

**UNIVERSITAS SRIWIJAYA  
FAKULTAS EKONOMI  
INDERALAYA**

**SKRIPSI**

**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN  
TIARA MUSLIMAH *BEAUTY CARE AND WEDDING ORGANIZER*  
PALEMBANG**



**Diajukan Oleh:  
RIKA OKTAFIANI  
01013110019**

**Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-syarat  
Guna Mencapai Gelar  
Sarjana Ekonomi  
2005**

S  
658.812 07  
Okt  
a  
C- 050953  
2005

R. 12404.  
Rj. 12686.

**UNIVERSITAS SRIWIJAYA  
FAKULTAS EKONOMI  
INDERALAYA**



**SKRIPSI**

**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN  
TIARA MUSLIMAH *BEAUTY CARE AND WEDDING ORGANIZER*  
PALEMBANG**



**Diajukan Oleh:  
RIKA OKTAFIANI  
01013110019**

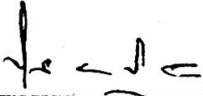
**Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-syarat  
Guna Mencapai Gelar  
Sarjana Ekonomi  
2005**

**UNIVERSITAS SRIWIJAYA  
FAKULTAS EKONOMI  
INDERALAYA**

**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

**Nama** : Rika Oktafiani  
**Nomor Induk Mahasiswa** : 01013110019  
**Jurusan** : Manajemen  
**Mata Kuliah Pokok** : Manajemen Pemasaran  
**Judul Skripsi** : Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Tiara  
Muslimah *Beauty Care and Wedding Organizer*  
Palembang

**PEMBIMBING SKRIPSI**

**Tanggal** 28 April 2005 **Pembimbing I:**   
Drs. H. Soebedjo

**Tanggal** 2 Mei 2005 **Pembimbing II:**   
Drs. Islahuddin Daud, MM

**Motto:**

*"Barang siapa menempuh suatu jalan untuk mencari ilmu, maka Allah akan memudahkan bagi mereka jalan menuju surga" (H.R. Muslim)*

*"Emasmu adalah agamamu, perhiasanmu adalah akhlakmu, dan harta bendamu adalah adabmu" (DR. Aidh Al-Qarni, MA)*

*'Wanita laksana bunga yang harum semerbak dan burung yang berkicau'  
(DR. Aidh AL-Qarni, MA)*

*Kupersembahkan Kepada:*

*Ad-dien ku*

*Ayah dan Ibu ku tercinta*

*Saudariku: Nana, Eci, Memem*

*Sahabat-sahabatku*

*Almamaterku*

## KATA PENGANTAR

*Alhamdulillah, puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena atas berkat, rahmat dan ridho-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul "Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Tiara Muslimah Beauty Care and Wedding Organizer Palembang".*

*Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan ini masih terdapat banyak kelemahan dan kekurangan, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran untuk kesempurnaan skripsi ini.*

*Penulis menyadari bahwa dengan keterbatasan yang ada, tidak mungkin kiranya dapat menyelesaikan skripsi ini tanpa bantuan, bimbingan, saran serta dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini pula, dengan hati yang ikhlas penulis menyampaikan rasa hormat dan terima kasih kepada:*

- 1. Bapak Dr. Syamsurijal AK, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya*
- 2. Bapak Drs. H. Akmal Effendy, MM selaku dosen pembimbing akademik*
- 3. Bapak Drs. Yuliansyah M. Diah, MM selaku Ketua Jurusan Manajemen dan Bapak Drs. Kosasih M. Zen, M. Si selaku Sekretaris Jurusan Manajemen*
- 4. Bapak Drs. H. Soebedjo selaku Ketua Panitia Pembimbing Skripsi, yang telah banyak memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penulisan skripsi ini*
- 5. Bapak Drs. Islahuddin Daud, MM selaku Anggota Panitia Pembimbing Skripsi, yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan di dalam penulisan skripsi ini*
- 6. Seluruh dosen, staf, serta karyawan Fakultas Ekonomi yang telah banyak memberikan bimbingan dan bantuan selama penulis mengikuti perkuliahan*

