis (IPA). *Majalah Ekonomi*, XXI(1), 61–77.
- Sugiyono. (2011). *Penentuan Sampel* (p. 87). p. 87.
- Sukwadi, R. (2014). Penentuan Prioritas Perbaikan Kualitas Layanan TransJakarta dengan Menggunakan Metode IPA-PGCV. *Jurnal Rekayasa Sistem Industri*, 5(2), 64–69.
- Sununindyo Kumoro. (2018). ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MENGGUNAKAN METODE IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS DAN POTENTIAL GAIN IN CUSTOMER VALUE (Studi Kasus Pada Klinik Kecantikan NaavaGreen Kotabaru Yogyakarta). *Jurnal Teknologi Industri*, 2(1), 1–88.
- Supranto. (2001). *Tingkat Kesesuaian Pada Metode Importance Performance Analysis (IPA)*.
- Syarif, A. (2019). The Measurement of Customer Satisfaction Index with Method of Importance-Performance and Gap Analysis. *Global Review of Islamic Economics and Business*, 7(2), 057. <https://doi.org/10.14421/grieb.2019.072-01>
- Umam, R. K., & Hariastuti, N. P. (2018). Analisis kepuasan pelanggan dengan menggunakan metode Customer Satisfaction Index (CSI) dan Importance Performance Analysis (IPA). *Seminar Nasional Sains Dan Teknologi Terapan*, 339–344.
- Wicaksono, B., Setyanto, N. W., & Oktaviany, O. (2003). ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN PADA PELAYANAN KESEHATAN DENGAN MENGGUNAKAN METODE POTENTIAL GAIN IN CUSTOMER VALUE ( PGCV ) DAN ENTROPY ( Studi Kasus : Rumah Sakit Mardi Waluyo Kota Blitar ) CUSTOMER SATISFACTION ANALYSIS ON HEALTHCARE

*SERVICE WITH POTENTIAL*. 637–647.

Winarno, H., & Absor, T. (2018). Analisis Kualitas Pelayanan Dengan Metode Service Quality (Servqual) Dan Importance Performance Analysis (Ipa) Pada Pt. Media Purna Engineering. *Jurnal Manajemen Industri Dan Logistik*, 1(2), 146–160. <https://doi.org/10.30988/jmil.v1i2.15>

Yola, M., & Budianto, D. (2013). *PELAYANAN DAN HARGA PRODUK PADA SUPERMARKET DENGAN MENGGUNAKAN METODE IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS ( IPA )*. 301–309.

Zakaria, R., & Fahma, F. (2007). *Peningkatan Pelayanan Jasa dengan Menggunakan Metode Servqual dan Metode Quality Function Deployment*. 6(2), 81–86.





# LAMPIRAN

## LAMPIRAN A1. KUESIONER TERBUKA

### KUESIONER PENELITIAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

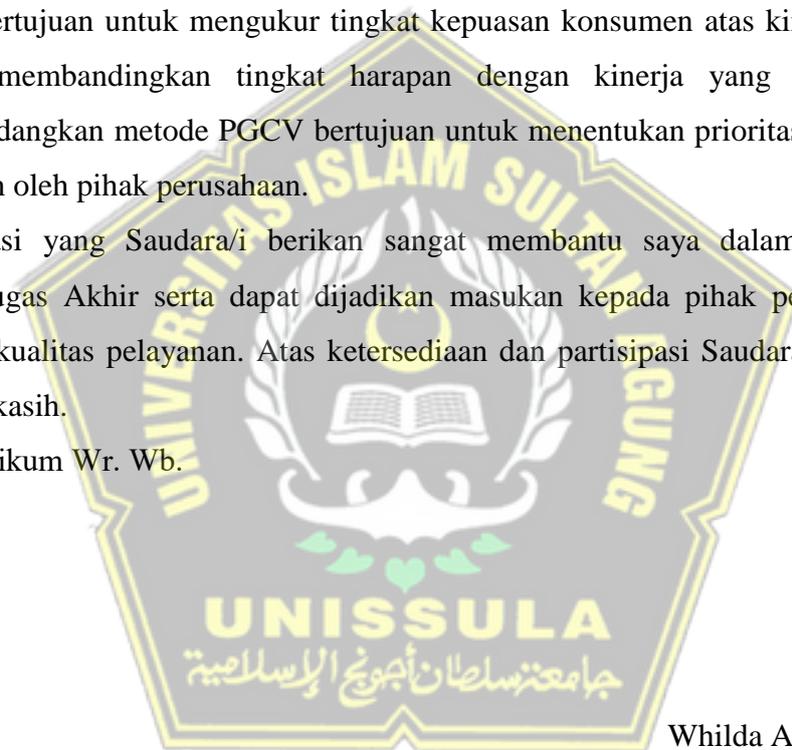
Dengan ini, saya Whilda Avosma Aprilliani mahasiswa Program Studi Teknik Industri Universitas Islam Sultan Agung Semarang memohon kesediaan Saudara/i untuk mengisi kuesioner yang diberikan dengan judul “**Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Metode *Importance Performance Analysis Dan Potential Gain In Customer Value* (Studi Kasus Pada Klinik Kecantikan Indah *Beauty Care*)**”. Metode IPA bertujuan untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen atas kinerja perusahaan dengan cara membandingkan tingkat harapan dengan kinerja yang telah dilakukan perusahaan. Sedangkan metode PGCV bertujuan untuk menentukan prioritas perbaikan yang harus dilakukan oleh pihak perusahaan.

