STRATEGI PENINGKATAN KUALITAS LAYANAN MELALUI IMPLEMENTASI *FUZZY* SERVQUAL, *CUSTOMER EFFORT SCORE* (CES) DAN *SERVICE BLUEPRINT* (STUDI KASUS: SALON JOHNNY ANDREAN GALERIA MALL)

TUGAS AKHIR

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Teknik Industri - Fakultas Teknologi Industri
Universitas Islam Indonesia

Nama : Diana Klarisa Dewi
No. Mahasiswa 20522334

PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI PROGRAM SARJANA
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2025

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya mengakui bahwa tugas akhir ini adalah hasil karya saya sendiri kecuali kutipan dan ringkasan yang seluruhnya sudah saya jelaskan sumbernya. Jika dikemudian hari ternyata terbukti pengakuan saya ini tidak benar dan melanggar peraturan yang sah maka saya bersedia ijazah yang telah saya terima ditarik kembali oleh Universitas Islam Indonesia.

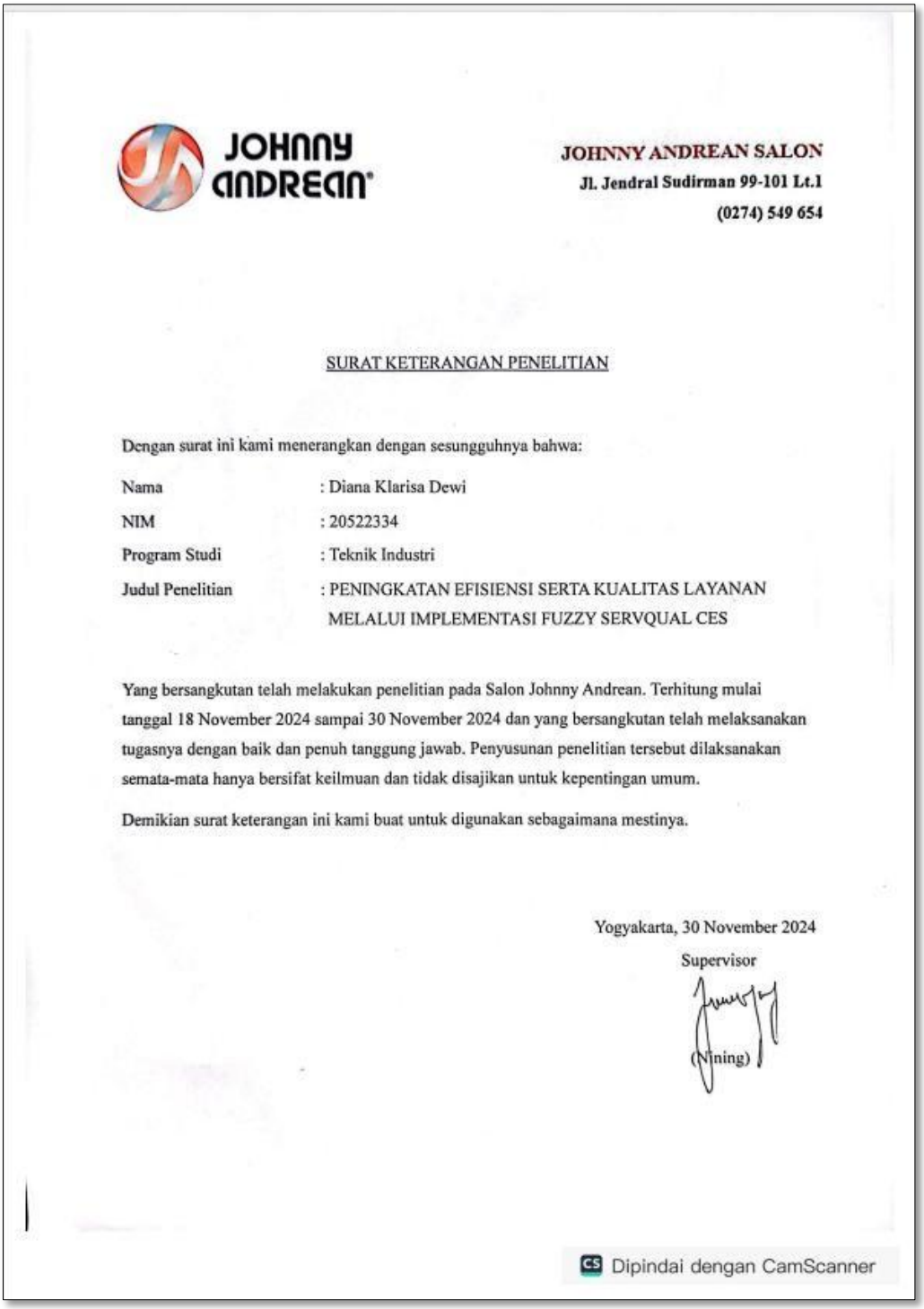
Yogyakarta, 24 April 2025





(Diana Klarisa Dewi)
20522334

SURAT BUKTI PENELITIAN



JOHNNY ANDREAN

JOHNNY ANDREAN SALON
Jl. Jendral Sudirman 99-101 Lt.1
(0274) 549 654

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Dengan surat ini kami menerangkan dengan sesungguhnya bahwa:

Nama	: Diana Klarisa Dewi
NIM	: 20522334
Program Studi	: Teknik Industri
Judul Penelitian	: PENINGKATAN EFISIENSI SERTA KUALITAS LAYANAN MELALUI IMPLEMENTASI FUZZY SERVQUAL CES

Yang bersangkutan telah melakukan penelitian pada Salon Johnny Andrean. Terhitung mulai tanggal 18 November 2024 sampai 30 November 2024 dan yang bersangkutan telah melaksanakan tugasnya dengan baik dan penuh tanggung jawab. Penyusunan penelitian tersebut dilaksanakan semata-mata hanya bersifat keilmuan dan tidak disajikan untuk kepentingan umum.

Demikian surat keterangan ini kami buat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 30 November 2024

Supervisor

(Ning)

Dipindai dengan CamScanner

LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING

STRATEGI PENINGKATAN KUALITAS LAYANAN MELALUI IMPLEMENTASI *FUZZY* SERVQUAL, *CUSTOMER EFFORT SCORE* (CES) DAN *SERVICE BLUEPRINT* (STUDI KASUS: SALON JOHNNY ANDREAN GALERIA MALL)

TUGAS AKHIR

Disusun Oleh:

Nama : Diana Klarisa Dewi

No. Mahasiswa : 20522334

Yogyakarta, 16 Mei 2025

Dosen Pembimbing



(Dr. Taufiq Immawan, S.T., M.M.)

LEMBAR PENGESAHAN DOSEN PENGUJI

STRATEGI PENINGKATAN KUALITAS LAYANAN MELALUI IMPLEMENTASI *FUZZY* SERVQUAL, *CUSTOMER EFFORT SCORE* (CES) DAN *SERVICE BLUEPRINT* (STUDI KASUS: SALON JOHNNY ANDREAN GALERIA MALL)

TUGAS AKHIR

Disusun Oleh:

Nama : Diana Klarisa Dewi

No. Mahasiswa : 20522334

Telah dipertahankan di depan sidang penguji sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata-1 Teknik Industri Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia

Yogyakarta, 16-Mei-2025

Tim Penguji

Dr. Taufiq Immawan, S.T., M.M.	
Ketua	
Dr. Harwati, S.T., M.T.	
Anggota I	
Elanjati Worldailmi, S.T., M.Sc.	
Anggota II	

Mengetahui,

Ketua Program Studi Teknik Industri Program Sarjana

Fakultas Teknologi Industri

Universitas Islam Indonesia

Ir. Muhammad Ridwan Andi Purnomo, S.T., M.Sc., Ph.D., IPM.

NIK 015220101

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillahi rabbil 'alamin

Dengan mengucap rasa syukur yang teramat sangat kepada Allah *Subhanahu Wa Ta'ala,* laporan tugas akhir ini saya persembahkan untuk keluarga saya, terutama kedua orang tua yang telah menyayangi dan mendidik saya sejak kecil. Kepada kakak saya, orang terdekat dan sahabat-sahabat saya. Serta untuk berbagai pihak lain yang saya tidak dapat sebutkan satu persatu.

MOTTO

"Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan."
(QS. Al-Insyirah: 6)

"Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum sehingga mereka mengubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri."
(Q.S. Ar-Ra'd: 11)

"*Working towards your dreams is hard. Not reaching them is harder*."
(*Study Stream*)

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillaahirabbil'alamin, puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan setiap perjalanan laporan ini. Tak lupa mengucapkan shalawat dan salam kepada Nabi Muhammad *Shallallahu 'Alaihi Wa Sallam*, keluarga dan sahabatnya, hingga akhir zaman. Sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir dengan judul "Strategi Peningkatan Kualitas Layanan Melalui Implementasi *Fuzzy* ServQual, *Customer Effort Score* (CES) Dan *Service Blueprint* (Studi Kasus: Salon Johnny Andrean Galeria Mall)"

Dalam penyelesaian laporan ini, penulis banyak mendapatkan bimbingan, doa, bantuan, dukungan, dan kesempatan dari berbagai pihak, sehingga dapat memperlancar pembuatan laporan tugas akhir ini. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Hari Purnomo., M.T., IPU, ASEAN. Eng., selaku Dekan Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Ir. Muhammad Ridwan Andi Purnomo, S.T., M.Sc., Ph.D., IPM. selaku Ketua Program Studi Teknik Industri Program Sarjana Universitas Islam Indonesia.
3. Bapak Dr. Taufiq Immawan, S.T., M.M., selaku dosen pembimbing tugas akhir yang berkenan meluangkan waktu untuk memberikan arahan, memberikan ilmu serta memberikan bimbingan berharga dalam setiap tahap pengerjaan tugas akhir ini.
4. Keluarga yang sangat penulis cintai yang selalu memberikan doa, semangat, dan dukungan baik moril maupun material sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dengan baik.
5. Salon Johnny Andrean yang telah memberikan peluang serta kemudahan fasilitas kepada penulis dalam menyelesaikan penelitian tugas akhir.
6. Sahabat penulis yang memberikan bantuan dan menemani ketika suka dan duka penulis selama perkuliahan yaitu Aya Sophia Rahmadona, Ayu Oktamariska Putri, Akila Neditha Utami, Novita Sari, dan Aulia Putri Maritza.
7. Semua orang yang terlibat dalam pembuatan tugas akhir ini hingga akhir yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu.

Penulis menyadari jika dalam penulisan tugas akhir ini masih jauh dari kesempurnaan dan masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu penulis berharap pembaca memberikan kritik dan saran yang membangun untuk kesempurnaan tugas akhir ini. Penulis harap tugas akhir ini dapat membantu semua pihak tanpa merugikan siapa pun.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta, 24 April 2025



Diana Klarisa Dewi
NIM 20522334

ABSTRAK

Salon Johnny Andrean Cabang Galeria Mall menghadapi keluhan pelanggan terkait pelayanan kualitas layanan yang belum optimal di antaranya perbedaan estimasi waktu tunggu dan perbedaan perkiraan harga. Penelitian ini bertujuan untuk menghitung tingkat kepuasan pelanggan, mengidentifikasi faktor pelayanan yang menjadi prioritas dan perlu ditingkatkan oleh Johnny Andrean, dan memberikan usulan perbaikan untuk meningkatkan kualitas pelayanan.Metode yang dipakai berdasarkan tujuan penelitian yaitu *Fuzzy Servqual* untuk mengukur kesenjangan (*gap)* harapan dan kinerja, *customer effort score* untuk mengukur tingkat usaha pelanggan, serta untuk *Service Blueprint* untuk memetakan proses layanan. Hasil penelitian menunjukkan rata-rata nilai kualitas layanan Q sebesar 0,89 (di bawah standar ideal 1) dengan rata-rata *gap* -0,55 yang menandakan layanan salon belum memenuhi ekspektasi. Atribut kritis adalah atribut 6 *servqual* (Salon Johnny Andrean dapat memberikan layanan yang konsisten serta tepat waktu seperti yang dijanjikan) dengan gap -1,13 dan atribut 2 CES (Saya dapat menemukan layanan yang saya butuhkan di Salon Johnny Andrean) dengan skor paling rendah yaitu 3,94 dari total 5 . Kemudian hasil *service blueprint* berdasarkan hasil integrasi antara *Fuzzy Servqual* dan CES didapatkan usulan berupa penambahan notifikasi otomatis via *WhatsApp*; sistem antrian digital untuk menghindari kesalahan prioritas; papan *display* antrian; struk pembayaran dengan QR *code* untuk *feedback* pelanggan; interaksi staf di *frontstage* yang lebih ramah; membuat SOP transparansi saat konsultasi; pelatihan staf; pembaharuan daftar harga; dan *display* visual yang mudah diakses.

Kata Kunci: *Fuzzy, Service Quality, Customer Effort Score, Service Blueprint*

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN ii
SURAT BUKTI PENELITIAN iii
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING iv
LEMBAR PENGESAHAN DOSEN PENGUJI v
HALAMAN PERSEMBAHAN vi
MOTTO vii
KATA PENGANTAR viii
ABSTRAK ix
DAFTAR ISI x
DAFTAR TABEL xii
DAFTAR GAMBAR xiii
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 4
1.3 Tujuan Penelitian 4
1.4 Manfaat Penelitian 4
1.5 Batasan Penelitian 5
1.6 Sistematika Penelitian 5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA 7
2.1 Kajian Literatur 7
2.2 Landasan Teori 9
2.2.1 Jasa 9
2.2.2 Kualitas Pelayanan 11
2.2.3 Kepuasan Pelanggan 13
2.2.4 Uji Validitas 13
2.2.5 Uji Realibitas 14
2.2.6 *Fuzzy Service Quality* 14
2.2.7 *Customer Effort Score* 15
2.2.8 *Pareto* Diagram 16
2.2.9 *Fishbone* Diagram 17
2.2.10 *Service Blueprint* 17
BAB III METODE PENELITIAN 19
3.1 Subjek dan Objek Penelitian 19
3.2 Jenis Data 19
3.3 Instrumen Penelitian 20
3.4 Kuesioner 20
3.5 Populasi 21
3.6 Sampel 21
3.7 Uji Validitas 22
3.8 Uji Reliabilitas 22
3.9 *Fuzzyfikasi ServQual* 23
3.10 *Defuzzifikasi ServQual* 24
3.11 *Customer Effort Score* 24
3.12 *Pareto* Diagram 24

3.13 *Fishbone* Diagram 24
3.14 *Service Blueprint* 25
3.15 Alur Penelitian 26
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA 28
4.1 Pengumpulan Data 28
4.1.1 Kuesioner 28
4.2 Pengolahan Data 31
4.2.1 Uji Validitas 31
4.2.2 Uji Reliabilitas 33
4.2.3 Uji *Service Quality* Konvensional 33
4.2.4 *Fuzzy Service Quality* dan CES 35
BAB V PEMBAHASAN 47
5.1 Analisis Data Kuesioner 47
5.1.1 Uji Validitas 47
5.1.2 Uji Reliabilitas 47
5.1.3 Perbandingan Uji *Servqual* dan *Fuzzy Servqual* 48
5.2 Analisis *Fuzzy Service* Quality 48
5.2.1 Analisis Nilai TFN 48
5.2.2 Analisis Nilai *Service Quality* atau *Gap* Untuk Tiap Atribut 50
5.2.3 Analisis Nilai *Service Quality* atau *Gap* Untuk Tiap Dimensi 50
5.2.4 *Pareto* Diagram 51
5.2.5 *Fishbone* Diagram 52
5.3 *Service Blueprint* 57
5.3.1 Analisis *Service Blueprint* 1 57
5.3.2 Analisis *Service Blueprint* 2 60
BAB VI PENUTUP 62
6.1 Kesimpulan 62
6.2 Saran 62
DAFTAR PUSTAKA 64
LAMPIRAN A-1

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Keluhan Pelayanan Salon 2
Tabel 2.1 Kajian Induktif Penelitian 7
Tabel 3.1 Kategori *Fuzzy Set* 23
Tabel 4.1 Pertanyaan Kuesioner *Service Quality* 28
Tabel 4.2 Pertanyaan Kuesioner *Customer Effort Score* dan Pertanyaan Terbuka 29
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin, Usia, dan Pendapatan 30
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas *Service Quality* 31
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas CES 32
Tabel 4. 6 Perhitungan *Service Quality* 34
Tabel 4.7 *Fuzzyfikasi* Kinerja 36
Tabel 4.8 *Fuzzyfikasi* Harapan 37
Tabel 4.9 *Fuzzyfikasi* CES 38
Tabel 4.10 *Defuzzyfikasi* Kinerja 39
Tabel 4.11 *Defuzzyfikasi Harapan* 40
Tabel 4.12 *Defuzzyfikasi* CES 42
Tabel 4.13 Hasil Perhitungan *Gap* 43
Tabel 4.14 Peringkat Atribut *Service Quality* 45
Tabel 4.15 Nilai Kualitas Tiap Dimensi 46
Tabel 5.1 Penjelasan *Fishbone* Diagram Atribut 6 (*Service Quality*) 53
Tabel 5.2 Penjelasan *Fishbone* Diagram Atribut 2 (*Customer Effort Score*) 55
Tabel 5.3 *Fall Point Service Blueprint Servqual* 6 58
Tabel A.1 Kuesioner *Service Quality* A-2
Tabel A.2 Kuesioner *Customer Effort Score* A-4
Tabel B.1 Hasil Uji Validitas Harapan (PY) B-1
Tabel B.2 Hasil Uji Validitas Kinerja (PX) B-6
Tabel B.3 Hasil Uji Validitas *Customer Effort Score* B-10

DAFTAR GAMBAR

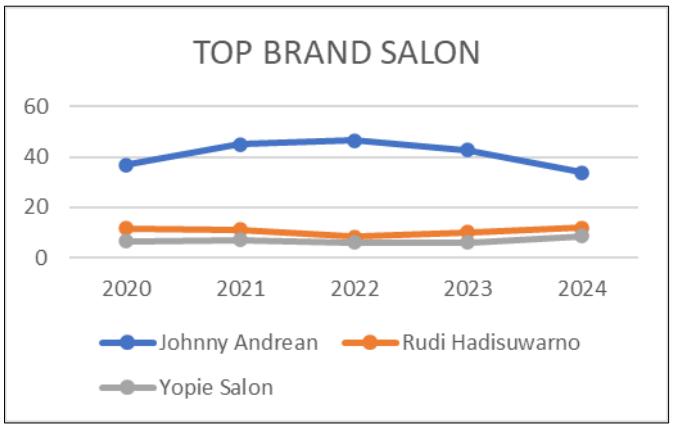
Gambar 1.1 Grafik Top Brand 2020-2024 2
Gambar 2.1 *Customer Effort Score* 16
Gambar 2.2 Pareto Diagram 16
Gambar 2.3 *Fishbone* Diagram 17
Gambar 2.4 *Service Blueprint*..... 18
Gambar 3.1 Alur Penelitian 26
Gambar 4.1 Hasil Uji Reliabilitas Harapan 33
Gambar 4.2 Hasil Uji Reliabilitas Kinerja..... 33
Gambar 4.3 Hasil Uji Reliabilitas CES 33
Gambar 5. 1 *Pareto* Diagram 52
Gambar 5. 2 *Fishbone* Diagram Atribut 6 (*Service Quality*) 53
Gambar 5. 3 *Fishbone* Diagram Atribut 2 (*Customer Effort Score*) 55
Gambar 5. 4 *Service Blueprint Servqual* 6 57
Gambar 5. 5 *Service Blueprint* CES 2 60
Gambar C.1 Wawancara Responden..... C-1
Gambar C.2 Wawancara Responden..... C-1
Gambar C.3 Fasilitas Salon C-2
Gambar C.4 Wawancara Dengan *Supervisor*..... C-2

BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan zaman seperti tren global kecantikan *Korean Beauty* mempengaruhi perkembangan dunia kecantikan di Indonesia. Demi mempercantik diri maka banyak perawatan yang perlu dilakukan salah satunya adalah pergi melakukan *treatment* rambut dan kecantikan di salon. Pertumbuhan industri salon di Indonesia menunjukkan tren positif. Berdasarkan informasi Mutia (2022) pendapatan dari pasar kecantikan dan perawatan diri mencapai Rp111,83 triliun dan diperkirakan pertumbuhan tahunan sebesar 5,81% dari tahun 2022 sampai 2027. Kemudian dilansir dari Elmira (2021) menurut *General Manager Professional Products Division,* L'Oreal Indonesia menyebutkan bahwa industri ini juga termasuk garda terdepan bagi penyerapan tenaga kerja, terutama UMKM. terdapat lebih dari 100 ribu salon di Indonesia, serta lebih dari 5.000 *barbershop*, 75 persen di antaranya itu UMKM, total tenaga kerjanya lebih dari 500 ribu. Meningkatnya persaingan usaha ini harus menjadi perhatian para pemilik bisnis salon untuk bisa lebih meningkatkan kualitas dan keunggulan kompetitif. Salah satu aspek keunggulan komparatif dalam bisnis salon yang perlu dikembangkan adalah kualitas layanan jasa yang ditawarkan (Nugroho, 2020).

Data umum mengenai salon di Yogyakarta hingga tahun 2024 menunjukkan peningkatan jumlah usaha salon terutama di area perkotaan seperti Kota Sleman dan Daerah Istimewa Yogyakarta. Berdiri pada tahun 1980, Salon Johnny Andrean merupakan salah satu jaringan salon terbesar dan terkenal di Indonesia dengan cabang-cabang yang tersebar di berbagai kota, termasuk Yogyakarta. Salon ini memiliki total sebanyak 4 cabang di Yogyakarta. 4 cabang tersebut berlokasi di Plaza Ambarukmo, Galeria Mall, Jogja City Mall, dan Ramai Mall. Beberapa layanan ditawarkan diantaranya yaitu *professional luxury hair spa, man's haircut*, *coloring*, *ultimate adenovital treatment*, keratin, *reflexy*, *cutting and coloring package, back therapy massage*, dan lain sebagainya. Di bawah ini merupakan grafik *Top Brand* di tahun 2020-2024 kinerja Salon Johnny Andrean yang ditampilkan pada Gambar 1.1.



Gambar 1.1 Grafik Top Brand 2020-2024

Berdasarkan Gambar 1.1 Salon Johnny Andrean mengalami penurunan kinerja dibandingkan kompetitor lainnya pada tahun 2024. Observasi awal terhadap ulasan pelanggan di *Google Map* untuk cabang Galeria Mall disajikan pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1 Ulasan *Google Map*

Rating	Tanggal	Permasalahan
1/5	05/2024	Potongan rambut tidak sesuai harapan.
3/5	05/2024	Pegawai kurang profesional.
1/5	06/2024	Sistem antrian tidak dimanajemen dengan baik.
1/5	02/2025	Komunikasi antara pegawai dengan pelanggan kurang jelas.