7. *Keluarga besar Tiara Muslimah Beauty Care and Wedding Organizer Palembang atas dukungannya selama ini*
8. *Kedua orangtuaku tercinta dan saudariku Nana, Eci, dan Memem. Terima kasih atas doa, dukungan, perhatian serta kasih sayang yang telah diberikan.*
9. *For my special person, thanks for everything that you have done to me. Doain amie jadi wanita sholehah, ya. Amien.*
10. *Sahabatku Ratih, If you wanna cry, cry on my shoulder. Teman sejatiku Tantri, Vivi, Yanti.. Terima kasih atas persahabatan, keceriaan serta kebersamaan selama ini.*
11. *Sahabat setiakku Febie, Melinda, Olda. Kebersamaan kita akan selalu kukenang. Canda, tawa serta kesedihan kalian memberi warna dalam kehidupanku. Jangan lupa sama amie, ya.*
12. *Teman-teman seperjuanganku: Bethy, Lian, Trie, Ika, Lina, Sari, Diana, Tika, Indah, Anggi, Yeyen, Elli, Kamti, Novi dan Rias, hari-hari bersama kalian akan selalu kukenang. Serta semua teman-temanku di Manajemen 2001, terima kasih atas doa, dukungan dan kebersamaannya.*

*Serta semua pihak yang telah mengisi dan menyertai kehidupan penulis. Semoga apa yang telah kita perbuat menjadi amal ibadah kita kepada Allah SWT. Amin.*

*Akhir kata, penulis mengharapkan semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua. Amin.*

*Palembang, Mei 2005*

*Penulis*

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL SKRIPSI .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	5
1.4 Metode Penelitian.....	
1.4.1 Desain (Rancangan) Penelitian .....	6
1.4.2 Definisi Operasional Variabel.....	6
1.4.3 Pengukuran Variabel.....	9
1.4.4 Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data.....	10
1.4.5 Metode Pengambilan Sampel.....	11
1.4.6 Teknik Analisis .....	12
1.5 Sistematika Pembahasan .....	13
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
2.1 Kualitas Jasa.....	15
2.2 Kepuasan Pelanggan .....	24



### **BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

3.1 Sejarah Singkat Perusahaan .....	26
a. Jenis-jenis Jasa Pelayanan.....	27
b. Daftar Harga Jasa .....	29
3.2 Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas .....	31
3.3 Kepuasan Pelanggan Tiara Muslimah.....	35

### **BAB IV ANALISIS HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN**

4.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan.....	38
4.1.2 Karakteristik Responden .....	42
4.1.3 Deskripsi Variabel.....	47
4.1.4 Analisis Regresi .....	58
4.2 Dimensi Kualitas Pelayanan yang Paling Dominan Mempengaruhi Tingkat Kepuasan Pelanggan .....	63

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan .....	72
5.2 Saran.....	73

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
3.1	Jumlah Pelanggan Jasa Perawatan Kecantikan Tiara Muslimah .....	29
4.1	Hasil Uji Validitas Variabel Penilaian Kinerja dan Tingkat Kepentingan	39
4.2	Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan .....	39
4.3	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penilaian Kinerja dan Tingkat Kepentingan.....	40
4.4	Hasil Uji Normalitas Variabel Penilaian Kinerja dan Tingkat Kepentingan.....	41
4.5	Status Responden .....	42
4.6	Usia Responden.....	43
4.7	Pendidikan Responden .....	43
4.8	Pekerjaan Responden .....	44
4.9	Pengeluaran per bulan .....	44
4.10	Terakhir Kali Menggunakan Jasa Perawatan Kecantikan.....	45
4.11	Frekuensi berkunjung dalam sebulan.....	45
4.12	Jasa Perawatan.....	46
4.13	Frekuensi Variabel Penilaian Pelanggan terhadap Kinerja Pelayanan Menurut Dimensi Tangible.....	47
4.14	Frekuensi Variabel Penilaian Pelanggan terhadap Kinerja Pelayanan Menurut Dimensi Reliability.....	48
4.15	Frekuensi Variabel Penilaian Pelanggan terhadap Kinerja Pelayanan Menurut Dimensi Responsiveness.....	49
4.16	Frekuensi Variabel Penilaian Pelanggan terhadap Kinerja Pelayanan Menurut Dimensi Assurance.....	50