Informasi yang Saudara/i berikan sangat membantu saya dalam menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir serta dapat dijadikan masukan kepada pihak perusahaan dalam meningkatkan kualitas pelayanan. Atas ketersediaan dan partisipasi Saudara/i saya ucapkan banyak terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Hormat Saya,

Whilda Avosma Aprilliani



**A. Identitas Responden**

Nama :

Usia :

Jenis Kelamin :

**B. Petunjuk Pengisian**

1. Responden dimohon untuk memberikan pernyataan sesuai dengan keinginan sendiri terhadap pelayanan yang diberikan oleh Indah *Beauty Care* berdasarkan dimensi kualitas pelayanan
2. Responden dimohon untuk mengisi pada lembar yang telah disediakan

**C. Kuesioner Terbuka**

1. Apakah Anda sudah merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh Klinik Kecantikan Indah *Beauty Care* kepada Anda ?

Jawab :

.....  
.....

2. Jika belum merasa puas, keluhan apa saja yang Anda alami saat Klinik Kecantikan Indah *Beauty Care* memberikan pelayanan kepada Anda ?

Jawab :

.....  
.....

3. Apakah Anda sudah merasa puas mengenai sikap karyawan dalam menyampaikan informasi kepada konsumen di Klinik Kecantikan Indah *Beauty Care* ?

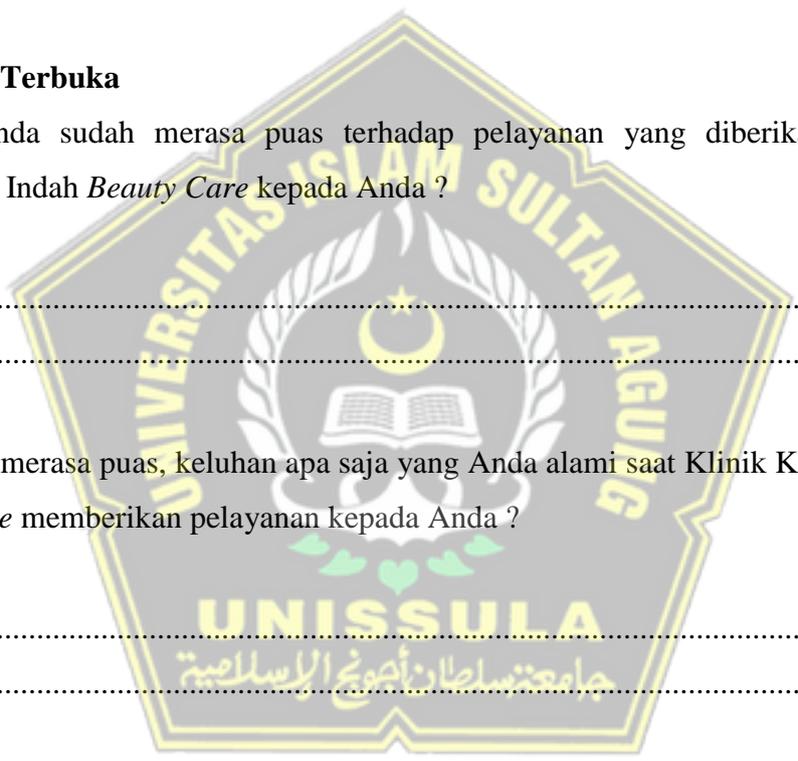
Jawab :

.....  
.....

4. Apabila Anda belum merasa puas, keluhan apa saja yang Anda rasakan ketika menghadapi sikap karyawan pada saat menyampaikan informasi ?

Jawab :

.....



.....  
.....

5. Apakah Anda sudah merasa puas dengan prosedur layanan yang ditawarkan di Klinik Kecantikan Indah *Beauty Care* ?

Jawab :

.....  
.....

6. Apabila Anda belum merasa puas, keluhan apa saja yang Anda rasakan mengenai prosedur layanan yang ditawarkan di Klinik Kecantikan Indah *Beauty Care* ?

Jawab :

.....  
.....