Data ulasan *Google Map* menunjukkan bahwa masih banyak pelanggan yang tidak puas dengan layanan salon. Menurut Oktaviani (2019) meningkatkan loyalitas pelanggan menjadi penting untuk meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Peningkatan loyalitas pelanggan juga mempengaruhi serangan kompetitor dari perusahaan sejenis baik dalam kompetisi maupun dalam persepsi pelanggan. Pengukuran kualitas dengan metode Servqual (*Service Quality*) membantu dalam memahami area di mana harapan pelanggan tidak terpenuhi dan mengambil langkah-langkah yang tepat berdasarkan area prioritas untuk meningkatkan layanan mereka (Yousif, 2015). Penelitian dengan metode serupa mengatakan bahwa metode ini dapat memberikan rekomendasi konkret tentang area mana yang harus diprioritaskan untuk perbaikan guna meningkatkan kepuasan pelanggan (Oli

& Dhanasekaran, 2021). Berdasarkan data Tabel 1.1 penting untuk salon ini supaya bisa berfokus pada pengukuran kepuasan layanan dan identifikasi faktor kualitas layanan yang harus ditingkatkan. Oleh karena itu penggunaan *Servqual* penting digunakan untuk menentukan area layanan mana yang perlu ditingkatkan pada Salon Johnny Andrean. Metode ini akan memudahkan untuk menemukan strategi yang tepat untuk menangani keluhan pelanggan dan meningkatkan layanan lebih baik. Peningkatan loyalitas pelanggan dapat ditingkatkan dengan metode *Customer Effort Score.* Menurut Dixon (2024) untuk suatu perusahaan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dapat menggunakan metode *Customer Effort Score* karena terbukti dapat mengurangi biaya layanan pelanggan, dan meningkatkan kinerja bisnis. Maka dari itu penggunaan metode ini cocok untuk meningkatkan loyalitas dan nilai ulasan pada Salon Johnny Andrean Galeria Mall.

Dalam penelitian Aulia (2024) metode *Fuzzy* yang diintegrasikan dengan metode *Servqual* dapat menilai kepuasan terhadap kualitas pelayanan supaya mendapat penilaian yang lebih detail pada perbedaaan harapan pelanggan dan persepsi mereka terhadap kualitas layanan daripada penggunaan *Servqual* saja. Penelitian metode serupa membantu mengurangi ketidaktepatan nilai kuesioner *Servqual* dan membantu dalam mengukur kualitas kinerja perusahaan (Azhari & Sutabri, 2023). Integrasi metode *Fuzzy* dan metode serupa dengan CES menunjukkan pengurangan *effort* yang lebih akurat dibandingkan CES konvensional dalam layanan yang berkorelasi dengan peningkatan kepuasan (Nasserzadeh et.al, 2008). Untuk memperjelas pemetaan dan visualisasi layanan serta prioritas layanan yang tepat sasaran dapat menggunakan metode *service blueprint.* Dalam penelitian Chia et.al (2024) metode *Service Blueprint* membantu memetakan seluruh alur perjalanan layanan yang dilalui konsumen serta mengidentifikasi titik kontak utama dan area potensial untuk perbaikan. Dengan metode pemetaan ini perusahaan dapat meningkatkan efisiensi operasional, meningkatkan konsistensi layanan, dan meningkatkan loyalitas pelanggan (Sari R. A., 2024).

Pemilihan Salon Johnny Andrean cabang Galeria Mall sebagai objek penelitian karena tempat ini belum pernah dilakukan penelitian. Usulan perbaikan diperlukan supaya kinerja pelayanan Salon Johnny Andrean dapat berpotensi meningkat serta pelanggan berpotensi lebih puas. Berdasarkan permasalahan penelitian yang ada serta metode terkait untuk mengatasi masalah Salon Johnny Andrean, maka dari itu penelitian ini bertujuan untuk mengukur kepuasan pelayanan Salon Johnny Andrean dengan metode *Fuzzy Servqual* (*service quality*)

serta CES (*customer effort score*) dan membuat usulan perbaikan dengan pendekatan *Service Blueprint.*

1.2 Rumusan Masalah

Berikut adalah rumusan masalah yang didapatkan berdasarkan latar belakang sebelumnya:

1. Berapa tingkat kepuasan pelanggan Salon Johnny Andrean Galeria Mall?
2. Apa saja faktor pelayanan yang menjadi prioritas dan perlu ditingkatkan oleh Salon Johnny Andrean Galeria Mall?
3. Apa usulan perbaikan yang direkomendasikan untuk meningkatkan kualitas pelayanan Salon Johnny Andrean Galeria Mall?

1.3 Tujuan Penelitian

Berikut adalah tujuan dibuatnya penelitian ini:

1. Menghitung tingkat kepuasan pelanggan Salon Johnny Andrean Galeria Mall.
2. Mengidentifikasi faktor pelayanan yang menjadi prioritas dan perlu ditingkatkan oleh Salon Johnny Andrean Galeria Mall.
3. Memberikan usulan perbaikan untuk meningkatkan kualitas pelayanan di Salon Johnny Andrean Galeria Mall.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi penting bagi bidang peningkatan kualitas layanan, yaitu:

1. Untuk pembaca dapat berguna untuk referensi bacaan untuk meningkatkan pengetahuan umum
2. Untuk perusahaan, temuan penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kualitas layanan.
3. Untuk peneliti lain hasil penelitian ini dapat menjadi informasi bagi mereka yang tertarik melakukan studi penelitian di bidang yang sama.

1.5 Batasan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan luasnya cakupan permasalahan yang ada maka batasan masalah perlu dibentuk supaya penelitian yang dilakukan bisa terfokus pada masalah, tujuan, dan penelitian. Berikut merupakan batasan masalah pada penelitian ini.

1. Periode pengambilan data yaitu pada tanggal 19 November-30 November 2024.
2. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Fuzzy Service Quality* dan *Customer Effort Score* sebagai pengukuran layanan serta *Service Blueprint* sebagai rancangan perbaikan layanan.
3. Penelitian ini hanya berfokus pada peningkatan kualitas pelayanan di Salon Johnny Andrean cabang Galeria Mall.
4. Kuesioner hanya disebar kepada pelanggan yang telah menggunakan layanan Salon Johnny Andrean cabang Galeria Mall.
5. Tahap akhir dari penelitian ini adalah usulan perbaikan tidak sampai tahap implementasi.

1.6 Sistematika Penelitian

Secara garis besar sistematika penulisan tugas akhir ini yang disusun pada enam bab dengan rincian sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang sebagai penjelas mengenai masalah yang dihadapi dan mengapa pengukuran kualitas serta rekomendasi perbaikan menjadi penting untuk dilakukan. Selain itu bagian ini juga menjelaskan tujuan penelitian, manfaat, dan batasan masalah. Kemudian terakhir terdapat sistematika penulisan untuk memahami isi dan alur informasi laporan dengan baik.

BAB II KAJIAN LITERATUR

Bab ini berisi kajian induktif dalam kajian literatur mengenai uraian hasil penelitian terdahulu dengan metode yang serupa dengan penelitian ini sehingga menjadi acuan dasar pada penelitian ini. Sementara, kajian deduktif terkait landasan teori yang mencakup gabungan teori-teori yang

relevan dengan penelitian berdasarkan penjelasan ahli atau penelitian sebelumnya.

BAB III METODOGI PENELITIAN

Bagian ini berisi subjek dan objek penelitian, jenis data yang dibutuhkan, populasi dan sampel yang dibutuhkan, metode pengumpulan data, metode pengujian data, dan alur penelitian.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bab ini berisi proses pengumpulan data dan pengolahan data untuk mendapatkan hasil penelitian. Pengumpulan dan pengolahan data menggunakan metode yang telah ditentukan, yaitu menggunakan metode *Fuzzy Servqual*, CES (*Customer Effort Score*), serta S*ervice Blueprint*.

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi hasil yang diperoleh dari pengolahan data pada bab sebelumnya dan juga penjelasan lebih rinci tentang hasilnya.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Berisikan jawaban rumusan masalah yang dibahas dalam bab pertama dan kesimpulan. Kesimpulan mencakup saran untuk penelitian lanjutan yang dapat digunakan sebagai pedoman bagi peneliti berikutnya.

DAFTAR PUSTAKA Bab ini berisikan daftar sumber atau referensi yang dikutip dalam penelitian.

LAMPIRAN Bab ini memuat kelengkapan yang mendukung pelaksanaan penelitian seperti tabel, gambar, manual penggunaan alat, kuesioner, hasil wawancara, dan hal lain yang perlu dilampirkan untuk memperjelas uraian dalam laporan TA.

BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Literatur

Kajian literatur berisi rangkuman hasil penelitian sebelumnya yang relevan dengan topik penelitian ini. Bagian ini akan membantu dalam memahami metode dan hasil dari penelitian sebelumnya serta memberikan dasar yang kuat untuk perencanaan penelitian ini. Kajian literatur ditampilkan pada Tabel 2.1.

Tabel 2.1 Kajian Literatur

No	Penulis	Metode		
		***Fuzzy* SERVQUAL**	***Customer Effort Score***	***Service Blueprint***
1.	Lechuga et al. (2023)			√
2.	Chang et al. (2023)			√
3.	Chuang et al. (2022)			√
4.	Jang & Ryu (2025)			√
5.	Ryu et al. (2020)			√
6.	Behdioğlu et al. (2019)	√		
7.	Shie et al. (2021)	√		√
8.	Mouhib et al. (2024)	√		
9.	Smetek et al. (2023)	√		
10.	Mutiara et al. (2020)	√		
11.	Baehre et al. (2022)		√	
12.	Hochstein et al. (2020)		√	
13.	Hilton et al. (2020)		√	
14.	Zahari et al. (2023)		√	

No	Penulis	Metode		
		***Fuzzy* SERVQUAL**	***Customer Effort Score***	***Service Blueprint***
15.	Ardelet & Benavent (2023)		√	

Pada penelitian Lechuga et al. (2023) *Service Blueprint* berperan dalam visualisasi proses layanan dan hubungan dinamis antara produk fisik dengan komponen layanan dalam *Product-Service System* (PSS), serta transformasi fungsi bisnis dari *Business Model Canvas* (BMC) menjadi alur operasional yang terstruktur. Hasillnya integrasi BMC dan Service Blueprint menciptakan model bisnis fleksibel yang dapat mengakomodasi perubahan kebutuhan pasar, meningkatkan koordinasi antar sistem pada studi kasus perusahaan distribusi air bersih di Meksiko. Penelitian metode serupa pada Chang et al. (2023) menunjukkan bahwa SISIB atau *Smart Industrial Service Indentification Blueprint* mampu memvisualisasikan operasi multilevel dalam konteks industri kompleks dan membuktikan efektivitas *framework* dalam membuat solusi layanan industri. Penerapan *Service Blueprint* meningkatkan kemampuan personalisasi layanan, efisiensi produksi, dan kepuasan pelanggan melalui inovasi berbasis teknologi cerdas (Chuang et al., 2022). Kemudian penelitian oleh Jang & Ryu (2025) berhasil memvisualisasikan proses layanan *blockchain* secara intuitif, menonjolkan interaksi antar pengguna serta aliran token lebih efektif. *Service Blueprint* pada penelitian Ryu et al. (2020) merupakan integrasi dengan *online-to-offline* (O2O) dan terbukti dapat menampilkan proses layanan secara intuitif dan dinilai lebih efektif dibandingkan *service blueprint* konvensional.

Kemudian penggunaan metode *Fuzzy Servqual* pada penelitian Behdioğlu et al. (2019) didapatkan hasil ketidakpuasan umum pada semua dimensi layanan. Temuan ini menjadi dasar rekomendasi perbaikan prioritas. Hasil penelitian bahwa integrasi antara *Fuzzy* dan FMEA dapat memungkinkan prioritisasi masalah secara objektif. Penelitian tersebut menunjukkann peningkatan efisiensi layanan kesehatan lansia dengan mengurangi ketergantungan pada tenaga kerja dan meningkatkan kustomisasi layanan (Shie et al., 2021). Mouhib et al. (2024) melakukan penelitian dengan integrasi antara *Fuzzy Servqual* dan TPM (*Total Productive Maintenance*) di sektor industri Maroko. Hasilnya didapatkan TPM berada pada lebel 3-4 dengan faktor manusia menjadi hambatan utama yang perlu diperbaiki. Kemudian penelitian oleh (Smetek et al., 2023) yang berfokus pada penilaian kualitas layanan asuransi di beberapa

negara menggunakan *Fuzzy Servqual* dengan hasil ekspektasi pelanggan di beberapa negara lebih tinggi dari persepsi aktual terutama pada aspek keandalan dan kredibiltas layanan. Penggunaan metode tersebut juga membantu mengidentifikasi area kritis yaitu transparansi layanan dan penentuan premi yang adil. Penelitian dengan metode serupa pada Mutiara et al. (2015) berhasil mengukur kualitas layanan internet *banking* Bank Bukopin dimana hasil penelittian mengindikasikan ketidakpuasan nasabah karena akurasi transaksi yang kurang, lambatnya kecepatan respons, dan kurangnya kemudahan akses.

Metode CES (*Customer Effort Score*) pada Ardelet & Benavent (2023) berperan sebagai indikator kunci untuk mengukur hubungan antara upaya pelanggan dan tingkat kepuasan terhadap merek. Hasilnya bahwa secara umum CES yang tinggi dapat meningkatkan kepuasan untuk sektor hedonik seperti *e-commerce*, otomotif, industri bidang jasa. Kemudian hasil penelitian lain didapatkan bahwa kualitas informasi, fungsionalitas, dan desain aplikasi mobile berpengaruh dalam peningkatan nilai CES (Zahari et al., 2023). Pada Hochstein et al. (2020) pendekatan proaktif melalui metode serupa berhasil mengurangi *churn* dan meningkatkan retensi dengan memastikan pelanggan merasakan nilai dari layanan. Hasil penelitian dengan metode serupa dengan mengurangi hambatan pelanggan secara tidak langsung dapat meningkatkan potensi loyalitas pelanggan (Hilton et al., 2020). Kemudian hasil penelitian Baehre et al. (2022) dengan metode serupa menunjukkan bahwa metrik CES lebih efektif memprediksi pertumbuhan penjualan dibandingkan NPS. Dalam studi ini merekomendasikan manajer untuk mempertimbangkan alternatid seperti *top-box* atau skor rata-rata meskipun NPS tetap dapat digunakan karena familiar dengan penggunaan dan biaya peralihan yang lebih tinggi.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Jasa

Jasa merupakan aktivitas yang ditawarkan oleh satu pihak ke pihak yang lain dimana pada dasarnya tidak memiliki wujud serta tidak menghasilkan kepemilikan. Terkadang barang sering diliputi jasa tertentu seperti instalasi barang namun perbedaannya dengan jasa menurut (Kotler & Keller, 2016) memiliki ciri-ciri yaitu:

a. Tidak Berwujud (*Intangibility*)

Merupakan sifat jasa yang tidak mempunyai bentuk fisik yang mana tidak bisa dilihat, diraba, didengar, dirasakan sebelum jasa tersebut dikonsumsi. Konsumen hanya dapat merasakan dampak dan manfaatnya setelah jasa tersebut diberikan. Karena jasa tidak berwujud, seringkali konsumen mengalami kesulitan mengukur kualitas dan nilai jasa tersebut sebelum akhirnya melakukan kegiatan jual beli. Hal ini menimbulkan ketidakpastian dan risiko bagi konsumen. Karena itu konsumen biasanya mengandalkan petunjuk seperti ulasan pelanggan yang berada di aplikai seperti *google maps*, rekomendasi dari kerabat, reputasi penjual jasa untuk membuat keputusan dalam membelinya.

Contoh *intangibility* pada pelayanan kesehatan yaitu konsumen tidak bisa merasakan maupun melihat perawatan medis yang diterima sampai konsumen tersebut menjalani perawatan. Pada layanan pendidikan berupa kualitas Pendidikan yang tidak bisa dilihat sebelum proses pembelajaran berlangsung, untuk mengukut layanan Pendidikan sering kali orang tua bergantung pada reputasi sekolah.

b. Tidak Terpisahkan (*Inseparability)*

Produksi serta konsumsi jasa sering terjadi secara bersamaan atau jasa biasanya dihasilkan dan dikonsumsi pada waktu yang sama serta tidak bisa dipisahkan dari pemilik jasa. Pemilik jasa diharuskan hadir secara fisik maupun *virtual.* Dampak dari *inseparability* yaitu ketergantungan akan keterampilan, sikan serta perilaku jasa pada saat layanan diberikan, memungkinkan layana disesuaikan secara langsung dengan kebutuhan spesifik konsumen.

Contoh *inseparability* yaitu ketika pelanggan mendapatkan potongan rambut, proses memotong rambut dan konsumsi berupa pelanggan yang menerima hasilnya terjadi secara bersamaan. Contoh lainnya pada layanan medis dokter diharuskan hadir langsung atau melalui *telemedicine* supaya bisa memberikan diagnosis dan pengobatan terhadap pasien .

c. Bervariasi (*Variability)*

Bervariasi menekankan bahwa kualitas dan hasil dari jasa dapat bervariasi setiap kali diberikan. Hal ini terjadi karena faktor siapa yang memberikan jasa, kapan, dimana, dan bagaimana jasa tersebut diberikan. Faktor yang menyebabkan adanya variasi ini antara

lain karena interaksi dengan pelanggan karena setiap pelangga memiliki kebutuhan, preferensi, dan harapan yang unik. Kondisi lingkungan dan waktu seperti cuaca dan ketersediaan sumber daya juga mempengaruhi. Misalnya seperti layanan yang diberikan pada jam sibuk mungkin tidak sebaik layanan yang diberikan saat sepi. Faktor lain yang mempengaruhi yaitu perbedaan penerapan atau kepatuhan terhadap standar tersebut di berbagai lokasi dan waktu. Contoh bervariasi dalam layanan perhotelan yaitu pengalaman tamu bisa berbeda-beda, hal ini bergantung pada siapa yang melayani mereka, bagaimana kebersihan kamar dapat dijaga oleh karyawan atau seberapa cepat layanan yang diberikan oleh hotel.

d. Tidak Dapat Disimpan (*Perishability)*

   Jasa tidak bisa disimpan atau diinventariskan untuk digunakan di masa depan. Jasa hanya memiliki satu kali kesempatan untuk dapat diberikan kepada konsumen. Konsep ini memiliki dampak terhadap manajemen operasi serta pemasaran jasa. Karena jasa tidak bisa disimpan maka penyedia jasa harus mengatur permintaan dan kapasitas secara hati-hati untuk menghindari kelebihan permintaan serta kekurangan permintaan yang bisa merugikan. Maka dari itu pengelola jasa juga harus mengatur risiko kapasitas yang tidak terpakai dan kebutuhan perencanaan yang tepat. Contoh *perishability* kursi kosong dalam penerbangan yang tidak terjual atau kamar di hotel yang tidak disewakan pada malam tertentu adalah hilangnya potensi pendapatan yang tidak bisa diperoleh kembali. Pada layanan Kesehatan, jika janji temu dibatalkan atau tidak terisi oleh pasien maka waktu dokter terbuang dan tidak bisa digunakan untuk pasien lain.

2.2.2 Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalaah tingkat keunggulan yang dirasakan pelanggan pada suatu layanan. Kualitas pelayanan juga merupakan persepsi pelanggan terhadap seberapa baik layanan yang diberikan oleh perusahaan memenuhi harapan pelanggannya. Menurut Wyckof dalam Lovelock "Memaparkan pengertian kualitas layanan sebagai tingkat kesempurnaan tersebut supaya dapat memenuhi keinginan pelanggan". Menurut Gronroos dalam Purnama (2006) menyatakan kualitas layanan meliputi:

1. Kualitas fungsional, yang menitikberatkan pada prose pelaksanaan layanan, mencakup beberapa dimensi yaitu interaksi dengan pelanggan, sikap atau tindakan karyawan,

relasi internal tim, penampilan fisik layanan, kemudahan akses, serta kesadaran akan orientasi pelayanan.

2. Kualitas teknis, yang berkaita dengan hasil layanan yang dirasakan oleh pelanggan, mencakup aspek harga, ketepatan waktu penyelesaian, kecepatan pelayanan, dan keindahan hasil pelayanan.
3. Reputasi perusahaan, yang dicerminkan dari citra perusahaan dan penilaian publik terhadap perusahaan di perspektif pelanggan.

Terdapat lima dimensi kerakteristik yang digunakan oleh para pelanggan dalam mengevaluasi kualitas pelayanan. Kelima dimensi karakteristik kualitas pelayanan jasa tersebut adalah (Parasuraman et.al., 2005**) :**

1. Keandalan: kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan yang konsisten dan sesuai janji.
2. Ketanggapan: seberapa cepat dan sigap perusahaan dalam menanggapi pertanyaaan serta permintaan pelanggan .
3. Jaminan: kemapuan serta pengetahuan karyawan perusahaan utnuk memberikan layanan yang professional dan kompeten.
4. Empati: kemampuan perusahaan untuk memahami kebutuhan serta keinginan pelanggan
5. Bukti fisik: penampilan fisik perusahaan, karyawan, dan peralatan yang digunakan.

Menurut Fitzsimmons (2006), kemungkinan persepsi pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan adalah sebagai berikut :

1. Jasa yang diharapkan melebihi harapan (*over expection*)
2. Jasa yang dirasakan dibawah harapan (*under expection*)
3. Jasa yang dirasakan memenuhi harapan (*full expection*)

Secara sederhana, kualitas berarti “tingkat kemampuan layanan untuk memenuhi atau melebihi harapan pelanggan”. Kualitas bukanlah memenuhi sejumlah kriteria yang ditetapkan perusahaan, namun sebaliknya kualitas adalah memenuhi kriteria yang ditetapkan pelanggan.. Pelayanan yang baik dapat menjadi keunggulan bersaing bagi perusahaan jasa seperti yang dikemukakan oleh Parasuraman et.al. (2005**)** bahwa kualitas layanan yang unggul menjadi strategi kompetitif yang efektif, digunakan untuk membedakan bisnis, meningkatkan produktivitas, membangun loyalitas pelanggan, mendorong promosi serta melindungi dari

persaingan harga. Oleh karena itu kualitas pelayanan menjadi penting dan harus menjadi fokus utama perhatian suatu perusahaan.

2.2.3 Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan senang atau kecewa pelanggan terhadap suatu produk, layanan, atau pengalaman yang diterima oleh pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakah hasil dari perbandingan antara harapan pelanggan dengan kenyataan yang mereka alami. Beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan antara lain yaitu:

1. Kualitas produk atau layanan: semakin berkualitas tinggi suatu produk maka akan semakin memuaskan pelanggan.
2. Harga: harga yang wajar dan sesuai dengan nilai produk atau layanan akan lebih memuaskan pelanggan.
3. Kemudahan akses: semakin mudah akses terhadap produk atau layanan maka akan lebih memuaskan pelanggan.
4. Kecepatan pelayanan: semakin cepat pelayanan yang diberikan maka akan semakin memuaskan pelanggan.
5. Komunikasi yang baik: komunikasi yang baik dan lancar antara perusahaan dan pelanggan akan lebih memuaskan pelanggan.
6. Penanganan keluhan: penanganan keluhan yang cepat dan profesional akan lebih memuaskan pelanggan.