4.17	Frekuensi Variabel Penilaian Pelanggan terhadap Kinerja Pelayanan Menurut Dimensi Emphaty .....	51
4.18	Frekuensi Distribusi Tingkat Kepentingan Menurut Dimensi Tangible.....	52
4.19	Frekuensi Distribusi Tingkat Kepentingan Menurut Dimensi Reliability .....	53
4.20	Frekuensi Distribusi Tingkat Kepentingan Menurut Dimensi Responsiveness.....	54
4.21	Frekuensi Distribusi Tingkat Kepentingan Menurut Dimensi Assurance .....	55
4.22	Frekuensi Distribusi Tingkat Kepentingan Menurut Dimensi Emphaty.....	56
4.23	Frekuensi Distribusi Tingkat Kepentingan Kepuasan Pelanggan.....	57
4.24	Pengaruh Penilaian Pelanggan atas Kinerja Pelayanan terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan .....	58
4.25	Pengaruh Penilaian Pelanggan atas Kinerja Pelayanan terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan .....	60
4.26	Pengaruh Penilaian Pelanggan atas Kinerja Pelayanan terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan .....	61
4.27	Perhitungan Rata-rata dari Penilaian Pelaksanaan dan Penilaian Kepentingan pada Variabel-variabel yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Tiara Muslimah <i>Beauty Care and Wedding Organizer</i> Palembang.....	69

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2.1	Persepsi Konsumen atas Kualitas Pelayanan .....	20
2.2	Model Kualitas Jasa (Gap Model).....	23
4.1	Diagram Kartesius dari Variabel-variabel yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Tiara Muslimah <i>Beauty Care and Wedding Organizer</i> Palembang .....	68

# BAB I

## PENDAHULUAN

### I. 1. Latar Belakang Masalah

Islam itu selalu aktual, yang tidak pernah terpisah dengan apapun, dengan ekonomi maupun politik. Seharusnya, seorang Islam yang baik adalah memiliki tata nilai baik dalam bisnis dan produktivitas tinggi dalam memberikan kontribusi kepada masyarakat<sup>1</sup>. Sayangnya, aktivitas berwirausaha adalah bidang yang kurang berkembang secara memuaskan di kalangan masyarakat muslim Indonesia. Bila dilihat lebih dalam lagi, ada banyak faktor mengapa profesi wirausaha jarang dilirik masyarakat kita.<sup>2</sup> Pertama, karena image kurang sedap yang sering menempel pada para pengusaha, seperti agresif, ekspensif, persaingan tidak jujur, kikir, takut bangkrut, dan lain-lain. Kedua tidak punya modal dan merasa tidak punya pengalaman. Setelah itu karena memang tidak menyukai tantangan.

Kondisi ini akhirnya membuat peta bisnis usaha di Indonesia (dan dunia) dikuasai non-muslim. Secara global juga menyebabkan negeri kita jadi tertinggal jauh dibandingkan dengan negara-negara lain. Padahal jika ditekuni dan dimulai, ini bisa menjadi alternatif bagi pemulihan krisis ekonomi dan lapangan kerja yang masih melilit bangsa kita. Dengan semakin meluasnya lapangan kerja atau pekerjaan, diharapkan akan

---

<sup>1</sup> Abdullah Gymnastiar. Majalah Marketing. 2004. hal 58

<sup>2</sup> Majalah Annida. 2004. hal 18

tumbuh ekonomi menengah, UKM, serta menjadikan jiwa *enterpreneurship* menjadi nafas kehidupan masyarakat kita.

Salah satu usaha kecil yang memadukan konsep Islami dengan bisnis adalah Tiara Muslimah *Beauty Care and Wedding Organizer* Palembang. Usaha ini didirikan pada 23 Februari 2003. Tujuan awal berdirinya adalah membantu mereka yang ingin mewujudkan pernikahan Islami. Dengan memadukan konsep tersebut, usaha ini mengkhususkan dirinya pada segmen yang belum banyak dilirik yaitu wanita (muslimah). Usaha ini bisa dikatakan *pioneer* di bisnis yang mengkhususkan segmen pasar wanita (muslimah).