7. Saran apa yang Anda bisa berikan kepada Klinik Kecantikan Indah *Beauty Care* agar mampu meningkatkan kualitas pelayanan ? (Contoh dalam hal fasilitas, jaminan, sikap karyawan, kondisi ruangan, *feedback* dari dokter, informasi yang diberikan dan sebagainya)

Jawab :

.....  
.....



~TERIMA KASIH~

## HASIL KUESIONER TERBUKA

1. Ruang tunggu kurang nyaman, kurang rapi, dan kurang memadai
2. Fasilitas kurang lengkap termasuk AC, toilet, tempat shalat, cctv dan wifi
3. Tempat parkir kurang aman dan lahan parkir sempit
4. Ketersediaan tempat duduk kurang memadai
5. Jam buka atau tutupnya pelayanan tidak tepat waktu
6. Pelayanan lumayan lama
7. Penyampaian informasi kurang jelas
8. Ada beberapakaryawan yang kurang ramah
9. Karyawan kurang tanggap dalam memberikan pelayanan
10. Dokter kurang tanggap dalam menjelaskan cara pemakaian cream
11. Karyawan kurang cepat dalam mengatasi keluhan konsumen
12. Karyawan kurang tepat dalam mengatasi keluhan konsumen
13. Tidak disediakannya nomor antrian
14. Karyawan kurang serius dalam memberikan pelayanan pada konsumen

## LAMPIRAN A2. KUESIONER TERTUTUP

### KUESIONER PENELITIAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan ini, saya Whilda Avosma Aprilliani mahasiswa Program Studi Teknik Industri Universitas Islam Sultan Agung Semarang memohon kesediaan Saudara/i untuk mengisi kuesioner yang diberikan dengan judul “**Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Metode *Importance Performance Analysis Dan Potential Gain In Customer Value* (Studi Kasus Pada Klinik Kecantikan Indah *Beauty Care*)**”. Metode IPA bertujuan untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen atas kinerja perusahaan dengan cara membandingkan tingkat harapan dengan kinerja yang telah dilakukan perusahaan. Sedangkan metode PGCV bertujuan untuk menentukan prioritas perbaikan yang harus dilakukan oleh pihak perusahaan.

Informasi yang Saudara/i berikan sangat membantu saya dalam menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir serta dapat dijadikan masukan kepada pihak perusahaan dalam meningkatkan kualitas pelayanan. Atas ketersediaan dan partisipasi Saudara/i saya ucapkan banyak terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Hormat Saya,

Whilda Avosma Aprilliani

### A. Identitas Responden

Nama :

Usia :

Jenis Kelamin :

### B. Petunjuk Pengisian Kuesioner

Berilah respon terhadap pernyataan dalam tabel dengan memberikan tanda *checklist* (√) pada kolom yang sesuai dengan persepsi Anda mengenai dengan pernyataan tersebut.

1. Kepentingan yaitu menyatakan pendapat Anda mengenai penting tidaknya setiap pernyataan yang akan mempengaruhi kepuasan anda selama menggunakan jasa Klinik Kecantikan Indah *Beauty Care*.
2. Kenyataan yaitu menyatakan kepuasan anda sehubungan dengan atribut dibawah ini.
3. Anda dapat memberikan skala jawaban sebagai berikut :

Tingkat Jawaban		
Skala	Tingkat Kepentingan	Tingkat Kepuasan
1	Tidak Penting	Tidak Puas
2	Kurang Penting	Kurang Puas
3	Cukup Penting	Cukup Puas
4	Penting	Puas
5	Sangat Penting	Sangat Puas

### C. Contoh Pengisian Kuesioner

Pernyataan	Tingkat Kepentingan					Tingkat Kepuasan				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
<b>Tangible (Bukti Fisik)</b>										
1	Ruangan nyaman, rapi, bersih dan memadai			√					√	
2	Tempat parkir aman dan memadai				√		√			





	<i>Beauty Care</i> menganggap semua konsumen itu sama tanpa memandang status sosial.												
2	Kesungguhan konsumen dalam memberikan pelayanan pada konsumen												
3	Klinik Kecantikan Indah <i>Beauty Care</i> selalu menerapkan 3S yaitu senyum, sapa dan salam.												
4	Klinik Kecantikan Indah <i>Beauty Care</i> berusaha memberikan informasi sejelas dan selengkap mungkin kepada konsumen melalui penggunaan media social												