Tinggi rendahnya kepuasan pelanggan memberikan manfaat antara lain:

1. Pelanggan yang puas cenderung akan lebih loyal dan akan melakukan pembelian ulang.
2. Pelanggan yang puas akan cenderung merekomendasikan produk atau layanan yang telah dinikmatinya kepada orang lain.
3. Kepuasan pelanggan dapat meningkatkan pendapatan perusahaan
4. Kepuasan pelanggan dapat meningkatkan citra perusahaan.

2.2.4 Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk memastikan bahwa setiap pertanyaan dalam instrument benar-benar mengukur dimensi kualitas layanan. Jika instrumen valid maka hasil pengukuran secara akurat mencerminkan aspek-aspek nyata dari kualitas layanan yang dirasakan pelanggan.

2.2.5 Uji Realibitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengukur konsistensi instrumen pengukuran atau seberapa stabil hasil pengukuran Ketika diulang pada kondisi yang sama. Apabila instrumen reliabel maka hasilnya stabil dan dapat dipercaya menunjukkan bahwa instrument tersebut dapat digunakan secara konsisten untuk mengukur kualitas layanan.

2.2.6 *Fuzzy Service Quality*

Pengukuran kualitas layanan yang banyak digunakan secara luas adalah metode *servqual*. *servqual* berasal dari kata *service quality* yang artinya kualitas layanan. Kualitas layanan merupakan selisih antara layanan yang dirasakan atau dipersepsikan oleh konsumen (persepsi) dengan layanan idealyang diinginkan atau diminta oleh konsumen (harapan).

Metode *servqual* dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama yaitu persepsi pelanggan atas layanan yang nyata mereka terima (*perceived service*) dengan layanan yang sesungguhnya diharapkan oleh pelanggan (*expected service*). Selisih antara persepsi dengan harapan disebut dengan "*gap*"atau kesenjangan kualitas layanan. *Servqual* ini terdiri atas dua bagian,yaitu :

1. Bagian harapan yang berisi pertanyaan untuk mengetahui standar yang dimiliki pelanggan tentang kualitas layanan yang ingin mereka terima.
2. Bagian kinerja yang berisi pertanyaan untuk mengetahui penilaian pelanggan terhadap layanan yang mereka terima saat berinteraksi dengan layanan perusahaan yang di teliti.

Setiap pertanyaan yang baik pada bagian harapan maupun kinerja diikuti skala yang terdiri dari lima derajat kepentingan, yaitu angka 1 (Sangat Tidak Setuju), angka 2 (Tidak Setuju), angka 3 (Cukup Setuju), angka 4 (Setuju), dan angka 5 (Sangat Setuju). Langkah selanjutnya adalah memberi penilaian pada masing-masing bagian, baik bagian harapan maupun bagian kinerja yang dilakukan melalui pembagian kuesioner kepada responden. Hasil penilaian responden kemudian dihitung selisihnya, untuk mengetahui nilai *service quality* nya. Jika nilai layanan yang dirasakan (P) lebih besar dari yang diharapkan nilai layanan (E), maka layanan tersebut dianggap berkualitas tinggi. Namun, jika layanan yang dirasakan (P) nilai kurang dari nilai layanan (E) yang diharapkan, maka layanan dianggap buruk kualitasnya. Oleh karena itu, untuk menilai nilai kualitas layanan (Q), dapat dirumuskan sebagai berikut.

$$Q = P-E$$

Namun sebelum menggunakan rumus di atas, dilakukan perhitungan rata-rata nilai P dan E dengan rumus 2.1 sebagai berikut.

$$Yi = \frac{\sum yi}{N} \quad (2.1)$$

Keterangan:

Yi : rata-rata pertanyaan i

∑ yi : nilai total pertanyaan i

N : banyaknya responden

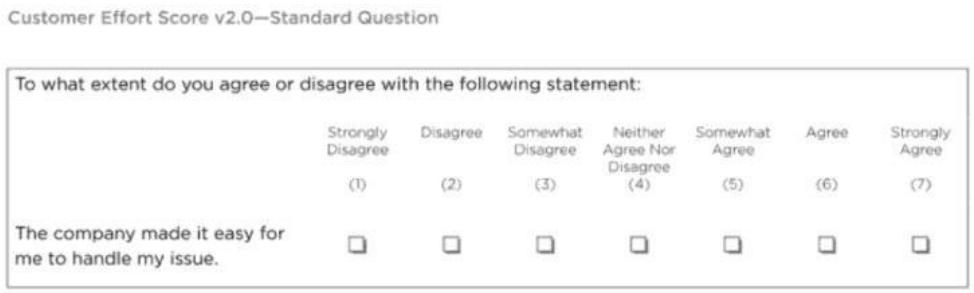
Fuzzyfikasi merupakan proses yang digunakan pada logika *fuzzy* untuk mengubah data *input* yang bersifat tegas atau nilai numerik yang jelas menjadi bentuk derajat keanggotaan dalam himpunan *fuzzy.* Himpunan *fuzzy* digunakan untuk menangani ketidakpastian dalam penalaran dan pengambilan keputusan. *Fuzzyfikasi* memungkinkan sistem untuk bekerja dengan data yang tidak pasti atau bersifat ambigu yang membuatnya lebih fleksibel dalam mengambil keputusan. Proses *fuzzyfikasi* terjadi dengan beberapa tahapan yaitu.

1. Menentukan variabel *input* dari sistem.
2. Setiap variabel *input* dipisahkan menjadi beberapa himpunan *fuzzy.*
3. Membuat fungsi keanggotaann untuk menentukan seberapa besar nilai suati input menjadi bagian dari himpunan *fuzzy.*
4. Hasil dari *fuzzyfikasi* merupakan nilai-nilai *fuzzy* yang menyatakan tingkat keanggotaan dari variabel input ke dalam himpunan *fuzzy* yang relevan.
5. Melakukan tahap *defuzzyfikasi*. *Defuzzifikasi* merupakan proses pada logika *fuzzy* yang mengubah hasil nilai *fuzzy* menjadi nilai yang *crisp* atau nilai yang pasti agar dapat digunakan dalam pengambilan keputusan.

2.2.7 *Customer Effort Score*

Customer effort score merupakan metrik penting untuk mengukur kesederhanaan dan kemudahan pengalaman pelanggan. Menurut Singh (2024) CES dapat mengukur besarnya upaya yang perlu dilakukan pelanggan untuk mendapatkan hasil yang diinginkan, seperti dalam membeli sebuah produk, menyelesaikan masalah serta mencari informasi. CES memilliki tujuan utama untuk mengidentifikasi area mana dalam perjalanan pelanggan yang sekiranya dapat untuk disederhanakan supaya pelanggan dapat lebih puas. Dalam pengukurannya metode

ini menggunakan skala numerik maupun emotikon untuk mewakili tingkat upaya yang dirasakan pelanggan. Skor yang lebih tinggi menunjukkan interaksi yang lancar dan mudah. Sebaliknya skor yang rendah dapat menyoroti titik masalah yang potensial yang dapat menjadi indikasi area yang perlu ditingkatkan oleh bisnis. Bentuk *customer effort score* salah satunya ditunjukkan pada Gambar 2.1 berikut.


Customer Effort Score v2.0—Standard Question

To what extent do you agree or disagree with the following statement:

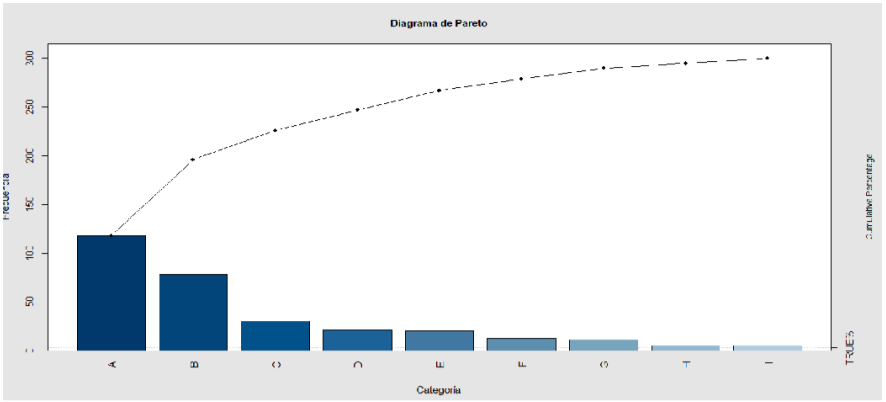
	Strongly Disagree (1)	Disagree (2)	Somewhat Disagree (3)	Neither Agree Nor Disagree (4)	Somewhat Agree (5)	Agree (6)	Strongly Agree (7)
The company made it easy for me to handle my issue.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Gambar 2.1 *Customer Effort Score*

Sumber: Dixon et.al (2013)

2.2.8 *Pareto* Diagram

Pareto diagram merupakan grafik batang yang digunakan untuk menyoroti faktor yang paling signifikan dalam menyebabkan masalah. Prinsip pareto menyatakan bahwa sekitar 80% dari masalah disebabkan oleh 20% dari penyebab utama. Jika objek penelitian yaitu kualitas pelayanan salon maka *pareto* diagram dapat menganalisis jenis keluhan pelanggan. Gambar 2.2 merupakan visualisasi *pareto* diagram.

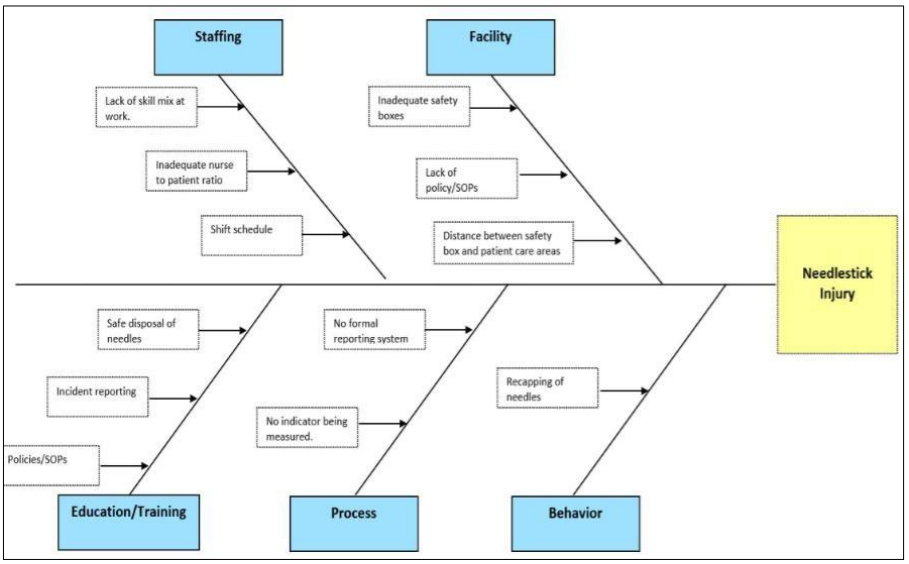


Gambar 2.2 Pareto Diagram

Sumber: Chávez et.al. (2024)

2.2.9 *Fishbone* Diagram

Fishbone diagram digunakan untuk mengidentifikasi dan menganalisis berbagai penyebab potensial dari suatu masalah. Diagram ini membantu menguraikan masalah yang dibagi menjadi 6 kategori yaitu manusia, metode, material, mesin, lingkungan, dan pengukuran. Gambar 2.3 merupakan visualisasi *fishbone* diagram.



Gambar 2.3 *Fishbone* Diagram
Sumber: Kumah et.al. (2024)

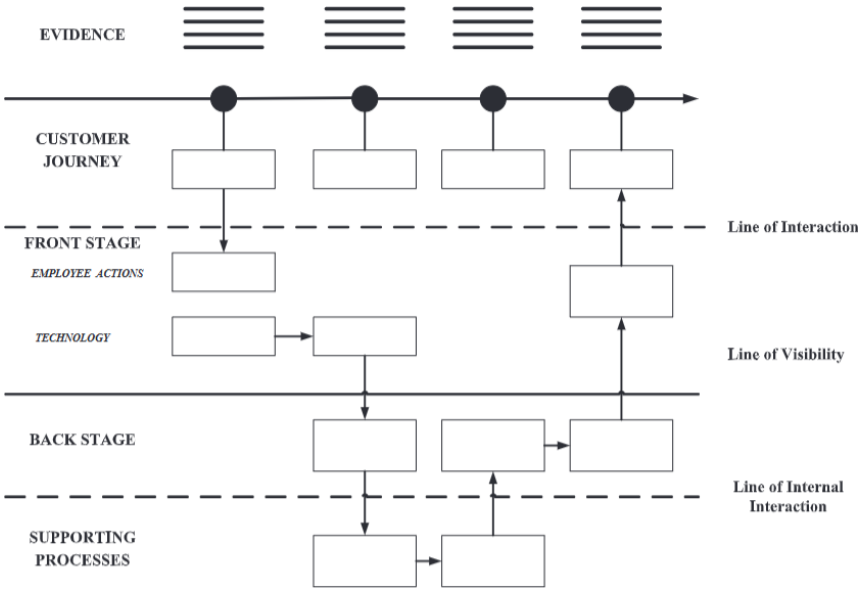
2.2.10 *Service Blueprint*

Service Blueprint memiliki sebutan lain, yakni *service flowchart* atau service *mapping*. *Service Blueprint* adalah sebuah metode yang efektif untuk memetakan system layanan secara detail sehingga setiap individu yang terlibat dalam penyediaan jasa dapat memahami dan menerapkannua secara jelas tanpa memandang peran atau perspektif masing-masing. Terdapat lima elemen utama dalam *service blueprint*, yaitu sebagai berikut.

1. *Physical Evidence* berkaitan dengan hal – hal yang mampu dilihat oleh pelanggan, seperti bangunan, halaman parkir, kursi, meja, dan karyawan
2. *Customer Actions*, yaitu aktivitas yang dilakukan oleh pelanggan untuk mendapatkan layanan serta berinteraksi dengan front liner.

3. *Onstage Employee Contact*, yaitu aktivitas yang dilakukan oleh *front liner* pada saat melayani kebutuhan serta keinginan konsumen. Pada bagian ini terjadi interaksi antara pelanggan dengan karyawan untuk menentukkan kepuasan pelanggan.
4. *Backstage Employee Contact*, yaitu aktivitas yang dilakukan petugas *backstage*. Karyawan pada *back office* mendukung pekerjaan karyawan front liner saat memenuhi kebutuhan konsumen. Pada bagian ini tidak terjadi interaksi antara pelanggan dengan karyawan.
5. *Support Process* (*Invisible Process*), ialah proses pendukung untuk memenuhi kebutuhan serta keinginan dari pelanggan.

Service Blueprint menggambarkan interaksi antara pelanggan dan karyawan, serta bagaimana proses tersebut didukung oleh aktivitas di balik layar maupun sistem. Dengan mengetahui keterkaitan antara peran karyawan, proses operasional, teknologi informasi, dan interaksi pelanggan, metode ini memudahkan integrasi antara manajamen pemasaran, operasi, dan sumber daya manusia dalam sebuah organisasi. Berikut merupakan bentuk *service blueprint* yang ditunjukkan dengan Gambar 2.4



Gambar 2.4 *Service Blueprint*
Sumber: Chia et.al. (2024)

BAB III
METODE PENELITIAN

3.1 Subjek dan Objek Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Johnny Andrean Salon cabang Galeria Mall dengan objek penelitian difokuskan pada evaluasi kualitas pelayanan salon dengan subjek penelitian yaitu konsumen yang sudah menggunakan layanan Johnny Andrean Salon pada 19-30 November 2024. Pemilihan lokasi dan waktu penelitian didasarkan pada pertimbangan aksesbilitas serta keterwakilan data untuk mengukur persepsi pelanggan secara aktual.

3.2 Jenis Data

Data pada penelitian ini dikumpulkan melalui dua sumber, yaitu data primer dan sekunder dengan penjelasan seperti berikut.

1. Data Primer

   Data diperoleh langsung dari lapangan yang berupa penyebaran kuesioner kepada responden dengan media *google form*. Instrumen penelitian dirancang untuk mengukur 3 aspek utama:

   a. Persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan yang diterima dari Salon Johnny Andrean
   b. Harapan pelanggan terhadap standar layanan yang ideal.
   c. Tingkat kesulitan yang dialami pelanggan selama proses layanan.

2. Data Sekunder

   Data yang diperoleh dari studi literatur melalui buku, jurnal ilmiah, artikel terpercaya, serta sumber daring yang relevan dengan penelitian ini. Data sekunder ini berfungsi untuk:

   a. Melengkapi temuan data primer dengan teori dan hasil penelitian terdahulu.
   b. Membangun kerangka konsep dan landasan teoritis.
   c. Mendukung analisis komparatif antara harapan dan persepsi pelanggan
   d. Mengidentifikasi *gap* kualitas layanan berdasarkan studi sebelumnya.

3.3 Instrumen Penelitian

Penelitian ini menggunakan tiga *instrument* utama untuk mendukung pengumpulan, pengolahan, dan analisis data, yaitu;

1. *Software* IBM SPSS *Statistics*

   Digunakan untuk melakukan uji validitas dan realibilitas kuesioner.

2. Kuesioner

   Sebagai instrumen utama pengumpulan data primer, kuesioner disusun dengan skala *likert* 1-5 yang mencakup dua bagian:

   a. Bagian A: pertanyaan demografis responden (usia, jenis kelamin, serta pendapatan)
   b. Bagian B: pengukuran kualitas layanan berdasarkan lima dimensi *service quality.*

3. *Software Microsoft Excel*

   Digunakan untuk pengolahan data awal, seperti input data mentah, perhitungan *fuzzy servqual* serta *fuzzy* CES. *Microsoft Excel* juga berperan dalam visualisasi data sederhana seperti grafik.

4. *Software Draw.io* dan Miro

   Digunakan untuk pembuatan diagram alur penelitian, diagram *fishbone*, dan *service blueprint.*

5. *Gadget*

   Laptop untuk merencanakan dan mendesain penelitian, mengumpulkan data, menganalisa data. Kemudian *smartphone* untuk mengumpulkan data lapangan seperti mengambil foto dan berkomunikasi dengan *supervisor* salon.

3.4 Kuesioner

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner. Menurut Ardiansyah et al. (2023) kuesioner merupakan instrumen penelitian yang telah dirancang berdasarkan observasi sebelumnya berbentuk daftar pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari responden terkait variabel yang diteliti. Kuesioner pada penelitian ini dirancang dengan mengacu pada dua kerangka utama:

a. Model *service quality* dengan lima dimensi yang terdiri dari 17 pertanyaan tertutup menggunakan skala *likert* 1-5. Setiap dimensi diwakili dengan 3-4 pertanyaan untuk mengukur kesenjangan antara harapan dan persepsi pelanggan.

b. *Customer effort score* dengan 5 pertanyaan untuk menilai tingkat usaha yang dilakukan pelanggan dalam memperoleh layanan.
c. Pertanyaan terbuka sejumlah 2 sebagai pelengkap kualitatif untuk menggali saran dan kritik responden.

Kuesioner disusun secara sistematis melalui adaptasi penelitian sebelumnya. Kuesioner dirancang sedememikian rupa sesuai tujuan awal dengan beberapa referensi penelitian dari kajian literatur Tabel 2.1.

3.5 Populasi

Populasi pada penelitian ini merupakan seluruh pelanggan Salon Johnny Andrean pada tanggal 19 - 30 November 2024. Batas waktu tersebut ditetapkan untuk memastikan data yang diperoleh dari pelanggan yang baru saja mengalami interaksi layanan sehingga meminimalisasi bias akibat lupa atau perubahan persepsi yang mungkin terjadi jika rentang waktu terlalu panjang.

3.6 Sampel

Sampel dalam penelitian ini merupakan bagian dari populasi yang dipilih untuk mewakili karateristik pelanggan Salon Johnny Andrean. Terdapat beberapa teknik dalam pengambilan sampel, yaitu *probability sampling* (contoh: *random sampling*, *stratified sampling*) dan *non-probability sampling* (contoh: *purposive sampling*, *convenience sampling*). Penelitian ini menggunakan teknik *convenience sampling* karena mempertimbangkan keterbatasan waktu dan aksesbilitas responden yang memenuhi kriteria yaitu pelanggan yang menggunakan layanan salon dalam periode 19-30 November 2024 (Campbell et al., 2020). Jumlah minimum sampel ditentukan dengan menggunakan rumus Cochran karena populasi tidak diketahui atau tidak terhingga. Rumus Cochran tercantum pada persamaan (3.1).

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2} \tag{3.1}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

Z = Z-score sebesar 1.96 (tingkat kepercayaan sebesar 95%)

p = proporsi populasi sebesar 0.5

e = Nilai presisi atau toleransi kesalahan (*margin of error*) yang digunakan yaitu sebesar 10%

$$n = \frac{(1.96)^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5}{(0.1)^2}$$

$$n = \frac{3.8416 \cdot 0.25}{0.01}$$

$$n = \frac{0.9604}{0.01} = 96.04 \approx 100$$

Dengan demikian, jumlah sampel minimum yang diperlukan adalah 100 responden. Pembulatan dari 96 ke 100 dilakukan untuk mengantisipasi kemungkinan data tidak valid atau ketidaklengkapan pengisian kuesioner, sekaligus mempermudah analisis statsitik.

3.7 Uji Validitas

Uji validitas dalam penelian ini dilakukan untuk memastikan bahwa setiap pertanyaan dalam kuesioner benar-benar mengukur dimensi SERVQUAL dan *Customer Effort Score* (CES). Perhitungan uji validitas menggunakan IBM SPSS *Statistics* dimana untuk hasilnya dapat dilihat pada *Correlated Item Total Correlation*. Masing-masing pertanyaan kuesioner dikatakan valid jika nilai korelasi lebih besar dari r_{Tabel} dan alpha (α) = 5% atau $r_{hitung} > r_{tabel.}$. Menurut Danianto (2022) yang mengambil kutipan Sapnas & Zeller (2002) sampel yang digunakan minimal adalah 50 responden untuk mengevaluasi sifat psikometrik pada ukuran konstruk sosial.

3.8 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan untuk memastikan bahwa setiap pertanyaan dalam kuesioner relevan dan sesuai dengan dimensi SERVQUAL serta aspek *Customer Effort Score* (CES). Kuesioner dinyatakan memiliki reliabilitas yang baik apabila respon dari responden menunjukkan konsistensi. Keandalan ini diukur menggunakan koefisien *Cronbach's Alpha* (α) dengan skala 0 hingga 1. Dimana jika mendekati angka 1 maka akan semakin tinggi tingkat reliabilitas instrumen dan sebaliknya semakin mendekati nilai 0 maka reliabilitas semakin rendah. Kriteria reliabilitas dalam penelitian ini mengacu pada perhitungan menggunakan rumus Cronbach's Alpha yang mana instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai koefisien (α) $\geq$ 0.6.