Sesuai dengan namanya, rumah kecantikan ini juga menyediakan jasa perawatan kecantikan selain menyediakan jasa *wedding organizer*. Karena pada kenyataannya, banyak wanita yang enggan dicampurkan dengan lawan jenis ketika menggunakan jasa di salon (rumah kecantikan), misalnya memotong rambut serta *creambath*. Kalaupun harus, mereka ini biasanya meminta untuk ditempatkan terpisah dengan lawan jenis dan tentu saja tidak semua salon menyediakannya. Karena sekarang ini telah bermunculan salon-salon heterogen yang menempatkan wanita dan pria dalam satu ruangan. Dan tentu inilah yang menjadi ciri khas Tiara Muslimah.

Tiara Muslimah menawarkan 2 jenis jasa pelayanan, yaitu :

1. Jasa *Beauty Care*, terdiri dari :
  - Perawatan rambut
  - Perawatan wajah

- Perawatan tubuh
  - Perawatan kuku
2. Jasa *Wedding Organizer*, terdiri dari :

- Perawatan paket pra nikah
- Penyewaan pelaminan
- Rias pengantin dan pakaian pengantin
- Nasyid

(Sumber: Tiara Muslimah *Beauty Care and Wedding Organizer* Palembang)

Perlu diketahui bahwa dalam penelitian ini, penulis membatasi jasa pelayanan yang diteliti hanya pada jasa perawatan kecantikan.

Tiara Muslimah menyadari bahwa salah satu upaya agar mampu bertahan dan bersaing dengan para pesaingnya yaitu dengan memberikan jasa pelayanan secara profesional. Mereka berusaha memberikan pelayanan dengan ramah dan memuaskan. Dengan memberikan pelayanan seperti ini, diharapkan dapat lebih menimbulkan kepercayaan pada pelanggannya sehingga tercipta kepuasan pelanggan.

Kelangsungan hidup dan keberhasilan usaha ini sangat tergantung kepada pelanggan. Oleh karena itu, untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, Tiara Muslimah harus memberikan layanan yang baik dan berkualitas. Kualitas pelayanan yang baik merupakan salah satu faktor yang sangat menonjol agar para pelanggan mencapai kepuasan serta dapat menciptakan loyalitas terhadap perusahaan.

Kepuasan pelanggan adalah menyangkut perbedaan antara harapan dan kinerja yang dirasakan<sup>3</sup>. Harapan pelanggan dibentuk oleh pengalaman lampau, pembicaraan dari mulut ke mulut, juga iklan perusahaan jasa. Setelah menerima jasa itu, mereka membandingkan jasa yang dialami dengan jasa yang diharapkan. Jika jasa yang dialami berada di bawah jasa yang diharapkan, pelanggan tidak berminat lagi pada penyedia. Jika jasa yang dialami memenuhi atau melebihi harapan, mereka akan menggunakan penyedia itu lagi.

Dengan keterbatasan fasilitas yang dimiliki, Tiara Muslimah berusaha untuk tetap memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggannya. Diantaranya dengan menjalin komunikasi yang efektif kepada pelanggan, misalnya dengan mengingat nama-nama pelanggan dan menjalin silaturahmi dengan mereka. Dengan keterbatasan ruangan fisik serta jumlah personil yang sangat minim, Tiara Muslimah terkadang kewalahan melayani permintaan pelanggan sehingga tak jarang pelanggan yang datang mesti menunggu dalam waktu yang tidak ditentukan.

Dengan keterbatasan yang dimilikinya ini, Tiara Muslimah tetap yakin bahwa usaha ini akan terus berlanjut terbukti dengan meningkatnya jumlah pelanggan pada tahun 2004. Dimana pada tahun 2003 jumlah pelanggannya sebanyak 363 orang dan pada tahun 2004 meningkat 60% menjadi 544 orang.

Berdasarkan uraian di atas, penulis ingin mengetahui apakah dengan meningkatnya jumlah pelanggan per bulan pada tahun 2004 dan 2005, merupakan

---

<sup>3</sup> J. Supranto, Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar. Rineka Cipta. 2001,

indikasi bahwa pelanggan merasa puas atas pelayanan yang diberikan oleh Tiara Muslimah. Atau malah sebaliknya, pelanggan merasa kecewa atas pelayanan yang telah diberikan.

## **I. 2. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh lima dimensi kualitas layanan terhadap tingkat kepuasan pelanggan?
2. Dimensi kualitas layanan manakah yang paling dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan?