~TERIMA KASIH~  
 جامعته سلطان أبجوج الإسلامية

**LAMPIRAN A3. DATA MENTAH KUESIONER TERTUTUP**

**DATA PENELITIAN  
(TINGKAT KEPUASAN)**

No.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	Total	
1.	3	2	2	2	5	3	3	3	2	1	4	3	3	5	4	4	2	5	5	3	3	4	2	3	4	4	4	3	87
2.	2	2	2	2	2	2	2	3	2	1	4	3	3	5	4	4	2	5	2	4	3	4	2	3	4	4	4	3	79
3.	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	4	3	3	5	4	4	3	2	2	3	2	4	1	3	4	4	4	3	72
4.	2	2	2	2	5	2	2	2	1	5	4	3	3	5	4	4	2	2	5	3	3	4	1	3	4	4	4	3	82
5.	2	2	2	4	5	2	2	4	1	5	4	3	4	5	4	4	2	4	5	3	3	4	1	3	4	4	4	3	89
6.	2	2	5	4	4	2	2	2	3	5	1	3	4	5	4	4	4	4	4	3	3	3	1	3	3	4	4	4	88
7.	2	1	1	1	4	2	4	2	3	4	1	4	4	5	3	4	1	1	4	3	4	3	2	4	3	4	4	4	78
8.	2	2	2	2	1	1	4	4	3	4	4	1	4	4	3	4	3	3	1	4	4	3	2	4	3	1	4	77	
9.	1	2	2	2	1	2	1	5	3	3	1	2	4	4	1	4	3	3	1	4	1	3	2	1	3	3	4	66	
10.	1	2	2	2	4	4	2	5	3	3	1	4	2	4	3	4	3	3	4	4	3	3	2	1	3	4	3	79	
11.	1	4	5	4	4	2	4	2	3	4	4	4	2	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	94
12.	2	2	2	4	1	4	4	4	4	4	2	2	2	4	3	3	3	4	1	4	4	4	4	4	4	3	3	3	84
13.	4	2	2	2	4	2	2	2	4	4	4	4	2	4	4	3	3	3	4	5	2	2	4	4	4	4	4	3	87
14.	3	4	3	4	1	2	2	4	3	3	1	3	4	4	3	4	3	3	1	5	2	4	3	3	1	3	4	80	
15.	2	3	3	5	1	3	4	1	3	5	2	4	3	3	3	3	3	3	1	3	4	1	3	1	2	4	3	75	
16.	4	3	4	5	3	3	3	3	4	3	2	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	2	4	4	91	
17.	2	4	4	5	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	5	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	94	
18.	2	1	1	4	1	4	4	3	4	3	2	4	3	3	5	5	1	4	1	4	4	3	4	3	2	4	3	82	
19.	2	3	3	4	3	1	1	5	3	4	2	3	3	4	5	5	3	4	3	5	1	1	3	4	2	3	3	83	
20.	2	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	5	5	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	90	
21.	1	4	3	3	4	3	4	3	3	1	1	3	5	4	3	5	3	3	4	3	3	4	3	1	1	3	5	83	
22.	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	5	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	5	3	5	92	
23.	3	4	3	3	3	3	4	3	5	3	3	3	5	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	5	3	5	94	

24.	4	4	3	3	3	3	3	3	5	3	3	3	5	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	5	3	5	95
25.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	5	3	5	89
26.	4	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	4	3	2	2	3	3	3	4	3	3	5	3	3	83
27.	3	4	2	2	4	2	2	3	3	3	3	2	5	3	4	4	2	2	4	2	2	4	3	3	5	2	3	81
28.	4	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	4	4	4	4	3	2	3	2	3	4	3	3	5	2	4	83
29.	4	2	2	2	4	3	2	3	2	2	2	2	4	4	4	4	2	2	4	3	2	3	2	2	5	2	4	77
30.	3	2	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	82
31.	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	84
32.	4	1	1	1	4	2	2	3	2	2	2	2	2	4	4	4	1	1	4	3	3	3	3	3	3	3	3	70
33.	2	2	2	2	2	1	1	3	2	2	2	3	4	4	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	1	4	68
34.	4	4	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	76
35.	2	2	2	2	4	2	2	3	1	1	1	3	2	2	3	3	3	3	4	3	3	3	1	1	1	3	4	64
36.	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	71
37.	2	4	2	2	4	2	2	4	2	2	2	4	2	2	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	77
38.	4	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2	4	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	74
39.	4	4	2	2	4	2	2	4	2	2	2	4	2	2	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	80
40.	2	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	76
41.	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	2	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	75
42.	4	4	2	2	4	2	2	2	2	2	2	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	83
43.	5	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	2	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	2	3	71
44.	5	1	3	3	2	3	3	2	2	2	3	4	3	3	4	3	3	3	2	4	3	2	2	2	3	2	3	75
45.	4	1	3	3	2	2	3	2	2	3	3	3	4	4	4	3	3	3	2	4	3	2	2	3	3	3	4	78
46.	3	1	3	3	2	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	4	3	2	3	2	3	2	3	71	
47.	3	1	3	3	4	2	3	2	2	2	3	2	4	4	3	4	3	3	4	4	3	2	2	2	3	2	4	77
48.	4	3	3	3	4	2	3	4	2	2	4	4	1	4	4	3	3	3	4	4	3	4	2	2	4	4	1	84
49.	3	3	3	4	1	1	3	4	4	2	3	1	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	2	3	5	3	82
50.	4	4	4	4	3	3	4	1	1	1	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	5	5	1	4	5	3	91
51.	5	4	3	4	4	1	1	3	3	3	1	2	1	3	5	4	3	4	4	3	4	5	3	3	4	5	4	89