3.9 *Fuzzyfikasi ServQual*

Fuzzyfikasi adalah tahap konversi data dari respons kuesioner menjadi nilai numerik menggunakan *Triangular Fuzzy Number* (TFN). Metode ini digunakan untuk mengakomodasi ketidakpastian dalam penilaian responden terhadap layanan Johnny Andrean Salon. Setiap kategori penilaian direpresentasikan ke dalam rentang Tabel 3.1 berikut (Sari, 2024).

Tabel 3.1 Kategori *Fuzzy Set*

Kategori	Kode	Rentang TFN	Deskripsi
Kurang baik	KB	(1,2,3)	Tingkat kepuasan rendah
Baik	B	(2,3,4)	Tingkat kepuasan sedang
Sangat baik	SB	(3,4,5)	Tingkat kepuasan tinggi

Berikut merupakan langkah perhitungan TFN:

a. Menghitung TFN untuk kategori kurang baik (KB)

$$TFN_{KB} = \frac{\sum Nilai\ KB}{n} \tag{3.2}$$

b. Menghitung TFN untuk kategori baik (B)

$$TFN_{B} = \frac{\sum Nilai\ B}{n} \tag{3.3}$$

c. Menghitung TFN untuk kategori sangat baik (SB)

$$TFN_{SB} = \frac{\sum Nilai\ SB}{n} \tag{3.4}$$

Keterangan:

n = jumlah responden yang menjawab

Pemilihan rentang TFN didasarkan beberapa alasan :

1. Skala 1-5 dipilih supaya selaras dengan sekala *likert* yang umum digunakan dalam kuesioner
2. TFN dapat memungkinkan tumpang tindih antar kategori sehingga mencerminkan prsepsi manusia yang tidak kaku.

3.10 *Defuzzifikasi ServQual*

Setelah derajat keanggotaan diperoleh dari hasil *fuzzyfikasi*, *defuzzyfikasi* dilakukan dengan metode *weighted average* untuk menghasilkan nilai tegas (Ramadhan, 2024). Rumusnya tertera pada persamaan (3.5) sampai (3.8) (Sari, 2024).

$$\mu\,(x) = 0; x\ \leq a\ atau\ x \geq c \tag{3.5}$$

$$\mu\,(x) = \frac{(x-a)}{(b-a)}; a \leq x \leq b \tag{3.6}$$

$$\mu\,(x) = \frac{(c-x)}{(c-b)}; b\ \leq x\ \leq c \tag{3.7}$$

$$z\ (Defuzzifikasi) = \frac{((\mu\ (x)\ \text{KB x Nilai KB}) + (\mu\ (x)\ \text{B x Nilai B}) + (\mu\ (x)\ \text{SB x Nilai SB}))}{\mu\ (x)\ \text{KB} + \mu\ (x)\ \text{B} + \mu\ (x)\ \text{SB}} \tag{3.8}$$

3.11 *Customer Effort Score*

Customer effort score digunakan untuk mengukur kemudahan pengalaman pelanggan dalam menggunakan jasa. Pertanyaan pada *customer effort score* didasarkan pada keluhan pelanggan. Perhitungan dilakukan dengan rumus *fuzzy* dan *defuzzy* yang sama dengan *service quality*.

3.12 *Pareto* Diagram

Perhitungan pareto diagram akan dibantu dengan *microsoft excel*. Prinsip pareto menyatakan bahwa sekitar 80% dari masalah disebabkan oleh 20% dari penyebab utama yang mana data akan diambil dari hasil perhitungan *fuzzy* service quality dan CES.

3.13 *Fishbone* Diagram

Fishbone diagram dalam penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi masalah dominan yang telah diidentifikasi melalui analisis pareto sebesar 20%. Hasil analisis *fishbone* diagram selanjutnya menjadi dasar untuk merumuskan solusi strategis dan menyusun *service blueprint* yang komperehensif supaya bisa meningkatakan kualitas layanan secara holistik.

3.14 *Service Blueprint*

Service blueprint digunakan untuk memetakan proses layanan salon secara holistik mulai dari interaksi pelanggan sampai proses internal pendukung Salon Johnny Andrean. Komponen yang dijelaskan dalam bagian ini meliputi:

a. *Customer Actions*

   Tahapan pelanggan selama proses menggunakan layanan salon seperti *booking*, kedatangan, konsultasi, dan pembayaran.

b. *Frontstage Employee Actions*

   Tindakan karyawan yang terlihat langsung oleh pelanggan seperti penerimaan tamu, konsultasi gaya rambut, eksekusi pelayanan, dan penanganan keluhan.

c. *Backstage Employee Actions*

   Proses internal yang tidak terlihat oleh pelanggan tetapi mendukung kelancaran layanan seperti persiapan alat, penjadwalan staf, *follow-up* pasca-layanan.

d. *Support Processes*

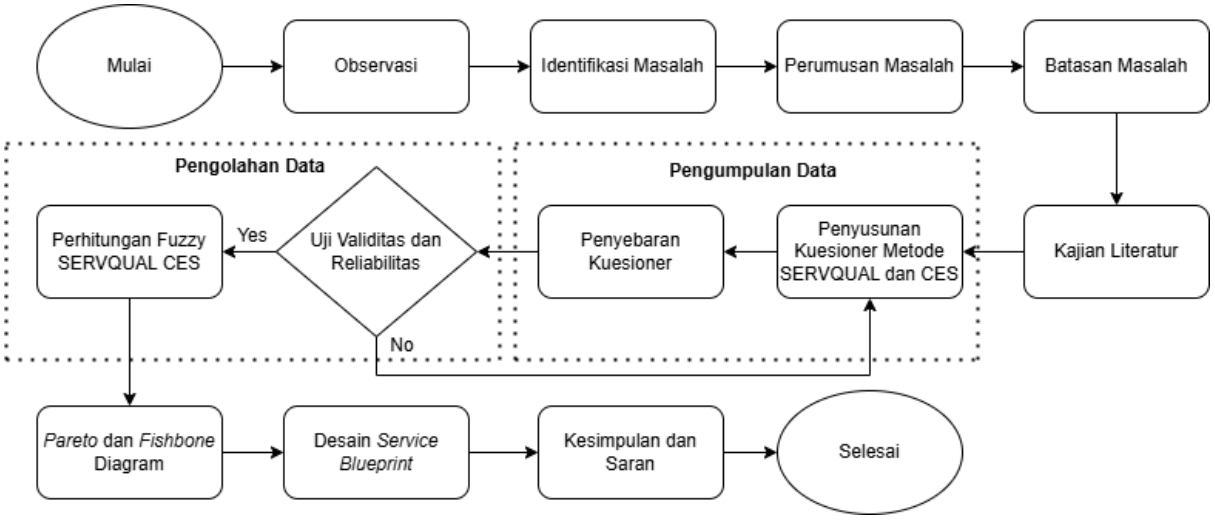
   Kebijakan, sistem, maupun infrastruktur yang mendukung operasional pelayanan seperti teknologi yaitu pembayaran digital dan komunikasi *WhatsApp.*

e. *Physical Evidence*

   Elemen fisik yang mempengaruhi persepsi pelanggan seperti kebersihan salon dan tata letak kursi.

3.15 Alur Penelitian

Tahapan Penelitian dijelaskan dalam Gambar 3.1 sebagai berikut.



Gambar 3.1 Alur Penelitian

Berikut merupakan penjelasan alur penelitian Gambar 3.1.

1. Observasi

   Peneliti mengambil tempat penelitian serta data awal pada Johnny Andrean Salon.

2. Identifikasi Masalah

   Melakukan identifikasi masalah yang sedang dihadapi Johnny Andrean Salon terkait layanan, pengalaman pelanggan, dan operasional bisnis.

3. Perumusan Masalah

   Menyusun pertanyaan inti berdasarkan masalah yang ada di lapangan yang akan terjawab oleh penelitian ini.

4. Batasan Masalah

   Menentukan batasan untuk masalah supaya penelitian dapat berfokus pada penyelesaian permasalahan pada penelitian ini

5. Kajian Literatur

   Peneliti melakukan kajian terhadap literatur terkait, untuk mendapatkan pemahaman mengenai kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan, serta metode-metode yang digunakan dalam penelitian ini

6. Pengumpulan Data

Melakukan perhitungan jumlah sampel kemudian dilanjutkan dengan membuat kuesioner integrasi metode *service quality* dan *customer effort score* kemudian penyebaran kuesioner dibantu dengan *google form.*

7. Pengolahan Data

   Melakukan uji konsistensi dan keberagaman atau variasi data penelitian supaya dapat mengevaluasi kualitas data penelitian serta memastikan data dapat digunakan untuk membuat kesimpulan yang valid. Kedua pengujian ini dilakukan menggunakan SPSS supaya mendapatkan hasil yang lebih efektif dan lebih akurat. Kemudian dilakukan pengolahan data dengan integrasi metode *Fuzzy Servqual* dan CES.

8. Desain *Service Blueprint*

   Perancangan *service blueprint* dilakukan dengan beberapa tahapan yaitu identifikasi semua fungsi yang dibutuhkan untuk penyampaian jasa pelayanan Johnny Andrean Salon, kemudian melakukan perumusan zona yang terlihat dan yang tidak terlihat, setelah itu mengidentifikasi staff yang bertanggung jawab dalam pelayanan tersebut, dan yang terakhir adalah menetapkan toleransi yang dapat diterima oleh pelanggan berdasarkan nilai persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa yang tidak bernilai negatif.

9. Kesimpulan dan Saran

   Setelah melalui semua tahapan kemudian peneliti menyimpulkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan untuk menjawab penelitian ini dan memberikan saran yang tepat sesuai dengan hasil supaya dapat meningkatkan kualitas pelayanan Johnny Andrean Salon.

BAB IV
PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4.1 Pengumpulan Data

4.1.1 Kuesioner

Kuesioner dalam penelitian ini dirancang untuk mengumpulkan data terkait profil demografis responden dan evaluasi pelanggan Salon Johnny Andrean terhadap kualitas layanan yang diterima. Instrumen ini disusun dengan mempertimbangkan permasalahan dan rujukan penelitian Sari (2024) dan Kinasih (2022) . Berikut Tabel 4.1 memuat atribut pertanyaan kuesioner *service quality* dan *customer effort score*.

Tabel 4.1 Pertanyaan Kuesioner *Service Quality*

Atribut	Pertanyaan
Tangible (Bukti Fisik)	1. Fasilitas Salon Johnny Andrean modern dan nyaman. 2. Penampilan karyawan Salon Johnny Andrean selalu rapi dan profesional. 3. Peralatan yang digunakan di Salon Johnny Andrean selalu bersih dan berkualitas. 4. Kebersihan ruang tunggu Salon Johnny Andrean terjaga dengan baik..
Reliability (Kehandalan)	5. Alur prosedur dan pelayanan Johnny Andrean Salon jelas. 6. Salon Johnny Andrean dapat memberikan layanan yang konsisten serta tepat waktu seperti yang dijanjikan. 7. Salon Johnny Andrean dapat diandalkan dalam menyelesaikan masalah pelanggan. 8. Staf Salon Johnny Andrean mampu memberikan hasil yang sesuai dengan permintaan saya.
Responsiveness (Daya Tanggap)	9. Staf Salon Johnny Andrean selalu siap membantu saat dibutuhkan 10. Staf Salon Johnny Andrea memberikan informasi yang jelas mengenai proses layanan.

Atribut	Pertanyaan
	11. Staf Salon Johnny Andrean responsif terhadap pertanyaan atau permintaan saya.
Assurance (Jaminan)	12. Staf Salon Johnny Andrean memiliki pengetahuan dan keterampilan yang baik dalam memberikan layanan. 13. Saya merasa aman saat mendapatkan layanan di Salon Johnny Andrean. 14. Staf Salon Johnny Andrean bersikap ramah dan sopan.
Empathy (Empati)	15. Staf Salon Johnny Andrean memberikan perhatian penuh pada kebutuhan pribadi saya. 16. Jam layanan Salon Johnny Andrean fleksibel dan sesuai dengan kebutuhan saya. 17. Staf Salon Johnny Andrean memahami preferensi gaya rambut perawatan saya.

Kemudian kuesioner ditambah dengan sebanyak 7 pertanyaan guna melengkapi gambaran *service blueprint* yaitu dengan menambahkan pertanyaan *customer effort score* dan pertanyaan terbuka pada Tabel 4.2.

Tabel 4.2 Pertanyaan Kuesioner *Customer Effort Score* dan Pertanyaan Terbuka

Jenis		Pertanyaan
Customer Effort Score	1	Proses *booking* di Salon Johnny Andrean sangat mudah dilakukan.
	2	Saya dapat menemukan layanan yang saya butuhkan di Salon Johnny Andrean tanpa kesulitan.
	3	Layanan pelanggan di Salon Johnny Andrean sangat membantu dalam menyelesaikan permintaan saya.
	4	Proses pembayaran di Salon Johnny Andrean sangat cepat dan mudah.

Jenis	Pertanyaan
	5 Saya merasa layanan yang diberikan berjalan lancar tanpa banyak usaha dari saya.
Pertanyaan Terbuka	1. *Treatment* apa yang baru saja anda dapatkan? 2. Bagian mana dari layanan di Salon Johnny Andrean yang menurut Anda perlu diperbaiki

Setelah kuesioner disebarkan, didapatkan sebesar 100 responden dengan data terlihat pada Tabel 4.3.

Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin, Usia, dan Pendapatan

Jenis Kelamin	**Frekuensi**
Wanita	91
Pria	9
Total	100
Kategori Usia	**Frekuensi**
< 20 Tahun	8
20-30 Tahun	41
30-40 Tahun	35
>40 Tahun	16
Total	100
Pendapatan	**Frekuensi**
< Rp1.000.000	3
Rp 1.000.000 – Rp 2.499.000	26
Rp 2.500.000 – Rp 5.000.000	37
> Rp5.000.000	34
Total	100

Data pada Tabel 4.3 menunjukkan komposisi responden didominasi oleh wanita dengan jumlah 91 orang (91%) dan responden pria dengan jumlah 9 orang (9%). Hal ini menunjukkan disparitas gender yang signifikan dalam partisipasi penelitian. Kemudian komposisi responden berdasarkan kelompok usia didapatkan untuk usia di bawah 20 tahun sebanyak 8 orang (8%), usia 20-30 tahun sebanyak 41 (41%), usia 30-40 tahun sebanyak 35 orang (35%), dan usia lebih dari 40 tahun sebanyak 16 orang (16%). Data ini menunjukkan bahwa mayoritas responden berada pada rentang usia produktif 20-40 tahun dengan total 76% partisipan. Untuk komposisi responden berdasarkan tingkat pendapatan menunjukkan variasi yang terdiri dari 3 orang responden berpenghasilan di bawah Rp 1 juta, 26 orang berpenghasilan Rp 1 - 2,49 juta. 37 orang pada rentang Rp 2,5-5 juta, dan 34 orang berpenghasilan di atas Rp 5 juta. Data ini mengindikasikan bahwa mayoritas responden berada pada kategori menengah (Rp 1-5 juta) dengan total 63 responden.

4.2 Pengolahan Data

4.2.1 Uji Validitas

Indikator untuk menggambarkan tingkat keakuratan suatu alat pengukur dalam menjalankan perannya sebagai instrument pengukuran adalah validitas. Setiap pertanyaan dalam kuesioner dapat dinyatakan valid jika nilai koefisien korelasi atau r hitung lebih tinggi dibandingan dengan nilai tabel r. Proses pengujian validitas penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS untuk meminimalisir kesalahan dan meningkatkan efisiensi. Hasil uji validitas dapat terlihat secara lengkap pada Tabel 4.6.

Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas *Service Quality*

Pertanyaan	**r hitung**		**r tabel**	**Keterangan**
	Harapan (Y)	**Kinerja (X)**		
1	0.836	0.505	0,273	Valid
2	0.642	0.574	0,273	Valid
3	0.942	0.607	0,273	Valid
4	0.942	0.365	0,273	Valid
5	0.638	0.684	0,273	Valid
6	0.697	0.773	0,273	Valid

Pertanyaan	r hitung		r tabel	Keterangan
	Harapan (Y)	Kinerja (X)		
7	0.716	0.840	0,273	Valid
8	0.739	0.701	0,273	Valid
9	0.605	0.813	0,273	Valid
10	0.801	0.667	0,273	Valid
11	0.875	0.692	0,273	Valid
12	0.875	0.718	0,273	Valid
13	0.700	0.679	0,273	Valid
14	0.895	0.701	0,273	Valid
15	0.895	0.752	0,273	Valid
16	0.782	0.793	0,273	Valid
17	0.942	0.622	0,273	Valid

Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas CES

Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0.774	0,273	Valid
2	0.841	0,273	Valid
3	0.840	0,273	Valid
4	0.614	0,273	Valid
5	0.831	0,273	Valid

Berdasarkan hasil uji yang tercantum untuk seluruh 17 pertanyaan yang mewakili 5 aspek *service quality* dan 5 pertanyaan *customer effort score* memiliki nilai r hitung > dari r tabel. Dengan demikian, semua pertanyaan dalam instrument kuesioner penelitian memenuhi syarat validitas dan dinyatakan layak digunakan sebagai alat pengumpulan data.

4.2.2 Uji Reliabilitas

Berikut Gambar 4.1 dan Gambar 4.2 merupakan hasil uji reliabilitas menggunakan IBM SPSS *Statistics.*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.959	17

Gambar 4.1 Hasil Uji Reliabilitas Harapan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.921	17

Gambar 4.2 Hasil Uji Reliabilitas Kinerja

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.833	5

Gambar 4.3 Hasil Uji Reliabilitas CES

Berdasarkan Gambar 4.1 dan 4.2 di atas nilai *Cronbach's Alpha* untuk variabel harapan dan kinerja berturut-turut adalah 0.959 dan 0.921. Kedua nilai ini lebih dari ambang batas minimal reliabilitas sebesar 0.6. Sehingga seluruh pernyataan dalam kuesioner dinyatakan reliabel dan layak digunakan sebagai alat pengumpulan data. Hasil yang sama juga ditunjukkan oleh Gambar 4.3 yang merupakan hasil uji reliabilitas CES.

4.2.3 Uji *Service Quality* Konvensional

Bagian ini untuk membandingkan metode *Servqual* konvensional dan *Fuzzy Servqual* dalam mengukur kualitas layanan. Pengujian ini memberikan gambaran awal mengenai aspek layanan yang perlu diprioritaskan walaupun terbatas karena belum bisa menangkap penilaian pelanggan yang 'tidak pasti' atau abu-abu. Di bawah ini merupakan hasil *Servqual* yang ditunjukkan pada Tabel 4.6.

Tabel 4. 6 Perhitungan *Service Quality*

No	Atribut	Kinerja	Harapan	GAP	Ranking
	***Tangibles* (Bukti Fisik)**				
1	Fasilitas Salon Johnny Andrean modern dan nyaman	4,46	4,94	-0,48	3
2	Penampilan karyawan Salon Johnny Andrean selalu rapi dan profesional	4,43	4,91	-0,48	3
3	Peralatan yang digunakan di Salon Johnny Andrean selalu bersih dan berkualitas	4,73	4,95	-0,22	15
4	Kebersihan ruang tunggu Salon Johnny Andrean terjaga dengan baik.	4,78	4,93	-0,15	17
	***Reliability* (Kehandalan)**				
5	Alur prosedur dan pelayanan Johnny Andrean Salon jelas.	4,51	4,94	-0,43	8
6	Salon Johnny Andrean dapat memberikan layanan yang konsisten serta tepat waktu seperti yang dijanjikan	4,38	4,94	-0,56	1
7	Salon Johnny Andrean dapat diandalkan dalam menyelesaikan masalah pelanggan	4,39	4,95	-0,56	1
8	Staf Salon Johnny Andrean mampu memberikan hasil yang sesuai dengan permintaan saya.	4,55	4,95	-0,4	9
	***Responsiveness* (Daya Tanggap)**				
9	Staf Salon Johnny Andrean selalu siap membantu saat dibutuhkan	4,48	4,92	-0,44	7
10	Staf Salon Johnny Andrea memberikan informasi yang jelas mengenai proses layanan.	4,56	4,93	-0,37	10
11	Staf Salon Johnny Andrean responsif terhadap pertanyaan atau permintaan saya.	4,65	4,94	-0,29	12

No	Atribut	Kinerja	Harapan	GAP	Ranking
	***Assurance* (Jaminan)**				
12	Staf Salon Johnny Andrean memiliki pengetahuan dan keterampilan yang baik dalam memberikan layanan.	4,6	4,94	-0,34	11
13	Saya merasa aman saat mendapatkan layanan di Salon Johnny Andrean.	4,7	4,92	-0,22	15
14	Staf Salon Johnny Andrean bersikap ramah dan sopan.	4,71	4,94	-0,23	14
	***Empathy* (Empati)**				
15	Staf Salon Johnny Andrean memberikan perhatian penuh pada kebutuhan pribadi saya.	4,49	4,94	-0,45	5
16	Jam layanan Salon Johnny Andrean fleksibel dan sesuai dengan kebutuhan saya.	4,47	4,91	-0,44	6
17	Staf Salon Johnny Andrean memahami preferensi gaya rambut perawatan saya.	4,69	4,95	-0,26	13

4.2.4 *Fuzzy Service Quality* dan CES

1. Menentukan *Fuzzy Set*

   Fuzzy set digunakan untuk mengubah respons kualitatif responden ke dalam bentuk numerik berbasis *fuzzy logic*. Hal ini memungkinkan peneliti menangani ketidakpastian dan ambiguitas dalam penilaian subjektif, seperti persepsi baik atau kurang baik. Penelitian ini menggunakan TFN untuk setiap atribut kualitas layanan dan CES yang dibagi menjadi 3 kategori:

   a. KB (Kurang Baik) TFN = (1,2,3)
   b. B (Baik) TFN = (2,3,4)
   c. SB (Sangat Baik) TFN = (3,4,5)

2. Proses *Fuzzyfikasi*

   Proses ini bertujuan untuk mengonversi respon kualitatif responden ke dalam bentuk numerik berbasis *fuzzy logic* dimana setiap kategori penilaian ditetapkan sebagai TFN dengan persamaan (3.2), (3.3), (3.4). Hasil *fuzzyfikasi* selanjutnya

diolah dengan *Microsoft Excel* dan ditampilkan pada Tabel 4.8, Tabel 4.9, dan Tabel 4.10 berikut.