## **I. 3. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

- a Untuk mengetahui secara bersama-sama seberapa besar pengaruh kualitas layanan terhadap tingkat kepuasan pelanggan jasa Rumah Kecantikan Tiara Muslimah *Beauty Care and Wedding Organizer* Palembang.
- b Untuk mengetahui besarnya pengaruh faktor yang paling dominan dari lima dimensi kualitas layanan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

- a. Hasil penelitian ini nantinya diharapkan dapat menjadi tolok ukur kinerja Tiara Muslimah *Beauty Care and Wedding Organizer* Palembang dalam

meningkatkan kualitas pelayanannya kepada pelanggan jasa perawatan kecantikan.

- b. Sebagai bahan informasi untuk penelitian selanjutnya.

## **I. 4. Metode Penelitian**

### **I. 4. 1. Desain (Rancangan) Penelitian**

Tipe desain riset dalam penelitian ini adalah riset konklusif, yaitu desain riset kausal yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara variabel spesifik yang menjadi variabel bebas (variabel independen) dan variabel terikat (variabel dependen).

Variabel yang dianalisis terdiri dari:

- Variabel bebas (*Independent Variable*), yaitu lima dimensi kualitas pelayanan (X).
- Variabel tidak bebas (*Dependent Variable*), yaitu kepuasan pelanggan (Y).

### **I. 4. 2. Definisi Operasional Variabel**

Agar tidak terjadi perbedaan pandangan ataupun salah pengertian dalam mendefinisikan variabel-variabel yang dianalisis, maka penulis memandang perlu untuk memberikan batasan-batasan operasional dari variabel-variabel tersebut, yaitu:

#### ***1. Dimensi Kualitas Pelayanan (X)***

Melalui penilaian pelanggan terhadap lima dimensi kualitas layanan, yaitu:

- ***Tangibles (Berwujud)***

*Adalah* tampilan fisik rumah kecantikan Tiara Muslimah yang berkaitan dengan hal-hal berikut :

1. Kemudahan menjangkau lokasi.
2. Kebersihan, kerapian dan kenyamanan ruangan.
3. Penataan bentuk ruangan.
4. Kelengkapan fasilitas (seperti toilet, ruang sholat, ruang / kamar perawatan, dsb).

- ***Reliability (Kehandalan)***

*Adalah* kemampuan rumah kecantikan dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera dan tepat yang tercakup dalam hal-hal berikut:

1. Pelayanan yang diberikan cepat dan tepat.
2. Kecepatan waktu tunggu untuk memperoleh pelayanan.
3. Ketepatan jadwal pelayanan (jam istirahat, hari, serta jam pelayanan).

- ***Responsiveness (Daya Tanggap)***

*Adalah* kemauan dan kesediaan para karyawan rumah kecantikan dalam memberikan layanan yang sesuai dengan keinginan pengguna jasa rumah kecantikan, yang tercakup dalam hal-hal berikut :

1. Kemampuan karyawan yang cepat tanggap dalam menghadapi keluhan pelanggan.

2. Pemberian informasi yang jelas dan mudah dimengerti.
3. Ketanggapan karyawan dalam memenuhi keinginan pelanggan sesuai jadwal yang dimintanya.

- *Assurance (Jaminan)*

Adalah kemampuan rumah kecantikan untuk memberikan jaminan atas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan serta dapat memberikan kepercayaan dan keyakinan pelanggan pengguna jasa rumah kecantikan, yang tercakup dalam hal-hal berikut :

1. Kesopanan dan keramahan dalam memberikan pelayanan.
2. Pengetahuan dan kemampuan karyawan dalam melayani pelanggan.
3. Jaminan kepercayaan kepada pelanggan.

- *Emphaty (Empati)*

Adalah kemampuan rumah kecantikan untuk dapat memberikan perhatian yang sifatnya individual atau pribadi secara tulus kepada pelanggan dan memberikan kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi dengan pelanggan serta memahami keinginan pelanggan dengan baik, yang tercakup dalam hal-hal berikut :

1. Penanganan permintaan khusus dari pelanggan.
2. Pelayanan kepada semua pelanggan tanpa memandang status sosial.
3. Perhatian terhadap keluhan pelanggan.