52.	5	2	2	2	1	1	1	1	4	1	1	4	1	3	5	2	2	2	3	3	4	5	4	1	4	5	4	73
53.	5	4	2	2	1	1	3	1	1	4	4	1	1	3	5	4	2	2	3	3	3	5	5	4	4	5	4	82
54.	5	2	4	2	4	4	4	3	4	4	3	4	1	4	5	2	4	2	4	4	4	3	4	4	3	4	4	95
55.	3	3	2	2	2	2	3	1	5	2	1	2	4	3	3	3	2	2	2	2	3	5	2	4	1	2	4	70
56.	3	2	3	2	2	3	2	2	5	2	1	2	4	3	3	2	3	2	2	3	2	5	2	4	1	2	4	71
57.	3	5	2	2	1	3	3	2	5	2	1	5	4	3	3	2	2	2	3	3	3	5	2	4	1	3	4	78
58.	3	5	2	4	1	3	3	4	5	2	4	5	3	3	3	2	2	4	3	3	3	4	2	4	4	3	5	89
59.	3	2	4	4	4	3	3	2	1	2	1	5	3	3	3	2	4	4	4	3	3	2	2	4	1	3	5	80
60.	3	1	1	1	4	3	4	2	1	4	1	5	3	3	3	1	1	1	4	3	4	2	2	4	1	4	5	71
61.	3	3	3	3	1	1	4	4	1	4	4	5	4	4	3	3	3	3	5	1	4	4	3	4	4	1	4	86
62.	1	3	3	3	1	3	1	1	4	1	1	5	4	4	1	3	3	3	5	3	1	3	3	4	4	3	4	75
63.	3	3	3	3	4	4	3	1	4	1	1	5	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	85
64.	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	5	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	99
65.	3	3	3	4	1	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	5	4	4	3	4	4	4	3	3	93
66.	4	3	3	3	4	2	2	2	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	2	4	3	4	4	4	4	3	90
67.	3	4	3	4	1	2	2	4	3	3	1	3	4	4	3	4	3	4	5	2	4	3	3	4	4	3	4	87
68.	2	3	3	3	1	3	4	1	3	1	2	4	3	3	2	3	3	4	5	3	4	3	3	1	4	4	3	78
69.	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	2	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	93
70.	2	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	2	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	92
71.	2	1	1	4	1	4	4	3	4	3	4	4	3	3	2	1	1	4	1	4	4	3	4	3	4	4	3	79
72.	2	3	3	4	3	1	1	1	3	4	4	3	3	4	2	3	3	4	3	1	3	1	3	4	4	3	3	76
73.	2	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	2	4	3	3	4	3	3	3	3	3	5	3	3	87
74.	1	4	3	3	4	3	3	4	3	1	3	3	4	4	1	4	3	3	4	3	3	3	3	1	5	3	4	83
75.	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	5	3	4	89
76.	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	5	3	4	89	
77.	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	5	3	4	92
78.	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	5	4	3	4	5	3	4	90	
79.	4	2	2	2	3	3	3	4	3	3	5	3	3	3	4	2	2	5	3	3	5	4	3	4	5	3	3	89