Tabel 4.7 *Fuzzyfikasi* Kinerja

No	Atribut	TFN		
		KB	B	SB
	***Tangibles* (Bukti Fisik)**			
1.	Fasilitas Salon Johnny Andrean modern dan nyaman	3,00	3,83	4,46
2.	Penampilan karyawan Salon Johnny Andrean selalu rapi dan profesional	3,00	3,79	4,43
3.	Peralatan yang digunakan di Salon Johnny Andrean selalu bersih dan berkualitas	0,00	4,00	4,73
4.	Kebersihan ruang tunggu Salon Johnny Andrean terjaga dengan baik.	3,00	3,90	4,78
	***Reliability* (Kehandalan)**			
5.	Alur prosedur dan pelayanan Johnny Andrean Salon jelas.	2,83	3,83	4,51
6.	Salon Johnny Andrean dapat memberikan layanan yang konsisten serta tepat waktu seperti yang dijanjikan	2,70	3,73	4,38
7.	Salon Johnny Andrean dapat diandalkan dalam menyelesaikan masalah pelanggan	2,89	3,80	4,39
8.	Staf Salon Johnny Andrean mampu memberikan hasil yang sesuai dengan permintaan saya.	2,83	3,82	4,55
	***Responsiveness* (Daya Tanggap)**			
9.	Staf Salon Johnny Andrean selalu siap membantu saat dibutuhkan	3,00	3,92	4,48
10.	Staf Salon Johnny Andrea memberikan informasi yang jelas mengenai proses layanan.	3,00	3,87	4,56
11.	Staf Salon Johnny Andrean responsif terhadap pertanyaan atau permintaan saya.	3,00	3,87	4,65
	***Assurance* (Jaminan)**			
12.	Staf Salon Johnny Andrean memiliki pengetahuan dan keterampilan yang baik dalam memberikan layanan.	3,00	3,92	4,60
13.	Saya merasa aman saat mendapatkan layanan di Salon Johnny Andrean.	3,00	3,97	4,70
14.	Staf Salon Johnny Andrean bersikap ramah dan sopan.	0,00	4,00	4,71
	***Empathy* (Empati)**			
15.	Staf Salon Johnny Andrean memberikan perhatian penuh pada kebutuhan pribadi saya.	2,89	3,76	4,49
16.	Jam layanan Salon Johnny Andrean fleksibel dan sesuai dengan kebutuhan saya.	3,00	3,82	4,47

No	Atribut	TFN		
		KB	B	SB
17.	Staf Salon Johnny Andrean memahami preferensi gaya rambut perawatan saya.	3,00	3,97	4,69

Tabel 4.8 *Fuzzyfikasi* Harapan

No	Atribut	TFN		
		KB	B	SB
	***Tangible* (Bukti Fisik)**			
1.	Fasilitas Salon Johnny Andrean modern dan nyaman	0,00	4,00	4,94
2.	Penampilan karyawan Salon Johnny Andrean selalu rapi dan profesional	3,00	3,88	4,91
3.	Peralatan yang digunakan di Salon Johnny Andrean selalu bersih dan berkualitas	0,00	4,00	4,95
4.	Kebersihan ruang tunggu Salon Johnny Andrean terjaga dengan baik.	0,00	4,00	4,93
	***Reliability* (Kehandalan)**			
5.	Alur prosedur dan pelayanan Johnny Andrean Salon jelas.	0,00	4,00	4,94
6.	Salon Johnny Andrean dapat memberikan layanan yang konsisten serta tepat waktu seperti yang dijanjikan	0,00	4,00	4,94
7.	Salon Johnny Andrean dapat diandalkan dalam menyelesaikan masalah pelanggan	0,00	4,00	4,95
8.	Staf Salon Johnny Andrean mampu memberikan hasil yang sesuai dengan permintaan saya.	0,00	4,00	4,95
	***Responsiveness* (Daya Tanggap)**			
9.	Staf Salon Johnny Andrean selalu siap membantu saat dibutuhkan	0,00	4,00	4,92
10.	Staf Salon Johnny Andrea memberikan informasi yang jelas mengenai proses layanan.	0,00	4,00	4,93
11.	Staf Salon Johnny Andrean responsif terhadap pertanyaan atau permintaan saya.	0,00	4,00	4,94
	***Assurance* (Jaminan)**			
12.	Staf Salon Johnny Andrean memiliki pengetahuan dan keterampilan yang baik dalam memberikan layanan.	0,00	4,00	4,94
13.	Saya merasa aman saat mendapatkan layanan di Salon Johnny Andrean.	0,00	4,00	4,92
14.	Staf Salon Johnny Andrean bersikap ramah dan sopan.	0,00	4,00	4,94

No	Atribut	TFN		
		KB	B	SB
	***Tangible* (Bukti Fisik)**			
	***Empathy* (Empati)**			
15.	Staf Salon Johnny Andrean memberikan perhatian penuh pada kebutuhan pribadi saya.	0,00	4,00	4,94
16.	Jam layanan Salon Johnny Andrean fleksibel dan sesuai dengan kebutuhan saya.	0,00	4,00	4,91
17.	Staf Salon Johnny Andrean memahami preferensi gaya rambut perawatan saya.	0,00	4,00	4,95

Tabel 4.9 *Fuzzyfikasi* CES

No	Atribut	TFN		
		KB	B	SB
1.	Proses *booking* di Salon Johnny Andrean sangat mudah dilakukan.	2,93	3,70	4,35
2.	Saya dapat menemukan layanan yang saya butuhkan di Salon Johnny Andrean tanpa kesulitan.	2,89	3,68	4,18
3.	Layanan pelanggan di Salon Johnny Andrean sangat membantu dalam menyelesaikan permintaan saya.	3,00	3,89	4,39
4.	Proses pembayaran di Salon Johnny Andrean sangat cepat dan mudah.	0	4,00	4,67
5.	Saya merasa layanan yang diberikan berjalan lancar tanpa banyak usaha dari saya.	3,00	3,96	4,48

Semua perhitungan untuk *service quality* dan CES menggunakan persamaan yang sama. Berikut adalah salah satu proses perhitungan manual untuk *fuzzyfikasi* kinerja pada atribut 1 (satu) dimensi *tangible* untuk memperjelas gambaran:

a. TFN kategori kurang baik (KB)

$$TFN_{KB} = \frac{3\ x\ 8}{8} = 3$$

b. TFN kategori baik (B)

$$TFN_{KB} = \frac{((3\ x\ 8) + (4\ x\ 38))}{8 + 38} = 3.83$$

c. TFN kategori sangat baik (SB)

$$TFN_{KB} = \frac{((3\ x\ 8) + (4\ x\ 38) + (5\ x\ 54))}{8 + 38 + 54} = 4.46$$

3. Proses *Defuzzifikasi*

Proses ini bertujuan untuk mengonversi nilai TFN yang diperoleh pada tahap *fuzzyfikasi* kembali ke dalam bentuk bilangan tegas atau *crisp value* menggunakan persamaan (3.5) sampai persamaan (3.9). Konversi ini diperlukan supaya hasil akhir skor mudah diinterpretasikan dan digunakan untuk analisis kuantitatif. Hasil *defuzzyfikasi* yang ditampilkan pada Tabel 4.11, Tabel 4.12, dan Tabel 4.13 berikut.

Tabel 4.10 *Defuzzyfikasi* Kinerja

No	Atribut	μ (x)			*Defuzzyfikasi*
		KB	B	SB	
	***Tangible* (Bukti Fisik)**				
1.	Fasilitas Salon Johnny Andrean modern dan nyaman	0,00	0,17	0,54	4,31
2	Penampilan karyawan Salon Johnny Andrean selalu rapi dan profesional	0,00	0,21	0,57	4,26
3.	Peralatan yang digunakan di Salon Johnny Andrean selalu bersih dan berkualitas	0,00	0,00	0,27	4,73
4.	Kebersihan ruang tunggu Salon Johnny Andrean terjaga dengan baik.	0,00	0,10	0,22	4,51
	***Reliability* (Kehandalan)**				
5.	Alur prosedur dan pelayanan Johnny Andrean Salon jelas.	0,17	0,17	0,49	4,03
6.	Salon Johnny Andrean dapat memberikan layanan yang konsisten serta tepat waktu seperti yang dijanjikan	0,30	0,27	0,62	3,81
7.	Salon Johnny Andrean dapat diandalkan dalam menyelesaikan masalah pelanggan	0,11	0,20	0,61	4,08
8.	Staf Salon Johnny Andrean mampu memberikan hasil yang sesuai dengan permintaan saya.	0,17	0,18	0,45	4,02
	***Responsiveness* (Daya Tanggap)**				
9.	Staf Salon Johnny Andrean selalu siap membantu saat dibutuhkan	0,00	0,08	0,52	4,40

No	Atribut	μ (x)			*Defuzzyfikasi*
		KB	**B**	**SB**	
10.	Staf Salon Johnny Andrea memberikan informasi yang jelas mengenai proses layanan.	0,00	0,13	0,44	4,40
11.	Staf Salon Johnny Andrean responsif terhadap pertanyaan atau permintaan saya.	0,00	0,13	0,35	4,44
	***Assurance* (Jaminan)**				
12.	Staf Salon Johnny Andrean memiliki pengetahuan dan keterampilan yang baik dalam memberikan layanan.	0,00	0,08	0,40	4,49
13.	Saya merasa aman saat mendapatkan layanan di Salon Johnny Andrean.	0,00	0,03	0,30	4,62
14.	Staf Salon Johnny Andrean bersikap ramah dan sopan.	0,00	0,00	0,29	4,71
	***Empathy* (Empati)**				
15.	Staf Salon Johnny Andrean memberikan perhatian penuh pada kebutuhan pribadi saya.	0,11	0,24	0,51	4,08
16.	Jam layanan Salon Johnny Andrean fleksibel dan sesuai dengan kebutuhan saya.	0,00	0,18	0,53	4,31
17.	Staf Salon Johnny Andrean memahami preferensi gaya rambut perawatan saya.	0,00	0,03	0,31	4,62

Tabel 4.11 *Defuzzyfikasi Harapan*

No	Atribut	μ (x)			*Defuzzyfikasi*
		KB	**B**	**SB**	
	***Tangibles* (Bukti Fisik)**				
1.	Fasilitas Salon Johnny Andrean modern dan nyaman	0,00	0,00	0,06	4,94
2.	Penampilan karyawan Salon Johnny Andrean selalu rapi dan profesional	0,00	0,13	0,09	4,31
3.	Peralatan yang digunakan di Salon Johnny Andrean selalu bersih dan berkualitas	0,00	0,00	0,05	4,95

No	Atribut	μ (x)			*Defuzzyfikasi*
		KB	**B**	**SB**	
4.	Kebersihan ruang tunggu Salon Johnny Andrean terjaga dengan baik.	0,00	0,00	0,07	4,93
	***Reliability* (Kehandalan)**				
5.	Alur prosedur dan pelayanan Johnny Andrean Salon jelas.	0,00	0,00	0,06	4,94
6.	Salon Johnny Andrean dapat memberikan layanan yang konsisten serta tepat waktu seperti yang dijanjikan	0,00	0,00	0,06	4,94
7.	Salon Johnny Andrean dapat diandalkan dalam menyelesaikan masalah pelanggan	0,00	0,00	0,05	4,95
8.	Staf Salon Johnny Andrean mampu memberikan hasil yang sesuai dengan permintaan saya.	0,00	0,00	0,05	4,95
	***Responsiveness* (Daya Tanggap)**				
9.	Staf Salon Johnny Andrean selalu siap membantu saat dibutuhkan	0,00	0,00	0,08	4,92
10.	Staf Salon Johnny Andrea memberikan informasi yang jelas mengenai proses layanan.	0,00	0,00	0,07	4,93
11.	Staf Salon Johnny Andrean responsif terhadap pertanyaan atau permintaan saya.	0,00	0,00	0,06	4,94
	***Assurance* (Jaminan)**				
12.	Staf Salon Johnny Andrean memiliki pengetahuan dan keterampilan yang baik dalam memberikan layanan.	0,00	0,00	0,06	4,94
13.	Saya merasa aman saat mendapatkan layanan di Salon Johnny Andrean.	0,00	0,00	0,08	4,92
14.	Staf Salon Johnny Andrean bersikap ramah dan sopan.	0,00	0,00	0,06	4,94
	***Empathy* (Empati)**				
15.	Staf Salon Johnny Andrean memberikan perhatian penuh pada kebutuhan pribadi saya.	0,00	0,00	0,06	4,94
16.	Jam layanan Salon Johnny Andrean fleksibel dan sesuai dengan kebutuhan saya.	0,00	0,00	0,09	4,91

No	Atribut	μ (x)			*Defuzzyfikasi*
		KB	B	SB	
17.	Staf Salon Johnny Andrean memahami preferensi gaya rambut perawatan saya.	0,00	0,00	0,05	4,95

Tabel 4.12 *Defuzzyfikasi* CES

No	Atribut	μ (x)			*Defuzzyfikasi*	*Peringkat*
		KB	B	SB		
1.	Proses *booking* di Salon Johnny Andrean sangat mudah dilakukan.	0,07	0,30	0,65	4,06	4
2.	Saya dapat menemukan layanan yang saya butuhkan di Salon Johnny Andrean tanpa kesulitan.	3,00	3,79	4,43	3,94	5
3.	Layanan pelanggan di Salon Johnny Andrean sangat membantu dalam menyelesaikan permintaan saya.	0,00	4,00	4,73	4,31	3
4.	Proses pembayaran di Salon Johnny Andrean sangat cepat dan mudah.	3,00	3,90	4,78	4,67	1
5.	Saya merasa layanan yang diberikan berjalan lancar tanpa banyak usaha dari saya.	2,83	3,83	4,51	4,44	2

Semua perhitungan untuk SERVQUAL dan CES menggunakan persamaan yang sama. Nilai untuk persamaan derajat keanggotaan merupakan nilai dari perhitungan TFN. Berikut adalah salah satu proses perhitungan manual untuk *defuzzyfikasi* kinerja pada atribut 1 (satu) dimensi *tangible* yaitu "Fasilitas Salon Johnny Andrean modern dan nyaman", supaya memperjelas gambaran:

a. $\mu\,(x)\ \text{KB} = \frac{(c-x)}{(c-b)}; b \le x \le c$ dimana $b = 2; c = 3$ untuk kategori K

$$\mu\,(x)\ \text{KB} = \frac{(3-3)}{(3-2)} = 0$$

b. $\mu\,(x)\ \text{B} = \frac{(c-x)}{(c-b)}; b \le x \le c$ dimana $b = 3; c = 4$ untuk kategori B

$$\mu\,(x)\ \text{B} = \frac{(4-3.83)}{(4-3)} = 0.17$$

c. $\mu\ (x)\ SB = \frac{(c-x)}{(c-b)}; b\ \leq x\ \leq c$ dimana $b = 4; c = 5$ untuk kategori SB

$$\mu\ (x)\ SB = \frac{(5 - 4.46)}{(5 - 4)} = 0.54$$

Kemudian melakukan proses *defuzzyfikasi* metode *Weighted Average* dengan perhitungan sebagai berikut:

$$z\ = \frac{((\mu\ (x)\ KB\ x\ Nilai\ KB) + (\mu\ (x)\ B\ x\ Nilai\ B) + (\mu\ (x)\ SB\ x\ Nilai\ SB))}{\mu\ (x)\ KB + \mu\ (x)\ B + \mu\ (x)\ SB}$$

$$z\ = \frac{((3\ x\ 0) + (3.83x\ 0.17) + (4.46x\ 0.54))}{0 + 0.17 + 0.54} =\ 4.31$$

4. Pengukuran *Service Quality*

   a. Perhitungan *Gap*

      Langkah awal dalam mengukur *service quality* adalah menghitung *gap* atau kesenjangan persepsi pelanggan terhadap kinerja layanan. Nilai *gap* diperoleh sesuai persamaan (3.8). Jika nilainya semakin tinggi positif maka makin besar tingkat kepuasan namun jika nilainya semakin tinggi negatif maka hal ini menunjukkan ketidaksesuaian antara harapan dan kinerja sebenarnya yang akan menjadi fokus perbaikan pada penelitian ini. Hasil perhitungan *gap* untuk setiap layanan disajikan dalam Tabel 4.14 berikut.

Tabel 4.13 Hasil Perhitungan *Gap*

No	Atribut	Kinerja	Harapan	*Gap*
1.	Fasilitas Salon Johnny Andrean modern dan nyaman	4,31	4,94	- 0,63
2.	Penampilan karyawan Salon Johnny Andrean selalu rapi dan profesional	4,26	4,31	- 0,05
3.	Peralatan yang digunakan di Salon Johnny Andrean selalu bersih dan berkualitas	4,73	4,95	- 0,22
4.	Kebersihan ruang tunggu Salon Johnny Andrean terjaga dengan baik.	4,51	4,93	- 0,43
	Mean	**4,45**	**4,78**	**- 0,33**
5.	Alur prosedur dan pelayanan Johnny Andrean Salon jelas.	4,03	4,94	- 0,91

No	Atribut	Kinerja	Harapan	*Gap*
6.	Salon Johnny Andrean dapat memberikan layanan yang konsisten serta tepat waktu seperti yang dijanjikan	3,81	4,94	- 1,13
7.	Salon Johnny Andrean dapat diandalkan dalam menyelesaikan masalah pelanggan	4,08	4,95	- 0,87
8.	Staf Salon Johnny Andrean mampu memberikan hasil yang sesuai dengan permintaan saya.	4,02	4,95	- 0,93
	Mean	**3,99**	**4,95**	**- 0,96**
9.	Staf Salon Johnny Andrean selalu siap membantu saat dibutuhkan	4,40	4,92	- 0,52
10.	Staf Salon Johnny Andrea memberikan informasi yang jelas mengenai proses layanan.	4,40	4,93	- 0,53
11.	Staf Salon Johnny Andrean responsif terhadap pertanyaan atau permintaan saya.	4,44	4,94	- 0,50
	Mean	**4,42**	**4,93**	**- 0,51**
12.	Staf Salon Johnny Andrean memiliki pengetahuan dan keterampilan yang baik dalam memberikan layanan.	4,49	4,94	- 0,45
13.	Saya merasa aman saat mendapatkan layanan di Salon Johnny Andrean.	4,62	4,92	- 0,30
14.	Staf Salon Johnny Andrean bersikap ramah dan sopan.	4,71	4,94	- 0,23
	Mean	**4,61**	**4,93**	**- 0,33**
15.	Staf Salon Johnny Andrean memberikan perhatian penuh pada kebutuhan pribadi saya.	4,08	4,94	- 0,86
16.	Jam layanan Salon Johnny Andrean fleksibel dan sesuai dengan kebutuhan saya.	4,31	4,91	- 0,60
17.	Staf Salon Johnny Andrean memahami preferensi gaya rambut perawatan saya.	4,62	4,95	- 0,33
	Mean	**4,33**	**4,93**	**- 0,60**

b. Pemilihan Atribut untuk Perbaikan

Proses ini bertujuan untuk mengalokasikan sumber daya ke area yang paling kritis atau atribut yang berpotensi menurunkan kepuasan pelanggan secara signifikan. Tabel 4.15 di bawah ini merupakan peringkat tiap atribut.

Tabel 4.14 Peringkat Atribut *Service Quality*

No	Atribut	*Gap*	Peringkat
	***Tangible* (Bukti Fisik)**		
1.	Fasilitas Salon Johnny Andrean modern dan nyaman	- 0,63	6
2.	Penampilan karyawan Salon Johnny Andrean selalu rapi dan profesional	- 0,05	17
3.	Peralatan yang digunakan di Salon Johnny Andrean selalu bersih dan berkualitas	- 0,22	16
4.	Kebersihan ruang tunggu Salon Johnny Andrean terjaga dengan baik.	- 0,43	12
	***Reliability* (Kehandalan)**		
5.	Alur prosedur dan pelayanan Johnny Andrean Salon jelas.	- 0,91	3
6.	Salon Johnny Andrean dapat memberikan layanan yang konsisten serta tepat waktu seperti yang dijanjikan	- 1,13	1
7.	Salon Johnny Andrean dapat diandalkan dalam menyelesaikan masalah pelanggan	- 0,87	4
8.	Staf Salon Johnny Andrean mampu memberikan hasil yang sesuai dengan permintaan saya.	- 0,93	2
	***Responsiveness* (Daya Tanggap)**		
9.	Staf Salon Johnny Andrean selalu siap membantu saat dibutuhkan	- 0,52	9
10.	Staf Salon Johnny Andrea memberikan informasi yang jelas mengenai proses layanan.	- 0,53	8
11.	Staf Salon Johnny Andrean responsif terhadap pertanyaan atau permintaan saya.	- 0,50	10
	***Assurance* (Jaminan)**		
12.	Staf Salon Johnny Andrean memiliki pengetahuan dan keterampilan yang baik dalam memberikan layanan.	- 0,45	11
13.	Saya merasa aman saat mendapatkan layanan di Salon Johnny Andrean.	- 0,30	14
14.	Staf Salon Johnny Andrean bersikap ramah dan sopan.	- 0,23	15
	***Empathy* (Empati)**		
15.	Staf Salon Johnny Andrean memberikan perhatian penuh pada kebutuhan pribadi saya.	- 0,86	5
16.	Jam layanan Salon Johnny Andrean fleksibel dan sesuai dengan kebutuhan saya.	- 0,60	7
17.	Staf Salon Johnny Andrean memahami preferensi gaya rambut perawatan saya.	- 0,33	13

c. Perhitungan Nilai Kualitas dan Pemeringkatan *Gap* Tiap Dimensi

Setelah menghitung *gap* antara kinerja dan harapan maka langkah selanjutnya adalah menilai tingkat kualitas layanan untuk setiap dimensi menggunakan persamaan 4.1 berikut:

$$Q = \frac{P}{E} \tag{4.1}$$

Apabila Q ≥ 1 maka kualitas layanan baik karena kinerja memenuhi harapan pelanggan. Namun apabila Q < 1 maka kualitas layanan kurang baik karena kinerja berada di bawah harapan pelanggan. Berikut Tabel 4.16 merupakan nilai kualitas tiap dimensi.

Tabel 4.15 Nilai Kualitas Tiap Dimensi

No	**Dimensi**	**Kinerja (P)**	**Harapan (E)**	***Gap***	**Q=P/E**	**Urutan *Gap***
1.	*Tangible*	4,45	4,78	- 0,33	0,93	2
2.	*Reliability*	3,99	4,95	- 0,96	0,81	5
3.	*Responsiveness*	4,42	4,93	- 0,51	0,90	3
4.	*Assurance*	4,61	4,93	- 0,33	0,93	1
5.	*Empathy*	4,33	4,93	- 0,6	0,88	4
	Mean	**4,36**	**4,90**	**-0,55**	**0,89**	

BAB V
PEMBAHASAN

5.1 Analisis Data Kuesioner

5.1.1 Uji Validitas

Hasil pengujian yang dilakukan menggunakan IBM SPSS *Statistics* dengan total 17 pertanyaan untuk *service quality* dalam mengukur dua aspek yaitu harapan dan kinerja tertera pada Tabel 4.6. Semua item dinyatakan valid karena r hitung lebih besar dari r tabel (0,273) dengan tingkat signifikansi 5% . Nilai r hitung terendah ada pada atribut pertanyaan 9 sebesar 0,605 untuk aspek harapan (Y) dan atribut pertanyaan 4 sebesar 0,365 untuk aspek kinerja (X). Kemudian untuk item terkuat adalah atribut pertanyaan 17 sebesar 0,942 untuk aspek harapan (Y) artinya item pertanyaan sangat relevan dengan pelanggan. Kemudian atribut pertanyaan 7 sebesar 0,840 artinya kinerja pada aspek ini paling berpengaruh pada persepsi kualitas layanan.