## 2. Kepuasan Pelanggan

Dimana kepuasan pelanggan merupakan variabel terikat (*dependen*) yang dipengaruhi oleh penilaian pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang merupakan variabel bebas (*independen*).

### I. 4. 3. Pengukuran Variabel

Variabel penilaian pelanggan terhadap kualitas layanan terdiri dari lima dimensi *SERVQUAL* dan digunakan sebagai alat ukur adalah dengan menggunakan skala *LIKERT* sebagai berikut:

- a. Sangat tidak baik, bobot nilai 1
- b. Tidak baik, bobot nilai 2
- c. Kurang baik, bobot nilai 3
- d. Cukup baik, bobot nilai 4
- e. Baik, bobot nilai 5
- f. Sangat baik, bobot nilai 6

Kepuasan pelanggan merupakan dimensi ekspresi pelanggan terhadap kualitas layanan keseluruhan yang diberikan oleh Rumah Kecantikan Tiara Muslimah *Beauty Care and Wedding Organizer* Palembang. Untuk mengukur kepuasan pelanggan digunakan skala *LIKERT* dengan batasan sebagai berikut:

- a. Sangat tidak puas, bobot nilai 1
- b. Tidak puas, bobot nilai 2
- c. Kurang puas, bobot nilai 3

- d. Cukup puas, bobot nilai 4
- e. Puas, bobot nilai 5
- f. Sangat puas, bobot nilai 6

#### I. 4. 4. Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data

##### a. *Data Primer*

Adalah data yang diperoleh langsung dari objek yang diteliti, dalam hal ini pelanggan jasa rumah kecantikan yang telah menggunakan jasa minimal dua kali.

Adapun metode pengumpulan datanya melalui:

- *Interview*

Yaitu dengan cara mendatangi langsung objek penelitian terutama pihak pengelola rumah kecantikan, pelanggan sebagai pengguna jasa, serta pihak-pihak lain yang memberikan informasi yang dibutuhkan.

- *Kuesioner*

Yaitu daftar pertanyaan yang memuat pertanyaan-pertanyaan yang akan diajukan kepada responden.

- b. *Data Sekunder*, yaitu pengumpulan data dengan mempelajari hal-hal yang berkaitan dengan objek penelitian yang bersumber dari buku-buku, koran, literatur serta hasil penelitian yang berhubungan dengan penelitian ini.

#### I. 4. 5. Metode Pengambilan Sampel

Sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan Tiara Muslimah yang telah menggunakan jasa perawatan kecantikan minimal 2 kali.

Prosedur pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan Metode *Non Probability Sampling* dengan cara *Convenience Sampling* yaitu memilih sampel berdasarkan kemudahan: yakni mudah dijangkau, didatangi serta ditemui.

Karena jenis usaha ini memiliki populasi yang tidak terbatas, maka untuk mendapatkan jumlah responden yang akurat, penulis membatasi jumlah populasi yang diteliti hanya pada periode 2004-2005. Dengan menggunakan rumus *Slovin* (1960) yang dikutip Sevilla (1994) maka jumlah sampel dapat dihitung sebagai berikut:<sup>4</sup>

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

dimana: n : ukuran sampel

N : ukuran populasi

e : persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan.

Dalam penelitian ini e ditentukan 10 %, maka besarnya sampel:

$$n = \frac{672}{1 + 672 (0,1)^2} = \frac{672}{1 + 6,72} = \frac{672}{7,72} = 87,04 = 87 \text{ orang}$$

<sup>4</sup> Husein Umar, Metodologi Penelitian Aplikasi dalam Pemasaran, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 1997, h. 49

Jadi jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 87 orang.

#### I. 4. 6. Teknik Analisis

Metode analisis data yang digunakan adalah analisis kuantitatif dan kualitatif yaitu berupa analisis tingkat kepuasan pelanggan dengan menggunakan dimensi-dimensi yang dianalisis berdasarkan dimensi *SERVQUAL* yang mencakup *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Empathy*, yang terdiri dari 16 item.

Pengolahan data menggunakan program SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) untuk Windows versi 11 dari hasil kuesioner yang disebar.