80.	3	4	2	2	4	2	2	4	3	3	5	4	3	3	3	4	2	5	4	4	5	4	3	4	5	2	4	93
81.	4	2	3	2	3	2	3	5	3	3	5	4	4	4	4	3	3	5	3	4	5	4	3	4	4	2	4	95
82.	4	2	2	2	4	3	2	5	2	2	2	4	4	4	4	3	2	5	4	3	5	4	2	4	4	2	4	88
83.	3	5	2	3	4	3	5	5	3	3	3	3	3	4	3	3	2	5	4	3	5	4	3	3	4	5	4	97
84.	4	5	3	3	3	3	5	5	3	3	3	3	3	4	4	3	3	5	3	3	5	4	3	3	4	5	4	99
85.	4	2	1	1	4	3	5	5	3	3	3	3	3	4	4	5	5	5	4	3	5	4	3	3	4	5	4	98
86.	3	3	3	3	3	1	5	5	4	3	3	1	4	4	3	5	3	3	3	4	5	4	3	3	4	5	5	95
87.	4	4	3	3	3	3	5	5	4	3	3	3	3	3	4	5	3	3	3	4	3	4	3	4	4	5	5	99
88.	3	3	3	3	4	3	3	5	4	1	1	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	5	4	4	1	3	5	87
89.	3	3	3	3	3	3	3	5	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	5	4	4	3	3	5	93
90.	5	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	5	3	4	3	3	4	4	3	5	4	4	3	3	5	98
91.	5	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	5	4	3	3	3	3	4	3	5	4	4	3	3	5	95
92.	5	4	3	3	4	3	3	3	5	3	3	4	3	5	4	4	3	3	4	4	3	5	4	5	3	3	4	100
93.	5	3	3	3	3	3	3	3	5	3	3	4	4	5	3	3	3	3	5	5	3	5	4	5	3	3	4	99
94.	4	4	3	3	3	3	3	3	5	3	3	4	3	5	4	4	3	3	5	5	4	5	4	5	3	3	4	101
95.	4	4	3	3	3	3	3	4	5	3	3	4	5	5	5	4	3	3	5	5	4	5	3	5	3	4	4	105
96.	3	3	3	3	3	2	3	5	5	3	5	4	5	5	5	5	3	3	5	5	4	5	3	5	3	4	5	107
97.	4	3	3	3	3	3	3	5	5	2	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	2	5	3	4	5	111
98.	4	3	3	2	3	2	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	2	5	3	4	3	111
99.	3	3	3	2	5	2	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	5	3	5	5	115
100.	5	4	3	2	5	2	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	2	5	3	2	5	113
Jml	316	290	266	279	297	253	294	321	313	272	279	337	335	372	353	355	293	327	344	341	331	358	291	326	343	329	377	
Mean	3,16	2,90	2,66	2,79	2,97	2,53	2,94	3,21	3,13	2,7	2,79	3,37	3,35	3,72	3,53	3,55	2,9	3,27	3,44	3,41	3,31	3,58	2,91	3,26	3,43	3,29	3,77	

**DATA PENELITIAN**  
**(TINGKAT KEPENTINGAN)**

No.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	Total	
1.	3	4	4	3	3	5	2	3	3	5	2	5	3	3	4	4	5	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	95	
2.	4	4	4	4	3	3	1	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	92	
3.	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	2	3	3	93	
4.	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	5	4	4	4	2	4	4	5	3	3	3	3	96	
5.	3	5	3	4	1	4	3	3	3	3	1	4	4	3	3	3	3	4	4	4	5	3	3	4	4	3	4	91	
6.	4	5	1	1	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	5	5	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	99	
7.	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	5	1	3	3	4	4	4	4	4	91	
8.	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	82	
9.	3	5	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	2	4	3	4	4	4	4	3	97	
10.	3	5	2	5	3	5	3	5	3	5	4	2	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	5	5	101	
11.	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	2	2	5	3	4	2	4	4	2	3	3	3	2	89	
12.	4	4	4	3	3	3	3	3	4	5	4	5	3	3	3	3	4	3	4	1	4	2	5	4	3	3	3	93	
13.	3	3	2	3	3	5	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	5	1	3	3	4	4	4	4	4	94	
14.	3	5	4	2	1	4	1	1	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	2	4	4	91	
15.	3	3	4	1	1	3	2	1	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	89	
16.	4	4	5	2	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	5	5	4	4	97	
17.	3	4	5	3	1	3	3	1	1	1	3	3	4	4	4	3	2	1	1	1	3	3	3	3	3	3	3	72	
18.	3	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	121	
19.	3	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	122	
20.	3	4	4	5	5	4	5	5	3	5	4	5	3	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	122
21.	3	3	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	126	
22.	3	4	4	3	3	4	2	4	3	3	4	4	3	4	4	5	5	3	3	3	5	4	3	4	3	4	3	97	
23.	3	4	4	3	3	3	2	4	3	3	4	4	3	4	4	5	5	3	3	3	5	4	3	4	3	4	2	95	