Kemudian pengujian kedua dengan hasil tertera pada Tabel 4.7 merupakan hasil uji untuk pertanyaan CES. Nilai r hitung terendah adalah atribut pertanyaan 4 sebesar 0,678 dan nilai r hitung tertinggi adalah atribut pertanyaan 3 sebesar 0,887.

5.1.2 Uji Reliabilitas

Hasil pengujian reliabilitas untuk harapan adalah sebesar 0,959 dimana hal ini menunjukkan konsistensi internal yang tinggi atau semua item instrumen baik dalam mengukur harapan pelanggan. Hal yang sama juga merupakan hasil uji reliabilitas untuk kinerja yaitu sebesar 0,921 dimana konsistensi internal juga tinggi atau semua item instrumen baik dalam mengukur kinerja pelayanan salon. Kemudian untuk hasil uji reliabilitas *Customer Effort Score* (CES) adalah sebesar 0,833 yang menunjukkan konsistensi internal yang memadai atau semua atribut pertanyaan cukup baik dalam mengukur CES. Berdasarkan hasil uji kedua instrumen yaitu *servqual* dan CES bisa disimpulkan bahwa keduanya layak dan dapat diandalkan untuk mengukur upaya pelanggan.

5.1.3 Perbandingan Uji *Servqual* dan *Fuzzy Servqual*

Hasil dari *Servqual* (Tabel 4.6) dan *Fuzzy Servqual* Tabel 4.14 sama-sama menunjukkan bahwa layanan salon belum sepenuhnya memenuhi harapan pelanggan. Namun *Fuzzy Servqual* memberikan gambaran yang lebih detail karena metode ini tidak hanya melihat angka pasti namun juga mempertimbangkan "ketidakpastian "penilaian pelanggan. Contoh pada atribut konsistensi layanan, *gap* di *Fuzzy Servqual* lebih besar (-1,13) dibandingkan dengan Servqual biasa (-0,56) sehingga prioritas perbaikan *Fuzzy* lebih jelas. Selain ini peringkat *Fuzzy Servqual* lebih realistis karena memperhitungkan variasi pendapat pelanggan dan Servqual biasa hanya menggunakan angka rata-rata yang kaku. Maka dari itu *Fuzzy Servqual* dipilih karena lebih akurat dalam menangkap penilaian manusia sehingga perbaikan layanan lebih tepat sasaran dan sesuai dengan kondisi nyata.

5.2 Analisis *Fuzzy Service* Quality

5.2.1 Analisis Nilai TFN

Konsep TFN direpresentasikan sebagai tiga nilai: bawah (KB), tengah (B), dan atas (SB). Contoh untuk atribut 1 Tabel 4.8 yaitu "Fasilitas Salon Johnny Andrean Modern dan Nyaman" dengan nilai TFN yaitu KB sebesar 3 (batas bawah), B sebesar 3,83 (titik tengah), dan SB sebesar 4,46 (batas atas). Nilai-nilai tersebut didapatkan dari proses menggabungkan atau merangkum data dari responden yang diolah menjadi bentuk *fuzzy* untuk merepresentasikan ketidakpastian penilaian manusia.

Proses *fuzzyfikasi* untuk atribut 4 Tabel 4.8 yaitu "Kebersihan ruang tunggu Salon Johnny Andrean terjaga dengan baik" apabila responden memberikan skor 4 maka nilai ini akan dipetakan ke fungsi keanggotaan B. Karena skor 4 lebih mendekati fungsi keanggotaan B yaitu sebesar 3,90. Bukan dipetakan ke fungsi keanggotaan KB (3,00) maupun SB (4,78) karena belum mencapai nilai tersebut. Kemudian pada atribut 3 Tabel 4.8 yaitu "Peralatan yang digunakan di Salon Johnny Andrean selalu bersih dan berkualitas" memiliki nilai KB sebesar 0,00 artinya tidak ada responden yang menilai atribut ini dengan kurang baik. Untuk nilai KB pada atribut 6 (Salon Johnny Andrean dapat memberikan layanan yang konsisten serta tepat waktu seperti yang dijanjikan) Tabel 4.8 adalah sebesar 2,70. Dimana nilai KB tersebut paling rendah dan dapat mengindikasikan bahwa ketepatan waktu mungkin perlu menjadi fokus perbaikan. Pada rentang nilai SB Tabel 4.8 nilai

tertinggi ada pada atribut 4 yaitu sebesar 4,78. Hal ini dapat menjadi indikasi bahwa atribut tersebut dapat menjadi keunggulan utama Salon Johnny Andrean. Hal-hal yang sama berlaku pada Tabel 4.9 (Fuzzyfikasi Harapan) dan Tabel 4.10 (Fuzzyfikasi CES).

Proses defuzzyfikasi menggunakan nilai keanggotaan (μ) dari setiap kategori fuzzy (KB,B, SB) untuk menghasilkan nilai numerik dengan metode yang digunakan yaitu *weighted average* atau menghitung rata-rata tertimbang berdasarkan bobot kategori. Pengolahan proses defuzzyfikasi dibantu oleh *Microsoft Excel* dan didapatkan hasil dengan kinerja terbaik yaitu untuk atribut 3 (Peralatan yang digunakan di Salon Johnny Andrean selalu bersih dan berkualitas) dengan skor 4,73 artinya pelanggan sangat puas dengan kebersihan dan peralatan salon. Kemudian untuk kinerja terendah adalah atribut 6 (Salon Johnny Andrean dapat memberikan layanan yang konsisten serta tepat waktu seperti yang dijanjikan) dengan skor 3,81 artinya ketepatan waktu layanan perlu ditingkatkan. Hasil *servqual* harapan Tabel 4.12 terbaik adalah atribut 3 (Peralatan yang digunakan di Salon Johnny Andrean selalu bersih dan berkualitas), atribut 7 (Salon Johnny Andrean dapat diandalkan dalam menyelesaikan masalah pelanggan, atribut 8 (*Staff* Salon Johnny Andrean mampu memberikan hasil yang sesuai dengan permintaan saya), dan atribut 17 (Staf Salon Johnny Andrean memahami referensi gaya rambut perawatan saya) dengan skor 4,95 artinya besar harapan pelanggan terhadap aspek-aspek tersebut. Hal ini mengindikasikan bahwa keempat atribut ini penting dan menjadi standar utama yang diinginkan pelanggan dari pelayanan salon. Kemudian skor harapan terendah pada atribut 2 (Penampilan karyawan Salon Johnny Andrean selalu rapi dan profesional) yaitu sebesar 4,31. Hal tersebut mengindikasikan bahwa pelanggan menilai kerapian dan profesionalitas karyawan menjadi standar dasar yang diharapkan sehingga ekspektasi mereka terhadap atribut ini paling rendah dibandingan atribut lainnya.

Kemudian hasil Tabel 4.12 CES dengan skor tertinggi yaitu pada atribut 4 (Proses pembayaran di Salon Johnny Andrean sangat cepat dan mudah) dengan skor sebesar 4,67. Hal ini mengindikasikan bahwa kemudahan dan kecepatan proses pembayaran menjadi salah satu keunggulan utama salon dalam memberikan pelayanan yang minim usaha bagi pelanggan. Hal tersebut juga berdampak positif terhadap kemungkinan pelanggan untuk kembali ke salon atau loyalitas pelanggan. Sedangkan skor terendah yaitu pada atribut 2 (Saya dapat menemukan layanan yang saya butuhkan di Salon Johnny Andrean tanpa

kesulitan) dengan skor 3,94. Nilai skor ini mengindikasikan perlunya perbaikan karena berdampak langsung pada pengalaman pelanggan.

5.2.2 Analisis Nilai *Service Quality* atau *Gap* Untuk Tiap Atribut

Analisis *servqual* ini mengukur kesenjangan (*gap*) antara harapan dan persepsi pelanggan terhadap layanan dimana terbagi menjadi 3 *gap* yaitu *gap* negatif (layanan tidak memenuhi harapan, perlu perbaikan prioritas, semakin negatif maka semakin *urgent*), *gap* nol (layanan sesuai harapan, pertahankan kualitas), *gap* posistif (layanan melebihi harapan, pertahankan atau tingkatkan inovasi). Pelayanan salon dapat fokus ke atribut dengan gap negatif terbesar untuk perbaikan.

Dalam dimensi *Tangibles* (Bukti fisik) *gap* terkecil ada pada atribut 2 (Penampilan karyawan Salon Johnny Andrean selalu rapi dan profesional) sebesar -0,05 dan *gap* tertinggi ada pada atribut 1 (fasilitas Salon Johnny Andrean modern dan nyaman). Hal tersebut mungkin mengindikasikan bahwa pelanggan puas dengan kerapian staf namun beberapa fasilitas fisik perlu renovasi atau peningkatan kebersihan berkala.

Dalam dimensi *Reliability* (Kehandalan) *gap* terbesar ada pada atribut 6 (Salon Johnny Andrean dapat memberikan layanan yang konsisten serta tepat waktu seperti yang dijanjikan) sebesar -1,13. Hipotesis awal hal ini bisa terjadi karena prosedur yang rumit atau jadwal terlalu padat.

Dalam dimensi *Responsiveness* (Daya Tanggap) memiliki *gap* rata-rata di nilai -0,51 dimana hal ini mengindikasikan bahwa staf cukup responsif namun perlu pelatihan komunikasi untuk menjelaskan prosedur pelayanan lebih jelas. Dalam dimensi *Assurance* (Jaminan) *gap* terkecil ada pada atribut 14 (Staf Salon Johnny Andrean bersikap ramah dan sopan) sebesar -0,23 dimana hal ini mengindikasikan bahwa atribut merupakan kekuatan utama salon.

Kemudian dalam dimensi *Empathy* (Empati) gap terbesar yaitu pada atribut 15 (Staf Salon Johnny Andrean memberikan perhatian penuh pada kebutuhan pribadi saya) dapat mengindikasikan staf kurang personalisasi layanan untuk setiap pelanggan.

5.2.3 Analisis Nilai *Service Quality* atau *Gap* Untuk Tiap Dimensi

a. Dimensi *Tangible*

Pelanggan merasa fasilitas fisik (seperti kebersihan fasilitas, peralatan, atau penampilan karyawan) belum sepenuhnya memenuhi harapan. Walau pun *gap* masih relatif kecil yaitu sebesar -0,33 dan rasio Q sebesar 93% menunjukkan jika 7% harapan pelanggan belum terpenuhi. Maka dari itu perlu adanya peningkatan pada aspel visual atau infrastruktur untuk mendukung pengalaman pelanggan di salon.

b. Dimensi *Reliability*

Layanan masih tidak bisa sesuai komitmen atau janji hal ini dibuktikan dengan gap terbesar yaitu -0,96 dan rasio Q terendah sebesar 81%. Berdasarkan hasil ini maka dimensi ini perlu dilakukan prioritas perbaikan seperti pelatihan karyawan atau optimasi proses layanan.

c. Dimensi *Responsiveness*

Keterlambatan respon atau kurangnya inisiatif staf dalam menangani kebutuhan pelanggan mungkin menjadi penyebab *gap* ini. Walaupun rasio Q masih tinggi sebesar 90% dan gap relatif kecil yaitu sebesar -0,51, hal ini menunjukkan perlunya kecepatan dan proaktivitas seperti sistem respon otomatis atau peningkatan jumlah staf.

d. Dimensi *Assurance*

Memiliki gap yang sama dengan *Tangible* yaitu sebesar -0,33 yang relatif kecil dan rasio Q sebesar 93%. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan pelanggan hampir terpenuhi tetapi masih perlu ditingkatkan.

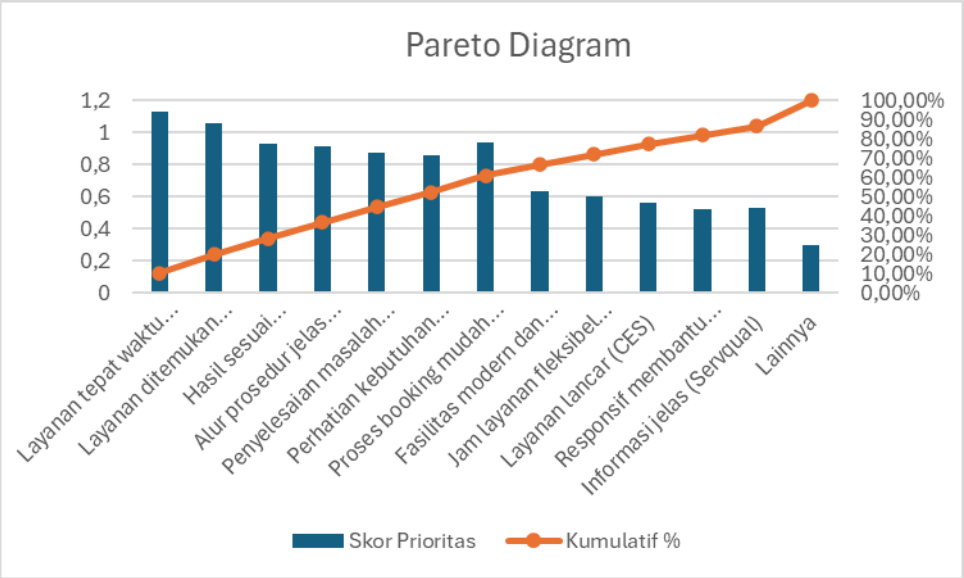
e. Dimensi *Empathy*

Dengan *gap* sebesar -0,60 menunjukkan perlunya pelatihan soft skill karyawan atau program lahanan khusus untuk kebutuhan pelanggan. Kemudian rasio Q sebesar 88% menunjukkan aspek ini masih perlu penyempurnaan.

5.2.4 *Pareto* Diagram

Diagram pareto berikut menampilkan prioritas perbaikan Salon Johnny Andrean dengan menganalisis 17 atribut atribut *Servqual* dan 5 atribut CES. Berdasarkan prinsip 80/20, diagram ini mengidentifikasi 20% masalah utama (seperti ketepatan waktu layanan) berkontribusi terhadap 80% ketidakpuasan pelanggan. Hasilnya didapatkan bahwa sebanyak 20% masalah utama yaitu pada 2 atribut yaitu atribut servqual 6 (Salon Johnny Andrean dapat memberikan layanan yang konsisten serta tepat waktu seperti yang

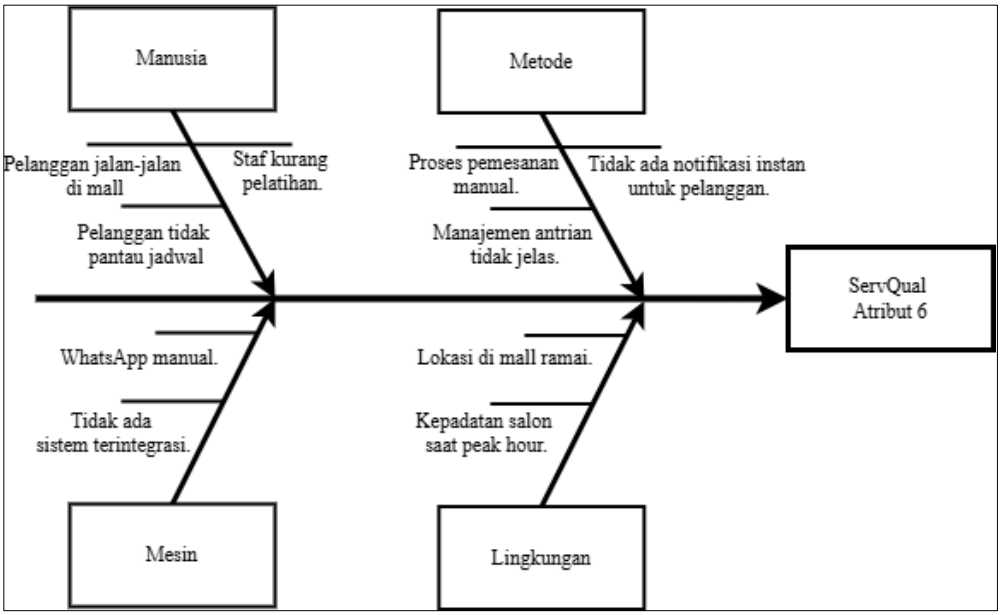
dijanjikan) dan atribut CES 2 (Saya dapat menemukan layanan yang saya butuhkan di Salon Johnny Andrean). Diagram pareto disajikan pada Gambar 5.1.



Gambar 5. 1 *Pareto* Diagram

5.2.5 *Fishbone* Diagram

Berdasarkan hasil analisis diagram *Pareto* yang mengidentifikasi atribut paling kritis yaitu atribut 6 *Servqual* (Salon Johnny Andrean dapat memberikan layanan yang konsisten serta tepat waktu seperti yang dijanjikan) dan atribut 2 CES (Saya dapat menemukan layanan yang saya butuhkan di Salon Johnny Andrean tanpa kesulitan), selanjutnya dilakukan analisis *Fishbone* Diagram untuk mengidentifikasi akar penyebab masalah tersebut. Analisis ini memanfaatkan data dari kuesioner pelanggan, wawancara pelanggan, dan masukan dari *supervisor* salon untuk menggali faktor-faktor yang mempengaruhi ketidakonsistenan layanan. *Fishbone* diagram ditampilkan pada Gambar 5.1 dan Gambar 5.2.



Gambar 5. 2 *Fishbone* Diagram Atribut 6 (*Service Quality*)

1. Atribut 6 (*Service Quality*)

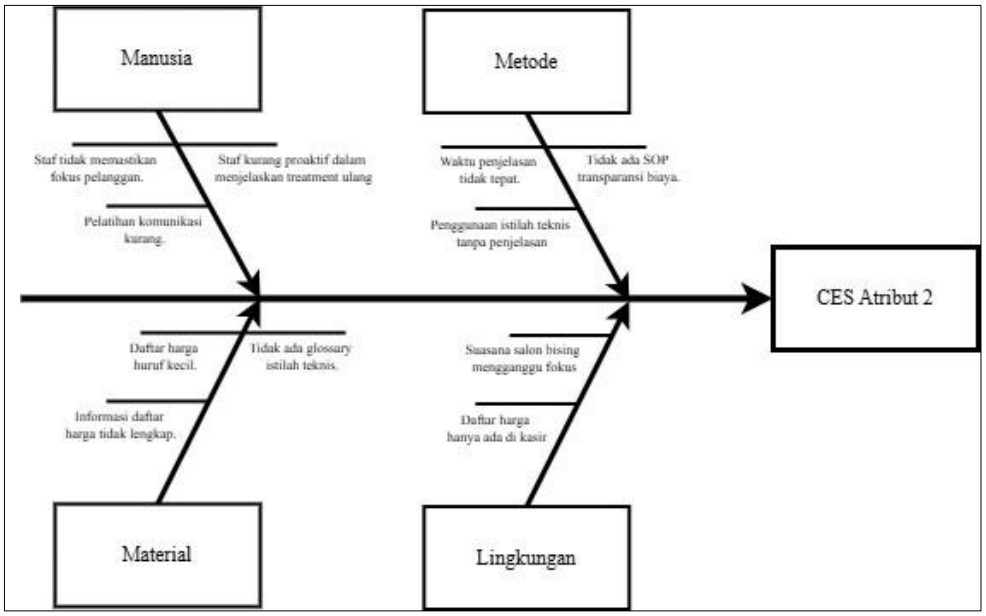
Di bawah ini adalah penjelasan terkait *Fishbone* Diagram pada Gambar 5.1 dan usulan perbaikan yang dapat diberikan pada Tabel 5.1.

Tabel 5.1 Penjelasan *Fishbone* Diagram Atribut 6 (*Service Quality*)

Kategori	Sebab Akibat	Usulan Perbaikan
Manusia	- Perilaku pelanggan jalan-jalan di mall sehingga tidak tepat waktu ke salon bahkan lupa waktu *booking*. - Pihak pelanggan tidak memantau jadwal treatment. - Kesalahan pihak salon yaitu staf kurang pelatihan dalam manajemen antrian serta inkonsistensi menerapkan prosedur "*first come, first served*"	1. Pelatihan staf mengenai manajemen antrian dan prosedur yang benar. 2. Edukasi pelanggan via pesan atau brosur.
Metode	- Proses *booking* yang digunakan oleh Salon Johnny Andrean masih manual via *WhatsApp* maka konfirmasi dari staf terlambat karena tidak otomatis.	1. Mengganti *booking* manual dengan formulir *online* terintegrasi kalender.

Kategori	Sebab Akibat	Usulan Perbaikan
	- Karena tidak ada notifikasi instan pelanggan tidak ada yang mengingatkan tentang jadwal layanan. - Bagian *frontline* kurang teliti karena ada pelanggan yang sebenarnya harus dilayani dahulu akan tetapi karena kurang adanya komunikasi pelanggan lain didahulukan.	2. Notifikasi otomatis kepada pelanggan 15 menit sebelum jadwal. 3. Sistem antrian digital dengan SOP klarifikasi antrian.
Mesin	- Penggunaan *WhatsApp* manual tanda sistem booking integrasi menggunakan aplikasi atau *website.* - Tidak ada teknologi notifikasi otomatis seperti *WhatsApp Business.*	1. Membuat atau membeli jasa aplikasi *booking* dengan konfirmasi instan. 2. Menggunakan *WhatsApp bussiness API* atau SMS *gateway* untuk notifikasi. 3. Memasang *queue management system (Qmatic)* namun jika terlalu maham dapat menggunakan *WhatsApp* dengan integrasi *bot*.
Lingkungan	- Kepadatan salon saat *peak hour* menyebabkan antrean dan estimasi layanan yang molor.	1. Membatasi kapasitas pelanggan saat *peak hour.*

2. Atribut 2 (*Customer Effort Score*)



Gambar 5. 3 *Fishbone* Diagram Atribut 2 (*Customer Effort Score*)

Di bawah ini adalah penjelasan terkait *Fishbone* Diagram pada Gambar 5.2 dan usulan perbaikan yang dapat diberikan tertera pada Tabel 5.2.