##### a. Teknik analisis kuantitatif

Dalam penelitian ini digunakan analisis regresi linear berganda, untuk mengetahui kepuasan pelanggan dan variabel dominan yang mempengaruhinya.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Dimana :

Y = Kepuasan pelanggan Tiara Muslimah *Beauty Care and Wedding Organizer* Palembang

a = Konstanta

b<sub>1</sub>, b<sub>2</sub>,... b<sub>5</sub> = Koefisien regresi

X<sub>1</sub> = Penilaian pelanggan atas kualitas layanan dimensi *Tangibles*

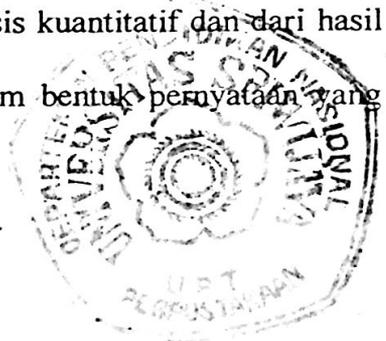
X<sub>2</sub> = Penilaian pelanggan atas kualitas layanan dimensi *Reliability*

- X3 = Penilaian pelanggan atas kualitas layanan dimensi *Responsiveness*  
 X4 = Penilaian pelanggan atas kualitas layanan dimensi *Assurance*  
 X5 = Penilaian pelanggan atas kualitas layanan dimensi *Emphaty*  
 e = error ( e = 5 % )

Signifikansi regresi diuji dengan uji t dengan Alpha = 5 %

#### b. Teknik analisis kualitatif

Yaitu dengan melihat hasil perhitungan dalam analisis kuantitatif dan dari hasil perhitungan tersebut selanjutnya diinterpretasikan ke dalam bentuk pernyataan yang bersifat kualitatif.



#### I. 5. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah pembahasan skripsi ini dibagi dalam 5 (lima) bab yang dimaksudkan untuk memberikan suatu kerangka yang terarah, sehingga dapat dihubungkan antara bab yang satu dengan bab lainnya.

Secara sistematis isi dari skripsi ini adalah sebagai berikut :

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini memuat penjelasan mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metode penelitian serta sistematika pembahasan.

## **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini memuat teori-teori yang berhubungan dengan permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini.

## **BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

Bab ini akan memuat gambaran umum mengenai sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi serta pelayanan-pelayanan yang diberikan.

## **BAB IV ANALISIS HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN**

Bab ini memuat uraian mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan pelanggan serta mengetahui dimensi kualitas layanan mana yang paling dominan dari kelima dimensi kualitas layanan tersebut.

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini memuat kesimpulan dari analisis yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya serta memberikan saran-saran yang mungkin bermanfaat bagi perusahaan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Hifzhon, Gunawan. *Skripsi: Evaluasi Pelayanan Jasa Pembayaran Rekening Telepon pada Koperasi Pegawai TELKOM YANTEL A. RIVAI Palembang*. 2004
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. Jakarta: PT. Prenhallindo. 1997
- \_\_\_\_\_. *Manajemen Pemasaran Edisi Millenium Jilid 2*. Jakarta: PT. Prenhallindo. 2000
- Majalah Annida. *Orang Muda Kudu Juga Usaha*. 2004
- Majalah Marketing. 2004
- Majalah Warta Bisnis. *Kepuasan atau Loyalitas*. 2005
- Oktarina, Afrida. *Skripsi: Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan pada Rumah Sakit Pelabuhan Boom Baru Palembang*. 2001
- Purwade, Budi. *Metodologi Penelitian dalam Bauran Pemasaran*. Jakarta: PT. Grasindo. 2000
- Rambat, Lupiyoadi. *Manajemen Pemasaran Teori dan Praktek*. Jakarta: Salemba Empat. 2002
- Santoso, Singgih, Fandy Tjiptono. *Riset Pemasaran Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo. 2001

Supranto, Johanness. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Jakarta: PT. Rineka Cipta. 2001

Tjiptono, Fandy. *Manajemen Jasa*. Edisi Kedua. Yogyakarta: ANDI Yogyakarta. 2000

—————. *Prinsip-prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta: ANDI Yogyakarta. 2000

Umar, Husein. *Metodologi Penelitian Aplikasi dalam Pemasaran*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama. 1997