24.	3	4	5	3	3	3	2	5	3	3	4	4	4	5	3	4	5	2	3	4	4	4	3	4	3	3	3	96
25.	4	3	4	4	5	3	3	5	4	3	2	3	4	5	3	4	4	2	3	5	4	5	3	5	4	3	3	100
26.	4	4	4	5	4	4	3	3	4	3	1	3	5	5	3	4	4	2	4	5	3	5	4	4	4	3	4	101
27.	4	3	5	5	4	4	4	4	2	5	1	3	5	3	3	4	4	2	4	5	4	5	5	4	5	3	4	104
28.	4	5	5	3	3	5	3	4	2	3	4	4	5	4	3	4	4	2	4	3	5	3	5	5	4	4	4	104
29.	4	5	5	3	2	5	3	4	3	4	5	5	3	5	4	3	3	3	5	3	3	4	4	5	4	5	5	107
30.	4	3	5	4	2	5	3	4	3	4	3	3	4	4	5	3	5	4	5	4	3	4	3	5	4	5	5	106
31.	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	3	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	125
32.	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	2	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	125
33.	5	3	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	126
34.	4	4	5	4	4	4	5	3	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	121
35.	4	4	4	5	4	5	5	4	4	3	3	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	122
36.	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	124
37.	4	4	5	5	4	4	5	3	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	124
38.	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	127
39.	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	127
40.	4	5	4	5	4	5	1	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	122
41.	4	5	4	5	5	4	1	4	2	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	3	118
42.	2	5	5	5	4	5	3	5	2	5	2	4	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	3	113
43.	2	4	5	5	5	5	3	5	2	5	2	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	114
44.	2	5	5	5	1	4	3	5	3	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	114
45.	2	5	5	4	1	4	3	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	114
46.	2	4	4	5	1	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	116
47.	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	3	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	124
48.	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	3	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	123
49.	4	5	4	4	5	4	2	5	5	5	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	115
50.	5	4	4	4	5	4	2	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	111
51.	4	5	4	4	5	4	3	5	5	4	4	4	5	4	3	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	119

52.	3	5	4	5	4	5	3	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	121
53.	4	5	4	4	5	5	3	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	3	5	5	4	5	4	5	120
54.	2	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	3	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	124
55.	2	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	121
56.	2	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	124
57.	2	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	125	
58.	2	4	3	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	124
59.	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	130
60.	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	3	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	119
61.	3	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	3	5	3	3	4	5	5	5	4	5	4	114
62.	4	5	5	4	3	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	3	5	5	4	5	5	4	5	121
63.	4	5	5	4	3	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	120
64.	3	5	4	5	3	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	121
65.	3	4	4	4	3	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	117
66.	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	121
67.	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	3	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	122
68.	4	4	4	4	5	5	5	5	1	4	5	3	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	118
69.	5	4	5	4	5	5	5	4	1	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	121
70.	5	4	5	5	5	5	4	5	1	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	124
71.	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	124
72.	1	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	113
73.	1	5	4	5	5	5	4	5	4	3	5	4	4	4	5	3	3	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	115
74.	1	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	114
75.	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	3	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	119
76.	4	4	4	4	4	5	4	4	3	5	5	3	5	5	5	3	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	116
77.	5	5	5	5	4	5	2	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	124
78.	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	3	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	126
79.	5	4	5	5	3	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	125

<b>80.</b>	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	128
<b>81.</b>	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	128
<b>82.</b>	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	124
<b>83.</b>	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	122
<b>84.</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	115
<b>85.</b>	5	4	3	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	127
<b>86.</b>	4	5	4	4	4	4	5	4	2	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	3	4	4	4	4	5	116
<b>87.</b>	4	5	4	4	4	4	5	5	2	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	123
<b>88.</b>	3	5	5	5	5	4	5	4	2	5	4	5	2	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	120
<b>89.</b>	4	5	5	4	5	5	5	4	3	5	4	4	2	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	121
<b>90.</b>	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	1	3	4	4	5	4	5	4	4	5	5	3	4	5	4	114
<b>91.</b>	5	5	4	4	4	5	3	5	2	4	5	3	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	117
<b>92.</b>	4	4	5	4	5	4	3	4	2	4	4	3	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	1	5	3	107
<b>93.</b>	4	4	5	4	4	5	3	4	1	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	1	1	5	3	109
<b>94.</b>	4	5	4	3	5	4	4	5	1	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	3	4	5	3	115
<b>95.</b>	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	3	5	4	5	3	5	4	5	5	3	4	5	5	119
<b>96.</b>	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	4	2	5	3	4	5	1	118
<b>97.</b>	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	3	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	3	5	4	1	119
<b>98.</b>	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	1	5	3	4	3	2	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	115
<b>99.</b>	4	5	5	4	5	5	4	3	5	3	1	4	4	4	5	5	5	2	5	4	5	5	5	5	4	5	4	115
<b>100.</b>	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	2	5	4	5	4	3	5	1	5	3	5	5	5	5	4	5	5	116
<b>Jml</b>	369	434	431	414	399	441	383	427	367	430	395	426	415	432	412	429	440	423	433	417	436	439	442	435	422	444	423	
<b>Mean</b>	3,69	4,34	4,31	4,14	3,99	4,41	3,83	4,27	3,67	4,3	3,95	4,26	4,15	4,32	4,12	4,29	4,4	4,23	4,33	4,17	4,36	4,39	4,42	4,35	4,22	4,44	4,23	