Tabel 5.2 Penjelasan *Fishbone* Diagram Atribut 2 (*Customer Effort Score*)

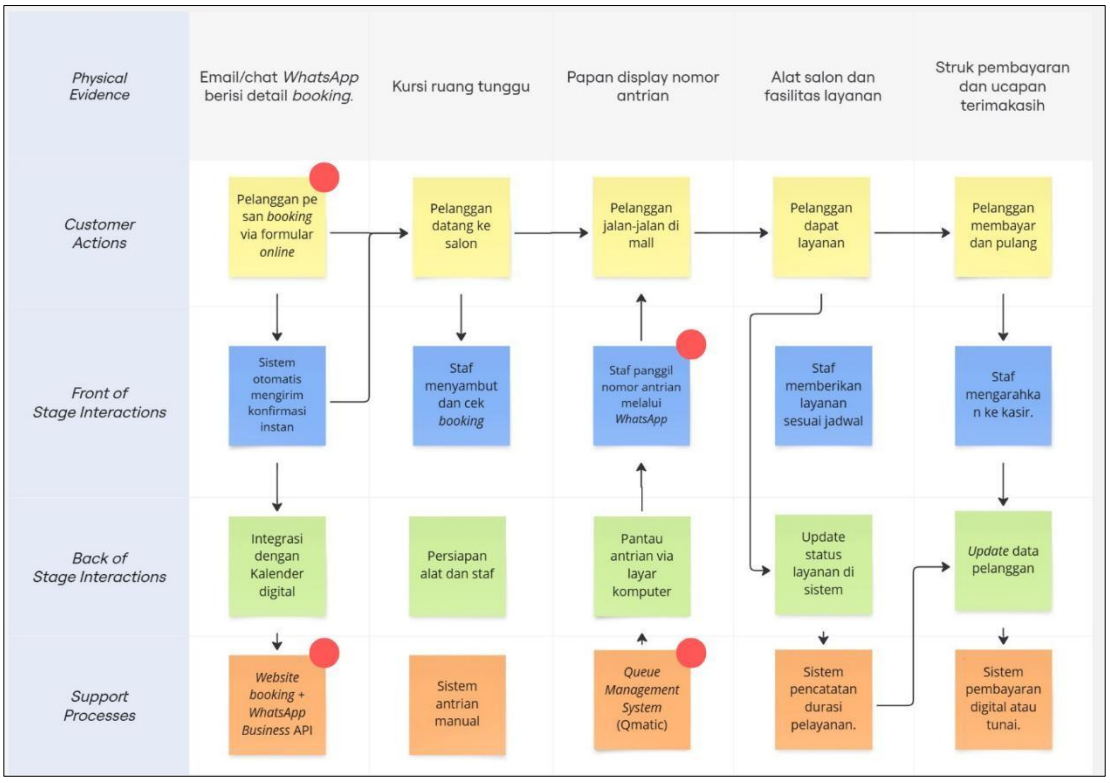
Kategori	Sebab Akibat	Usulan Perbaikan
Manusia	- Staf tidak memastikan fokus pelanggan saat memberikan penjelasan. - Kurangnya proaktivitas staf dalam menawarkan penjelasan ulang jika pelanggan terlihat bingung. - Pelatihan komunikasi staf yang kurang.	1. Pelatihan komunikasi staf seperti teknik *active listening* dan *checkback.* 2. Mewajibkan staf menanyakan konfirmasi pemahaman pelanggan.
Metode	- Penjelasan layanan diberikan pada waktu yang kurang tepat seperti saat pelanggan tidak fokus. - Tidak ada metode transparan dalam menjelaskan biaya tambahan seperti tambahan vitamin atau serum selama konsultasi.	1. Membuat SOP penjelasan layanan di tahap awal konsultasi dan langsung lakukan uji coba di lapangan.

Kategori	Sebab Akibat	Usulan Perbaikan
	- Penggunaan istilah teknik tanpa penjelasan sederhana seperti JASolutions dan *hair scalp.* - Tidak ada prosedur standar untuk mengonfirmasi pemahaman pelanggan setelah penjelasan.	2. Notifikasi otomatis kepada pelanggan 15 menit sebelum jadwal. 3. Sistem antrian digital dengan SOP klarifikasi antrian.
Material	- Ukuran daftar harga kurang besar dan huruf terlalu kecil. - Informasi tidak lengkap di daftar harga seperti dalam layanan gunting apa saja *treatment* yang sudah termasuk di *treatment* ini.	1. Membuat atau membeli jasa aplikasi booking dengan konfirmasi instan. 2. Menggunakan WhatsApp bussiness API atau SMS *gateway* untuk notifikasi. 3. Memasang *queue management system (Qmatic)* namun jika terlalu maham dapat menggunakan *WhatsApp* dengan integrasi bot.
Lingkungan	- Penempatan daftar harga hanya di kasir sehingga pelanggan baru hanya melihatnya saat pembayaran. - Suasana salon dan mall yang ramai atau bising mengganggu fokus pelanggan saat penjelasan.	1. Meletakkan daftar harga di area tunggu dan meja konsultasi atau meja penanganan. 2. Sediakan ruang konsultasi terpisah yang tenang. 3. Memasang poster layanan unggulan di lokasi strategis.

5.3 *Service Blueprint*

5.3.1 Analisis *Service Blueprint* 1

Setelah dilakukan analisis *fishbone* diagram untuk mengidentifikasi akar masalah, tahap selanjutnya adalah memetakan alur proses layanan menggunakan *Service Blueprint* guna merancang pengalaman pelanggan yang optimal. Proses ini dibagi menjadi lima tahap utama yaitu *booking*, kedatangan, menunggu, layanan, dan penyelesaian. Pada setiap tahap dijelaskan secara rinci, yaitu interaksi langsung (*frontstage*) seperti konfirmasi *booking via WhatsApp* dan penyambutan pelanggan, proses internal (*backstage*) termasuk penjadwalan staf, persiapan alat dan sistem pendukung seperti *booking online.* Sistem pendukung seperti integrasi teknologi *Qmatic* dan *platform booking online* untuk efisiensi operasional. Hasil pemetaan *Service Blueprint* disajikan dalam Gambar 5.4.



Gambar 5. 4 *Service Blueprint Servqual* 6

Kemudian di bawah ini merupakan penjelasan mengenai titik potensi kegagalan (*fall point*). *Fall point* atau titik kritis dalam alur layanan dimana potensi gangguan, kesalahan, dan ketidakpuasan pelanggan dapat terjadi. *Fall point* perlu diperhatikan supaya dapat mengantisipasi risiko sebelum terjadi seperti sistem *booking* yang *error* atau antrian kacau,

dapat mengoptimalkan sumber daya perusahaan ke area yang paling rentan, serta mendorong inovasi. *Fall point* ditunjukkan pada Tabel 5.3.

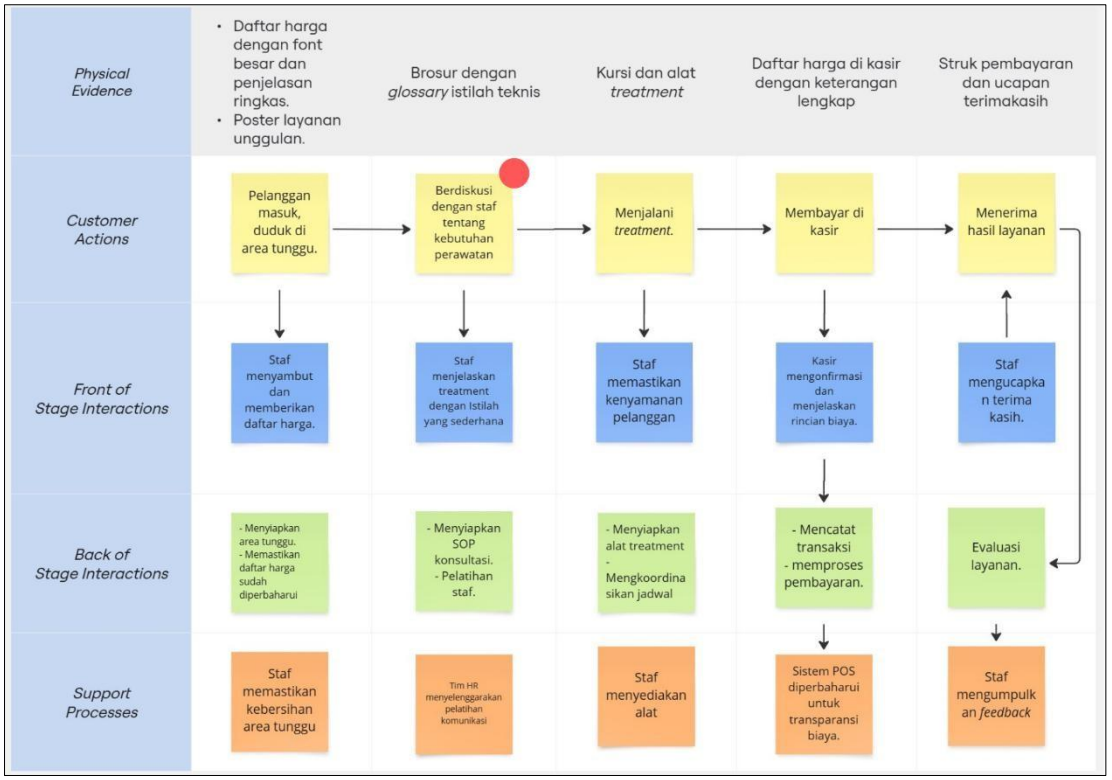
Tabel 5.3 *Fall Point Service Blueprint Servqual* 6

Tahapan Layanan	Fall Point	Dampak	Mitigasi
Pelanggan *booking* via *formulir online*	- Formulir *online error*/ tidak dapat diakses - Notifikasi otomatis gagal terkirim	Pelanggan tidak bisa *booking*, jadwal kacau.	- Uji sistem sebelum diluncurkan. - Sediakan *backup* konfirmasi manual.
Website booking + *WhatsApp Business* API	- Integrasi sistem tidak lancar. - *Server down.*	Proses layanan terhenti.	- Siapkan tim IT *standby.*
Staf panggil antrian melalui *WhatsApp*	- Staf yang tidak terbiasa dengan sistem baru mungkin bisa kembali ke kebiasan manual. - Pelanggan tetap terlambat walaupun sudah ada notifikasi.	Pelanggan kesal, antrian kacau.	- Lakukan pelatihan intensif staf. - Terapkan denda toleransi keterlambatan.
Queue Management System (*Qmatic*)	- Sistem *error*. - Staf belum terlatih menggunakan sistem baru.	Antrian kacau, pelanggan kesal.	- Siapkan antrian manual darurat. - Lakukan pelatihan intensif staf.

Berdasarkan integrasi solusi dari analisis *fishbone* terdapat 4 *root cause* yang dapat dihilangkan dengan adanya *service blueprint.* Pertama faktor metode seperti proses *booking* manual dan manajemen antrian yang tidak efektif diatasi dengan sistem *booking* online yang terintegrasi dan memnggunakan sistem antrian digital (Contohnya *Qmatic*). Kemudian faktor manusia seperti kurangnya pelatihan staf dan tidak konsistennya pelayanan saat antrian dapat diminimalkan dengan pelatihan dan sosialisasi mengenai SOP antrian digital. Ketiga, teknologi dari *WhatsApp* manual digantikan dengan notifikasi otomatis berbasis API dan sistem *real-time* monitoring untuk menghindari human error. Terakhir, faktor lingkungan seperti distraksi pelanggan di mall dengan *signage* pengingat waktu layanan.

5.3.2 Analisis *Service Blueprint* 2

Setelah dilakukan analisis *fishbone* diagram untuk mengidentifikasi akar masalah, tahap selanjutnya adalah memetakan alur proses layanan secara menyeluruh menggunakan *Service Blueprint* guna merancang pengalaman pelanggan yang optimal. Diagram ini dibagi menjadi lima tahap utama yaitu tiba di salon kemudian pelanggan akan disambut staf dan diberikan daftar harga yang telah didesain ulang (*font* besar dan informasi lengkap di area tunggu atau meja layanan. Kemudian saat konsultasi staf menggunakan bahasa sederhana untuk menjelaskan layanan (JA iadalah perawatan rambut rontok) dan biaya tambahan secara transparan (seperti vitamin atau *blow dry*) sesuai SOP transparansi. Kemudian saat *treatment* staf akan memastikan kenyamanan pelanggan. Saat pembayaran kasir akan mengonfirmasi ulang biaya dengan daftar harga yang jelas supaya menghindari biaya tambahan biaya tak terduga di lokasi yang strategis. Terakhir saat pulang pelanggan menerima struk pembayaran yang berisi QR *code* untuk memberi *feedback* digital. Hasil pemetaan *Service Blueprint* disajikan dalam Gambar 5.5.



Gambar 5. 5 *Service Blueprint* CES 2

Untuk titik potensi kegagalan (*fall point*) dalam *Service Blueprint* ini adalah berdiskusi atau konsultasi dengan staf menggunakan istilah teknis seperti JA *Solutions* tanpa penjelasan, biaya tambahan yang tidak disebutkan sejak awal. Mitigasi yang dapat dilakukan yang dapat dilakukan adalah menjadwalkan dengan rutin kedatangan mr.*guest* untuk evaluasi staf.

Berdasarkan integrasi *Fishbone* Diagram dengan *Service Blueprint*, akar masalah yang berhasil dihilangkan atau diminimalkan yaitu kategori metode (SOP konsultasi yang mewajibkan penjelasan biaya tambahan sejak awal untuk menghilangkan kebingunangan pelanggan terkait biaya tak terduga. Kemudian kategori manusia (pelatihan dan script standar konsultasi untuk mengatasi masalah penggunaan istilah khusus seperti JA Solutions yang membuat pelanggan bingung). Ketiga , faktor material dengan redesain daftar harfa dengan ukuran *font* yang lebih besar dan penempatan strategis di area tunggu atau meja pelayanan supaya dapat memastikan informasi mudah diakses. Terakhir kategori lingkungan yaitu dengan pemisahan ruang konsultasi yang tenang untuk mengurangi gangguan fokus pelanggan.

BAB VI
PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Setelah dilakukan pengolahan serta analisis data kemudian didapatkan kesimpulan yang akan menjawab tujuan dari penelitian ini.

1. Tingkat kepuasan pelanggan Salon Johnny Andrean terhadap kualitas pelayanan yaitu belum puas. Hasil perhitungan kepuasan pelanggan yang dihasilkan sebesar Q (0,89) dimana nilai ini kurang dari Q (1) atau kinerja di bawah harapan pelanggan. Kemudian untuk rata-rata nilai gap bernilai negatif sebesar -0,55 atau kinerja di bawah harapan pelanggan.
2. Atribut pelayanan yang menjadi prioritas dan perlu ditingkatkan oleh Salon Johnny Andrean yaitu atribut servqual 6 (Salon Johnny Andrean dapat memberikan layanan yang konsisten serta tepat waktu seperti yang dijanjikan) dengan *gap* sebesar -1,13 dan atribut CES 2 (Saya dapat menemukan layanan yang saya butuhkan di Salon Johnny Andrean) dengan skor terendah 3,94 dari total 5.
3. Beberapa rekomendasi perbaikan untuk meningkatkan kualitas pelayanan di Salon Johnny Andrean yaitu dengan notifikasi otomatis via *WhatsApp*; sistem antrian digital untuk menghindari kesalahan prioritas; papan *display* antrian; struk pembayaran dengan QR *code* untuk *feedback* pelanggan; interaksi staf di *frontstage* yang lebih ramah, membuat SOP transparansi saat konsultasi; pelatihan staf; pembaharuan daftar harga, *display* visual yang mudah diakses.

6.2 Saran

Saran penelitian ini ditujukan untuk beberapa pihak yaitu sebagai berikut.

1. Bagi Perusahaan

   Salon Johnny Andrean dapat mempertimbangkan untuk menerapkan usulan perbaikan yang telah dibuat sesuai kesimpulan pada nomor 3.
2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Dapat berimprovisasi dan *redesign* dari hasil usulan yang peneliti buat. Seperti perubahan desain daftar harga yang efektif dan mudah dimengerti oleh pelanggan atau menemukan cara mengatur sistem antrian yang lebih efisien dan hemat sumber daya.

DAFTAR PUSTAKA

Alomari, F. (2021). *Measuring Gaps In Healthcare Quality Using Servqual Model: Challenges And Opportunities In Developing Countries. Measuring Business Excellence,* 407-420.

Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Gym Dengan Metode *Servqual*, IPA, dan Kaizen. (N.D.).

Aulia, L., Wulandari, R., Diana, A. F., & Sulistijanti, W. (2024). *Application Of Fuzzy Ahp And New Fuzzy Servqual Methhods Fo Performance Evaluation Based On Perseption Service Quality And Satisfaction Toward The Implementation Of Educational Programs . Proceedings Of 5th Borobudur International Symposium On Humanities And Social Science (Bishss 2023)*, 584-589.

Azhari, M., & Sutabri, T. (2023). Analisis Kulitas Layanan Sewa Bandwith Internet Kemendikbud dan Lansatker Menggunakan Metode *Fuzzy Servqual* (Studi Kasus : Pt. Aplikanusa Lintasarta Palembang). *Digital Transformation Technology (Digitech)*, 577-586.

Chávez, L. F., De La Rosa, S. E., Manjarres, J. C., Valbuena, S. G., & Becerra-Torres, M. (2024). *Diagrama De Pareto. Perspectiva De La Asignatura De Control. Bilo*, 51-56.

Chia, J.-S., Chang, C., Lo, S.-C., Yang, C.-H., & Yang, H.-Y. (2024). *Healthcare Failure Mode And Effect Analysis Combined Service Slueprint Mitigating Mass Casualty Triage In Emergency Units: A Qualitative Study. International Emergency Nursing*, 1-9.

Czajkowska, A., & Manuela, I. (2021). *Application Of Servqual And Servperf Methods To Assess The Quality Of Teaching Services - Comparative Analysis. Manufacturing Technology*, 294-305.

Danianto, F. (2022). Peningkatan Kualitas Layanan *(Service Quality)* Pada Layanan Kurir Menggunakan Metode *Servqual, Importance Perfomance Analysis* (IPA), dan *Service Blueprint* (Studi Kasus: Jne Cabang Rembang). Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.

Dixon, M., Toman, N., & Delisi, R. (2013). *The Effortless Experience: Conquering The New Battleground For Customer Loyalty.* London: Penguin Books.

Elmira, P. (2021, Oktober 27). Pentingnya Edukasi Untuk Majukan Industri Salon Dan Tata Rambut Indonesia. *Retrieved From* Liputan 6: Https://Www.Liputan6.Com/Lifestyle/Read/4695404/Pentingnya-Edukasi-Untuk-Majukan-Industri-Salon-Dan-Tata-Rambut-Indonesia

Elmira, P. (2021, 10 27). Pentingnya Edukasi Untuk Majukan Industri Salon Dan Tata Rambut Indonesia. *Retrieved From* Liputan 6: Https://Www.Liputan6.Com/Lifestyle/Read/4695404/Pentingnya-Edukasi-Untuk-Majukan-Industri-Salon-Dan-Tata-Rambut-Indonesia

Harvard Business Publishing. (2024, Agustus 1). *Stop Trying To Delight Your Customers: The Idea In Practice. Retrieved From Harvard Business Review:* Https://Hbr.Org/2010/07/Stop-Trying-To-Delight-Your-Customers

Kinasih, R. P. (2022). Analisis Atribut Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Dengan Metode *Fuzzy Service Quality* . Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.

Ko, C.-H., & Chou, C.-M. (2020). *Apply The Servqual Instrument To Measure Service Quality For The Adaptation Of Ict Technologies: A Case Study Of Nursing Homes In Taiwan. Healthcare*, 1-16.

Kotler, P. (2000). Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, Dan Control. Jakarta: Prenhallindo.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *A Framework For Marketing Management.* Harlow: Pearson.

Kumah, A., N. Nwogu, C., Issah, A.-R., Obot, E., T. Kanamitie, D., S. Sifa, J., & A. Aidoo, L. (2024). *Cause-And-Effect (Fishbone) Diagram: A Tool Forgenerating And Organizing Quality Improvement Ideas. Quality And Safety Learning Corner*, 85-87.

Lechuga, A. G., Robles, G. C., Soto, K. C., & Ackerman, M. A. (2023). *The Integration Of The Business Model Canvas And The Service Blueprinting To Assist The Conceptual Design Of New Product-Service Systems. Journal Of Cleaner Production*, 1-17.

Liestyanti, A., & Prawiraatmadja, W. (2021). *Service Quality In The Public Service: A Combination Of Servqual And Importance-Performance Analysis. Journal Of International Conference Proceedings (Jicp)*, 320-331.

Mutia, A. (2022, 12 05). Makin Meroket, Pendapatan Produk Kecantikan Dan Perawatan Diri Di Ri Capai Rp111,83 Triliun Pada 2022. *Retrieved From* Databoks: Https://Databoks.Katadata.Co.Id/Datapublish/2022/12/05/Makin-Meroket-Pendapatan-Produk-Kecantikan-Dan-Perawatan-Diri-Di-Ri-Capai-Rp11183-Triliun-Pada-2022

Nasserzadeh, S., Jafarzadeh, M., Mansouri, T., & Sohrabi, B. (2008). *Customer Satisfaction Fuzzy Cognitive Map In Banking Industry. Communications Of The Ibima*, 151-162.

Nugroho, A. (2020). Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Metode *Service Quality (Servqual)* dan *Importance Performance Analysis* (IPA). Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.

Oktaviani, G. (2019). Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Jasa Pt.Gita Rifa Express. Pekanbaru: Universiyas Islam Riau.

Oli, A. A., & Dhanasekaran, C. (2021). *A Study Related To Product Service Systems (Pss), Servqual And Knowledge Management System* (Kms) *– A Review. Materials Today: Proceedings*, 1-6.

Parasuraman, A., Zeithami, V. A., & Berry, L. L. (1985). *A Conceptual Model Of Service Quality And Its Implications For Future Research. Journal Of Marketing Vol.49*, 41-50.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Malhotra, A. (2005). *E-S-Qual: A Multiple-Item Scale For Assessing Electronic Service Quality. Journal Of Service Research*, 1-21.

Prananda, Y., Lucitasari, D. R., & Khannan, M. A. (2019). Penerapan Metode *Service Quality* (Servqual) Untuk Peningkatan Kualitas Pelayanan Pelanggan. Opsi – Jurnal Optimasi Sistem Industri, 1-11.

Purnama, N. (2006). *Manajemen Kualitas Perspektif Global.* Yogyakarta: Ekonisia.

Purwadi, P., Devitasari, B., & Darma, D. C. (2020). *Store Atmosphere, Servqual And Consumer Loyalty: Case Study Of Excelso Coffee Shop. Seisense Journal Of Management* , 21-30.

Ramadhan, F. A. (2024). Desain Mitigasi Risiko Pada Jaringan Rantai Pasok Fabrikasi Baja Menggunakan Pendekatan *Intuitionistic Fuzzy Set* (Ifs) Dengan Metode *House Of Risk* (HOR) Di Perusahaan Konstruksi Baja. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.

Rifkhan. (2023). Pedoman Metodologi Penelitian Data Panel Dan Kuesioner. Indramayu: Penerbit Adab.