## LAMPIRAN A4. UJI VALIDITAS DAN UJI RELIABILITAS

### HASIL UJI VALIDITAS DAN UJI RELIABILITAS (TINGKAT KEPUASAN)

#### Reliability

##### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

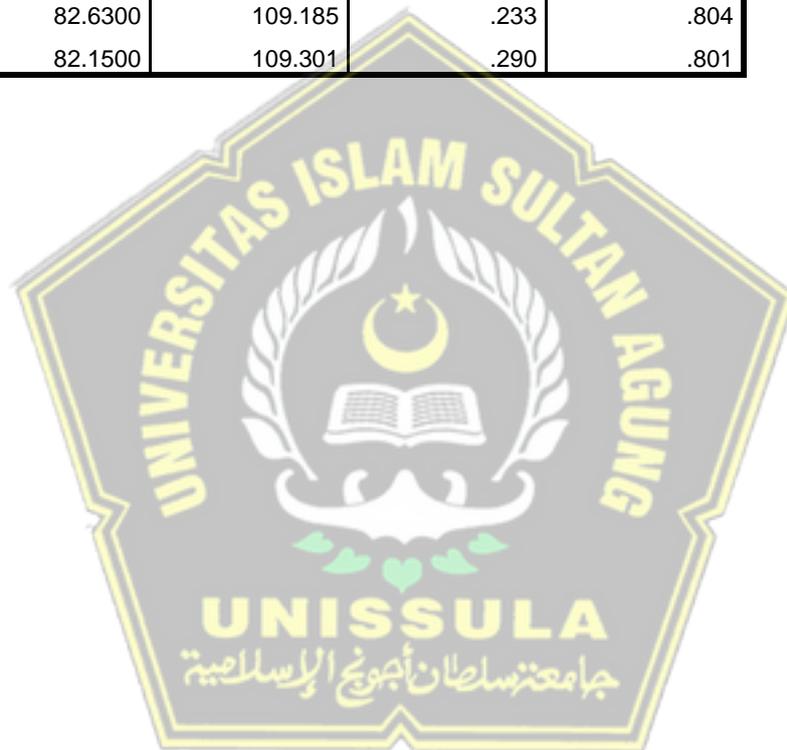
##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.806	27

##### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
TA1	82.7600	108.002	.240	.804
TA2	83.0200	105.373	.374	.797
TA3	83.2600	107.871	.371	.798
TA4	83.1300	111.064	.150	.807
TA5	82.9500	106.593	.274	.803
TA6	83.3900	110.968	.180	.805
TA7	82.9800	103.737	.472	.793
REL8	82.7100	103.683	.392	.796
REL9	82.7900	102.309	.467	.792
REL10	83.2000	110.485	.153	.807
REL11	83.1300	101.448	.494	.791
REL12	82.5500	109.725	.197	.805
REL13	82.5700	108.005	.260	.803
REL14	82.2000	107.051	.394	.797
RES15	82.3900	107.311	.341	.799

RES16	82.3700	108.094	.319	.800
RES17	82.9900	106.495	.441	.796
RES18	82.6500	105.543	.424	.795
AS19	82.4800	105.525	.363	.798
AS20	82.5100	107.949	.347	.799
AS21	82.6100	106.463	.411	.796
AS22	82.3400	104.954	.430	.795
AS23	83.0100	111.000	.171	.805
EM24	82.6600	103.600	.480	.792
EM25	82.4900	109.465	.173	.807
EM26	82.6300	109.185	.233	.804
EM27	82.1500	109.301	.290	.801



**HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS  
(TINGKAT KEPENTINGAN)**

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.901	27

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
TA1	109.8900	147.917	.167	.905
TA2	109.2400	149.699	.191	.902
TA3	109.2700	148.320	.231	.902
TA4	109.4400	139.582	.611	.895
TA5	109.5900	135.376	.583	.895
TA6	109.1700	142.082	.613	.895
TA7	109.7500	138.149	.511	.897
REL8	109.3100	141.307	.525	.896
REL9	109.9100	143.497	.301	.902
REL10	109.2800	141.577	.578	.896
REL11	109.6300	144.417	.297	.902
REL12	109.3200	143.755	.457	.898
REL13	109.4300	146.187	.303	.901
REL14	109.2600	143.730	.540	.897
RES15	109.4600	142.190	.579	.896
RES16	109.2900	143.743	.436	.898

RES17	109.1800	145.220	.424	.898
RES18	109.3500	138.169	.592	.895
AS19	109.2500	141.422	.592	.895
AS20	109.4100	133.416	.729	.891
AS21	109.2200	145.224	.462	.898
AS22	109.1900	142.155	.563	.896
AS23	109.1600	140.924	.642	.895
EM24	109.2300	143.775	.467	.898
EM25	109.3600	140.596	.563	.896
EM26	109.1400	141.091	.656	.895
EM27	109.3500	141.583	.490	.897



LAMPIRAN A5. DOKUMENTASI