Saleh, A., Herdianzah, Y., Pawennari, A., & Arfandi Ahmad. (2023). *Planning To Improve The Quality Of Public Services Using Servqual And Quality Function Deployment Integration. Operations Excellence: Journal Of Applied Industrial Engineering*, 12-20.

Sapnas, K. G., & Zeller, R. A. (2002). *Minimizing Sample Size When Using Exploratory Factor Analysis For Measurement. Journal Of Nursing Measurement, Volume 10, Number 2*, 135-154.

Sari, N. (2024). Perbaikan Kualitas Pelayanan Servis Bengkel Dan *Body Paint* Dengan Metode *Fuzzy Servqual* Dan *Value Stream Mapping* (Vsm) (Studi Kasus Pt. Nasmoco Bahana Motor). Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.

Sari, R. A. (2024). Penerapan Service Blueprint Pada Pt. Taspen (Persero) Cabang Padang Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan. Padang: Universitas Andalas.

Sibai, M. T., Jr, B. B., & Rosa, R. D. (2021). Service Quality And Student Satisfaction Using Servqual Model: A Study Of A Private Medical College In Saudi Arabia. *International Education Studies*, 51-58.

Singh, A. (2024, Januari 11). Apa Itu Skor Upaya Pelanggan Dan Bagaimana Cara Meningkatkan Ces? Retrieved From Yellow. Ai: Https://Yellow.Ai/Id/Blog/Customer-Effort-Score/

Suhara, A., Hidayat, F. N., & Suryadi. (2024). Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Gym Dengan Metode Servqual, Ipa, Dan Kaizen. *Jurnal Industry Xplore*, 378-387.

Sukmadin, D., Alfatiyah, R., & M.Mualif. (2020). Analisis Kualitas Pelayanan Dengan Menggunakan Metode Servqual Dan Ipa Untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Di Salon Perawatan Nurani Beauty. *Teknologi*, 148-156.

Tehranineshat, B., Naderi, Z., Momennasab, M., & Yektatalab, S. (2021). *Assessing The Expectations And Perceptions Of Nursing Students Regarding The Educational Services In A School Of Nursing And Midwifery Based On The Servqual And Kano Models: A Case Study. Hospital Topics*, 1-9.

Tjandra, S., Suhartono, A., Kelvin, & Sharon. (2023). *Analysis Of Service Quality At Beauty Salons In Surabaya Using The Servqual Method. International Journal Of Science, Technology & Management* , 245-253.

Wahyuningsih, E., Azizah, S. A., Firdaus, M. I., & Siregar, S. R. (2021). T*he Analysis Of Delivery Service Quality Using Six Sigma And Servqual Methods In Improving Customer Satisfaction. Grostlog 2021 (Global Research On Sustainable Transport & Logistics)*, 1140-1151.

Wang, X., Gao, Y., & Li, S. (2021). *Retracted: A Study On Students' Satisfaction With Classroom Teaching Of Independent Adult Universities Based On Servqual And Ipa Models, Taking Beijing Haidian Adult University As An Example. Hindawi: Journal Of Mathematics*, 1-9.

Wider, W., Tan, F. P., Tan, Y. P., Lin, J., Fauzi, M. A., Wong, L. S., . . . Hossain, S. F. (2024). *Service Quality (Servqual) Model In Private Higher Education Institutions: A Bibliometric Analysis Of Past, Present, And Future Prospects. Social Sciences & Humanities Open 9*, 1-10.

Yousif, A. (2015). E-*Service Quality: A Multi Dimension Perspective. International Journal Of Economics, Commerce And Management*, 873-888.

Yuniar, N., & Marboen, A. P. (2015, Februari 25). Industri Tata Rambut Indonesia Lebih Dari Rp 1 Triliun. Retrieved From Antara (Kantor Berita Indonesia):

Https://Www.Antaranews.Com/Berita/481952/Industri-Tata-Rambut-Indonesia-Lebih-Dari-Rp1-Triliun

Z, F. V., P, N. N., & Surono, G. (2023). Analisis Kualitas Kinerja Pelayanan Kesiswaan Terhadap Kepuasan Siswa Mengunakan Metode Service Quality (*Servqual*). Jbpi – Jurnal Bidang Penelitian Informatika, 51-56.

LAMPIRAN

A- Kuesioner Penelitian

DATA RESPONDEN

Nama:

Jenis Kelamin

	Pria
	Wanita

Usia

1.	Kurang dari 20 tahun
2.	20 – 30 tahun
3.	30 – 40 tahun
4.	Di atas 40 tahun

Pendapatan

1.	Kurang dari Rp.1.000.000
2.	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.499.000
3.	Rp. 2.500.000 – Rp. 5.000.000
4.	Lebih dari Rp. 5.000.000

Pekerjaan

1.	Pelajar/ mahasiswa
2.	Pegawai swasta
3.	PNS
4.	Lainnya…

KUESIONER *SERVICE QUALITY*

PETUNJUK: INDIKATOR HARAPAN	**PETUNJUK: INDIKATOR KINERJA**
1 = Sangat Tidak Penting	1 = Sangat Tidak Setuju
2 = Tidak Penting	2 = Tidak Setuju
3 = Cukup Penting	3 = Cukup Setuju
4 = Penting	4 = Setuju
5 = Sangat Penting	5 = Sangat Setuju

Tabel A.1 Kuesioner *Service Quality*

NO	**PERNYATAAN**	**NILAI**	
		HARAPAN	**KINERJA**
		1 2 3 4 5	**1 2 3 4 5**
	TAMPILAN FISIK (*TANGIBLE*)		
1	Fasilitas Salon Johnny Andrean modern dan nyaman.		
2	Penampilan karyawan Salon Johnny Andrean selalu rapi dan profesional.		
3	Peralatan yang digunakan di Salon Johnny Andrean selalu bersih dan berkualitas.		
4	Kebersihan ruangan Salon Johnny Andrean terjaga dengan baik.		
	KEHANDALAN (*RELIABILITY*)		
5	Alur prosedur dan pelayanan Johnny Andrean Salon jelas.		
6	Salon Johnny Andrean dapat memberikan layanan yang konsisten serta tepat waktu seperti yang dijanjikan		
7	Salon Johnny Andrean dapat diandalkan dalam menyelesaikan masalah pelanggan		

NO	PERNYATAAN	NILAI									
		HARAPAN					KINERJA				
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
8	*Staff* Salon Johnny Andrean mampu memberikan hasil yang sesuai dengan permintaan saya.										
	DAYA TANGGAP (*RESPONSIVENESS*)										
9	Staf Salon Johnny Andrean selalu siap membantu saat dibutuhkan										
10	Staf Salon Johnny Andrea memberikan informasi yang jelas mengenai proses layanan.										
11	Staf Salon Johnny Andrean responsif terhadap pertanyaan atau permintaan saya.										
	JAMINAN (*ASSURANCE*)										
12	Staf Salon Johnny Andrean memiliki pengetahuan dan keterampilan yang baik dalam memberikan layanan.										
13	Saya merasa aman saat mendapatkan layanan di Salon Johnny Andrean.										
14	Staf Salon Johnny Andrean bersikap ramah dan sopan.										
	EMPATI (*EMPATHY*)										
15	Staf Salon Johnny Andrean memberikan perhatian penuh pada kebutuhan pribadi saya.										
16	Jam layanan Salon Johnny Andrean fleksibel dan sesuai dengan kebutuhan saya.										
17	Staf Salon Johnny Andrean memahami preferensi gaya rambut perawatan saya.										

KUESIONER CES (*CUSTOMER EFFORT SCORE*)

PETUNJUK:

1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Netral

4 = Setuju

5 = Sangat Setuju

Tabel A.2 Kuesioner *Customer Effort Score*

No.	Pernyataan	Nilai				
		1	2	3	4	5
1.	Proses *booking* di Salon Johnny Andrean sangat mudah dilakukan.					
2.	Saya dapat menemukan layanan yang saya butuhkan di Salon Johnny Andrean tanpa kesulitan.					
3.	Layanan pelanggan di Salon Johnny Andrean sangat membantu dalam menyelesaikan permintaan saya.					
4.	Proses pembayaran di Salon Johnny Andrean sangat cepat dan mudah,					
5.	Saya merasa layanan yang diberikan berjalan lancar tanpa banyak usaha dari saya.					

PERTANYAAN TERBUKA

1. *Treatment* apa yang baru saja anda dapatkan?

   Jawab:

2. Bagian mana dari layanan di Salon Johnny Andrean yang menurut Anda perlu diperbaiki?

   Jawab:

B- Uji Validitas Harapan (PY)

Tabel B.1 Hasil Uji Validitas Harapan (PY)

Correlations

		PY01	PY02	PY03	PY04	PY05	PY06	PY07	PY08	PY09	PY10	PY11	PY12	PY13	PY14	PY15	PY16	PY17	TOTAL
PY01	Pearson Correlation	1	.449**	.857**	.857**	.457**	.728**	.546**	.546**	.393**	.639**	.728**	.728**	.572**	.728**	.728**	.572**	.857**	.836**
	Sig. (2-tailed)		0,001	0,000	0,000	0,001	0,000	0,000	0,000	0,005	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PY02	Pearson Correlation	.449**	1	.543**	.543**	0,265	.449**	.332*	.332*	0,216	.549**	.449**	.449**	.486**	.633**	.633**	.486**	.543**	.642**
	Sig. (2-tailed)	0,001		0,000	0,000	0,063	0,001	0,018	0,018	0,131	0,000	0,001	0,001	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PY03	Pearson Correlation	.857**	.543**	1	1.000**	.546**	.546**	.645**	.645**	.477**	.758**	.857**	.857**	.684**	.857**	.857**	.684**	1.000**	.942**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PY04	Pearson Correlation	.857**	.543**	1.000**	1	.546**	.546**	.645**	.645**	.477**	.758**	.857**	.857**	.684**	.857**	.857**	.684**	1.000**	.942**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50

Correlations

		PY01	PY02	PY03	PY04	PY05	PY06	PY07	PY08	PY09	PY10	PY11	PY12	PY13	PY14	PY15	PY16	PY17	TOTAL
PY05	Pearson Correlation	.457**	0,265	.546**	.546**	1	.457**	.546**	.857**	.393**	.393**	.457**	.457**	.345*	.457**	.457**	.572**	.546**	.638**
	Sig. (2-tailed)	0,001	0,063	0,000	0,000		0,001	0,000	0,000	0,005	0,005	0,001	0,001	0,014	0,001	0,001	0,000	0,000	0,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PY06	Pearson Correlation	.728**	.449**	.546**	.546**	.457**	1	.546**	.546**	.393**	.639**	.457**	.457**	.345*	.728**	.728**	.345*	.546**	.697**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,001	0,000	0,000	0,001		0,000	0,000	0,005	0,000	0,001	0,001	0,014	0,000	0,000	0,014	0,000	0,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PY07	Pearson Correlation	.546**	.332*	.645**	.645**	.546**	.546**	1	.645**	.758**	.477**	.546**	.546**	.425**	.546**	.546**	.425**	.645**	.716**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,018	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,002	0,000	0,000	0,002	0,000	0,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PY08	Pearson Correlation	.546**	.332*	.645**	.645**	.857**	.546**	.645**	1	.477**	.477**	.546**	.546**	.425**	.546**	.546**	.684**	.645**	.739**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,018	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,002	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PY09	Pearson Correlation	.393**	0,216	.477**	.477**	.393**	.393**	.758**	.477**	1	.333*	.639**	.639**	.287*	.393**	.393**	.492**	.477**	.605**

Correlations

		PY01	PY02	PY03	PY04	PY05	PY06	PY07	PY08	PY09	PY10	PY11	PY12	PY13	PY14	PY15	PY16	PY17	TOTAL
	Sig. (2-tailed)	0,005	0,131	0,000	0,000	0,005	0,005	0,000	0,000		0,018	0,000	0,000	0,043	0,005	0,005	0,000	0,000	0,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PY10	Pearson Correlation	.639**	.549**	.758**	.758**	.393**	.639**	.477**	.477**	.333*	1	.639**	.639**	.492**	.885**	.885**	.492**	.758**	.801**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,005	0,000	0,000	0,000	0,018		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PY11	Pearson Correlation	.728**	.449**	.857**	.857**	.457**	.457**	.546**	.546**	.639**	.639**	1	1.000**	.572**	.728**	.728**	.799**	.857**	.875**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,001	0,000	0,000	0,001	0,001	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PY12	Pearson Correlation	.728**	.449**	.857**	.857**	.457**	.457**	.546**	.546**	.639**	.639**	1.000**	1	.572**	.728**	.728**	.799**	.857**	.875**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,001	0,000	0,000	0,001	0,001	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PY13	Pearson Correlation	.572**	.486**	.684**	.684**	.345*	.345*	.425**	.425**	.287*	.492**	.572**	.572**	1	.572**	.572**	.621**	.684**	.700**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,014	0,014	0,002	0,002	0,043	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50

Correlations

		PY01	PY02	PY03	PY04	PY05	PY06	PY07	PY08	PY09	PY10	PY11	PY12	PY13	PY14	PY15	PY16	PY17	TOTAL
PY14	Pearson Correlation	.728**	.633**	.857**	.857**	.457**	.728**	.546**	.546**	.393**	.885**	.728**	.728**	.572**	1	1.000**	.572**	.857**	.895**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,001	0,000	0,000	0,000	0,005	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PY15	Pearson Correlation	.728**	.633**	.857**	.857**	.457**	.728**	.546**	.546**	.393**	.885**	.728**	.728**	.572**	1.000**	1	.572**	.857**	.895**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,001	0,000	0,000	0,000	0,005	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PY16	Pearson Correlation	.572**	.486**	.684**	.684**	.572**	.345*	.425**	.684**	.492**	.492**	.799**	.799**	.621**	.572**	.572**	1	.684**	.782**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,014	0,002	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PY17	Pearson Correlation	.857**	.543**	1.000**	1.000**	.546**	.546**	.645**	.645**	.477**	.758**	.857**	.857**	.684**	.857**	.857**	.684**	1	.942**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
TOTAL	Pearson Correlation	.836**	.642**	.942**	.942**	.638**	.697**	.716**	.739**	.605**	.801**	.875**	.875**	.700**	.895**	.895**	.782**	.942**	1

Correlations

	PY01	PY02	PY03	PY04	PY05	PY06	PY07	PY08	PY09	PY10	PY11	PY12	PY13	PY14	PY15	PY16	PY17	TOTAL
Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50

B-Uji Validitas Kinerja

Tabel B.2 Hasil Uji Validitas Kinerja (PX)

Correlations

		PX01	PX02	PX03	PX04	PX05	PX06	PX07	PX08	PX09	PX10	PX11	PX12	PX13	PX14	PX15	PX16	PX17	TOTAL
PX01	Pearson Correlation	1	.795**	0,139	0,029	0,113	.429**	.397**	.460**	.555**	0,070	0,085	0,157	0,076	0,172	0,089	.423**	0,172	.505**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,337	0,839	0,433	0,002	0,004	0,001	0,000	0,628	0,557	0,277	0,600	0,231	0,541	0,002	0,231	0,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PX02	Pearson Correlation	.795**	1	0,234	0,207	0,210	.474**	.521**	.420**	.660**	0,152	0,040	0,278	0,036	0,121	0,147	.483**	0,121	.574**
	Sig. (2-tailed)	0,000		0,102	0,149	0,143	0,001	0,000	0,002	0,000	0,291	0,781	0,051	0,803	0,403	0,308	0,000	0,403	0,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PX03	Pearson Correlation	0,139	0,234	1	.521**	.441**	0,125	.336*	.396**	0,270	.497**	.677**	.635**	.722**	.631**	.366**	0,246	.631**	.607**
	Sig. (2-tailed)	0,337	0,102		0,000	0,001	0,389	0,017	0,004	0,058	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,009	0,085	0,000	0,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PX04	Pearson Correlation	0,029	0,207	.521**	1	0,221	0,026	0,126	0,059	0,125	0,254	.379**	.348*	.428**	.345*	0,156	0,230	.345*	.365**
	Sig. (2-tailed)	0,839	0,149	0,000		0,123	0,856	0,383	0,686	0,387	0,075	0,007	0,013	0,002	0,014	0,280	0,108	0,014	0,009
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PX05	Pearson Correlation	0,113	0,210	.441**	0,221	1	.443**	.500**	.372**	.508**	.654**	.611**	.550**	.614**	.484**	.652**	.332*	.340*	.684**

Correlations

		PX01	PX02	PX03	PX04	PX05	PX06	PX07	PX08	PX09	PX10	PX11	PX12	PX13	PX14	PX15	PX16	PX17	TOTAL
	Sig. (2-tailed)	0,433	0,143	0,001	0,123		0,001	0,000	0,008	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,018	0,016	0,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PX06	Pearson Correlation	.429**	.474**	0,125	0,026	.443**	1	.846**	.652**	.743**	.378**	.331*	.424**	0,239	.462**	.556**	.825**	0,278	.773**
	Sig. (2-tailed)	0,002	0,001	0,389	0,856	0,001		0,000	0,000	0,000	0,007	0,019	0,002	0,095	0,001	0,000	0,000	0,051	0,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PX07	Pearson Correlation	.397**	.521**	.336*	0,126	.500**	.846**	1	.641**	.774**	.486**	.343*	.502**	.369**	.484**	.665**	.785**	.418**	.840**
	Sig. (2-tailed)	0,004	0,000	0,017	0,383	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,015	0,000	0,008	0,000	0,000	0,000	0,003	0,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PX08	Pearson Correlation	.460**	.420**	.396**	0,059	.372**	.652**	.641**	1	.665**	0,266	.344*	.388**	.378**	.373**	.367**	.697**	0,222	.701**
	Sig. (2-tailed)	0,001	0,002	0,004	0,686	0,008	0,000	0,000		0,000	0,062	0,014	0,005	0,007	0,008	0,009	0,000	0,121	0,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PX09	Pearson Correlation	.555**	.660**	0,270	0,125	.508**	.743**	.774**	.665**	1	.521**	.448**	.359*	.329*	.306*	.550**	.724**	0,229	.813**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,058	0,387	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,001	0,010	0,020	0,031	0,000	0,000	0,110	0,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50

Correlations

		PX01	PX02	PX03	PX04	PX05	PX06	PX07	PX08	PX09	PX10	PX11	PX12	PX13	PX14	PX15	PX16	PX17	TOTAL
PX10	Pearson Correlation	0,070	0,152	.497**	0,254	.654**	.378**	.486**	0,266	.521**	1	.619**	.583**	.553**	.478**	.718**	.371**	.393**	.667**
	Sig. (2-tailed)	0,628	0,291	0,000	0,075	0,000	0,007	0,000	0,062	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,008	0,005	0,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PX11	Pearson Correlation	0,085	0,040	.677**	.379**	.611**	.331*	.343*	.344*	.448**	.619**	1	.579**	.894**	.700**	.625**	.408**	.700**	.692**
	Sig. (2-tailed)	0,557	0,781	0,000	0,007	0,000	0,019	0,015	0,014	0,001	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,003	0,000	0,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PX12	Pearson Correlation	0,157	0,278	.635**	.348*	.550**	.424**	.502**	.388**	.359*	.583**	.579**	1	.618**	.744**	.557**	.457**	.637**	.718**
	Sig. (2-tailed)	0,277	0,051	0,000	0,013	0,000	0,002	0,000	0,005	0,010	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,001	0,000	0,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PX13	Pearson Correlation	0,076	0,036	.722**	.428**	.614**	0,239	.369**	.378**	.329*	.553**	.894**	.618**	1	.734**	.629**	.365**	.734**	.679**
	Sig. (2-tailed)	0,600	0,803	0,000	0,002	0,000	0,095	0,008	0,007	0,020	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,009	0,000	0,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PX14	Pearson Correlation	0,172	0,121	.631**	.345*	.484**	.462**	.484**	.373**	.306*	.478**	.700**	.744**	.734**	1	.566**	.420**	.767**	.701**

Correlations

		PX01	PX02	PX03	PX04	PX05	PX06	PX07	PX08	PX09	PX10	PX11	PX12	PX13	PX14	PX15	PX16	PX17	TOTAL
	Sig. (2-tailed)	0,231	0,403	0,000	0,014	0,000	0,001	0,000	0,008	0,031	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,002	0,000	0,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PX15	Pearson Correlation	0,089	0,147	.366**	0,156	.652**	.556**	.665**	.367**	.550**	.718**	.625**	.557**	.629**	.566**	1	.546**	.641**	.752**
	Sig. (2-tailed)	0,541	0,308	0,009	0,280	0,000	0,000	0,000	0,009	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PX16	Pearson Correlation	.423**	.483**	0,246	0,230	.332*	.825**	.785**	.697**	.724**	.371**	.408**	.457**	.365**	.420**	.546**	1	.349*	.793**
	Sig. (2-tailed)	0,002	0,000	0,085	0,108	0,018	0,000	0,000	0,000	0,000	0,008	0,003	0,001	0,009	0,002	0,000		0,013	0,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PX17	Pearson Correlation	0,172	0,121	.631**	.345*	.340*	0,278	.418**	0,222	0,229	.393**	.700**	.637**	.734**	.767**	.641**	.349*	1	.622**
	Sig. (2-tailed)	0,231	0,403	0,000	0,014	0,016	0,051	0,003	0,121	0,110	0,005	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,013		0,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
TOTAL	Pearson Correlation	.505**	.574**	.607**	.365**	.684**	.773**	.840**	.701**	.813**	.667**	.692**	.718**	.679**	.701**	.752**	.793**	.622**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,009	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50

B- Uji Validitas *Customer Effort Score*

Tabel B.3 Hasil Uji Validitas *Customer Effort Score*

Correlations

		CES01	CES02	CES03	CES04	CES05	TOTAL
CES01	Pearson Correlation	1	.580**	.499**	.315*	.484**	.774**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,000	0,027	0,000	0,000
	N	49	49	49	49	49	49
CES02	Pearson Correlation	.580**	1	.660**	0,253	.594**	.841**
	Sig. (2-tailed)	0,000		0,000	0,079	0,000	0,000
	N	49	49	49	49	49	49
CES03	Pearson Correlation	.499**	.660**	1	.514**	.677**	.840**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000
	N	49	49	49	49	49	49
CES04	Pearson Correlation	.315*	0,253	.514**	1	.635**	.614**
	Sig. (2-tailed)	0,027	0,079	0,000		0,000	0,000
	N	49	49	49	49	49	49
CES05	Pearson Correlation	.484**	.594**	.677**	.635**	1	.831**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000
	N	49	49	49	49	49	49

Correlations

		CES01	CES02	CES03	CES04	CES05	TOTAL
TOTAL	Pearson Correlation	.774**	.841**	.840**	.614**	.831**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	49	49	49	49	49	49

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

C-Pengumpulan Data



Gambar C.1 Wawancara Responden



Gambar C.2 Wawancara Responden



Gambar C.3 Fasilitas Salon



Gambar C.4 Wawancara Dengan *Supervisor*