

**ANALISIS PENGARUH DIMENSI KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUASAN PELANGGAN ELLA ORGANIC SKIN CARE DI KOTA  
SURAKARTA**



**OLEH**

**SHEILLA AMANDA**

**11094763**



**FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA**

**YOGYAKARTA**

**2012**

**ANALISIS PENGARUH DIMENSI KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUASAN PELANGGAN ELLA ORGANIC SKIN CARE DI KOTA  
SURAKARTA**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen, Universitas Kristen Duta Wacana,  
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan, Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi,

Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana

Yogyakarta, 2012

**Disusun oleh :**

**SHEILLA AMANDA**

**NIM : 11094763**

**Jurusan : Manajemen**



**FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA**

**YOGYAKARTA**

**2012**

## HALAMAN PERSETUJUAN

Judul : Analisis Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Ella Organic Skin Care di Kota Surakarta

Nama Penyusun : Sheilla Amanda

Nomor Induk Mahasiswa : 11094763

Fakultas : Bisnis

Progam Studi : Manajemen

Dosen Pembimbing : Dra.Ambar Kusuma Astuti,M.Si

Tahun Akademik : 2012/2013

Yogyakarta, 18 Desember 2012

Telah disetujui dan diterima dengan baik oleh,

Dosen Pembimbing Skripsi



(Dra.Ambar Kusuma Astuti,M.Si)

## HALAMAN PENGESAHAN

Dipertahankan Di Depan Dewan Penguji Tugas Akhir /Skripsi

Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

dan Diterima Untuk Memenuhi Sebagian Syarat - syarat Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi

Pada Tanggal

**10 Januari 2013**

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Bisnis



(Dr. Singgih Santoso, MM)

Dewan Penguji :

1. Petra Surya Mega Wijaya, S.E., M.Si.
2. Dra. Ambar Kusuma Astuti, M.Si
3. Jonathan Herdioko, S.E, MM

Tanda Tangan

## **MOTTO**

Kesuksesan itu penuh tantangan, gagal sekali dua kali itu biasa, tetaplah konsisten dengan mimpi kita.

**(Agnes Monica)**

Seseorang takkan pernah memahami arti keberhasilan yang sempurna tanpa mengalami kegagalan sebelumnya.

**(Anonymous)**

Mengetahui saja tidak cukup, kita harus mengaplikasikannya. Kehendak saja tidak cukup, kita harus mewujudkannya dalam aksi.

**(Leonardo Da Vinci)**

Berusaha dengan seluruh kemampuan, pantang menyerah, berdoa dan percaya adalah kunci kesuksesan

**(Penulis)**

## HALAMAN PERSEMBAHAN

*Laporan Skripsi ini kupersembahkan untuk :*

1. Universitas Kristen Duta Wacana.
2. Dosen Pembimbingku Ibu Dra.Ambar Kusuma  
Astuti,M.Si
3. Kedua Orangtuaku, kakak dan adikku serta  
keluarga besar.
4. Sahabat dan Teman-teman dekatku.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ Analisis Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Ella Organic Skin Care di Kota Surakarta”. Penyusunan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta. Penulis menyadari bahwa sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini tanpa bantuan, motivasi, doa dan bimbingan dari berbagai pihak, baik dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini. Untuk itu penulis mengucapkan terimakasih dan penghargaan sebesar-besarnya kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus yang telah memberikan penyertaan, berkat dan anugerah yang begitu besar kepada penulis hingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan baik.
2. Ibu Dra. Ambar Kusuma Astuti, M. Si. , selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan banyak waktu untuk membimbing, mengajar, membantu serta memberikan banyak masukan yang bermanfaat bagi penulis.
3. Bapak Dr. Singgih Santoso, MM selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.
4. Papa, mama, kakak, adikku dan keluarga besar yang senantiasa mendukung dalam pembuatan tugas akhir ini yang selalu memberikan semangat, doa, kasih sayang dan bantuan hingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

5. Para dosen dan staff UKDW yang telah memberikan banyak pengarahan dan masukan yang berguna bagi penulis baik sewaktu kuliah maupun dalam penyusunan tugas akhir ini.
6. Untuk semua sahabatku, dan teman - teman Fakultas Bisnis 2009, yang telah memberikan semangat, motivasi, doa serta membantu untuk segala kesulitan dalam menyelesaikan tugas kuliah serta penyusunan skripsi ini.
7. Semua pihak yang tidak dapat satu persatu dicantumkan oleh penulis yang telah turut ikut serta dalam membantu dan mendukung penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Dengan keterbatasan kemampuan dan pengetahuan, penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan dan kesalahan, walaupun demikian penulis telah berusaha dengan kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki untuk menyajikan dalam penulisan skripsi dengan sebaik-baiknya. Oleh karena itu penulis sangat menghargai segala pendapat dan kritik yang diberikan. Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan saudara-saudara semua. Dan semoga skripsi ini membawa manfaat bagi rekan-rekan semua.

Yogyakarta, Desember 2012

Sheilla Amanda

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGAJUAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Batasan Masalah.....	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	11
1.5 Manfaat Penelitian.....	12
BAB II. LANDASAN TEORI	
2.1 Landasan Teori	
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	13
2.1.2 Pengertian dan Karakteristik Jasa.....	15
2.1.3 Konsep Pemasaran.....	17
2.1.4 Dimensi Kualitas Pelayanan.....	20
2.1.5 Perilaku Konsumen.....	24
2.1.6 Segmentasi Pasar.....	29
2.1.7 Kepuasan Pelanggan.....	32

2.1.8 Metode Pengukuran Tingkat Kepuasan.....	35
2.1.9 Strategi Meningkatkan Kualitas Jasa.....	37
2.2 Penelitian terdahulu.....	42
2.3 Model penelitian.....	42
2.4 Pengembangan Hipotesis.....	43

### BAB III. METODE PENELITIAN

3.1 Data	
3.1.1 Sumber Data.....	47
3.1.2 Metode Pengambilan Data.....	49
3.2 Variabel Penelitian & Pengukuran Variabel	
3.2.1 Variabel Penelitian.....	50
3.2.2 Pengukuran Variabel.....	54
3.3 Metode Analisis	
3.3.1 Uji Instrumen.....	55
3.3.2 Analisis Prosentase.....	58
3.3.3 Analisis Regresi Berganda.....	59
3.3.4 Uji Signifikansi.....	60

### BAB IV. ANALISIS DATA

4.1 Analisis Deskriptif.....	64
4.2 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	
4.2.1 Analisis Validitas.....	65
4.2.2 Analisis Reliabilitas.....	67
4.3 Analisis Prosentase	
4.3.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	68
4.3.2 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	69
4.3.3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	70
4.3.4 Profil Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir.....	71
4.3.5 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan.....	72

4.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	73
4.5 Uji Signifikansi Pengaruh Secara Parsial (t-Test).....	77
4.6 Uji Signifikansi Pengaruh Secara Simultan (F-Test).....	80
4.7 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	82
4.8 Pembahasan.....	84
BAB V. SIMPULAN dan SARAN	
5.1 Simpulan.....	92
5.2 Saran.....	95
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	99
DAFTAR PUSTAKA.....	100
LAMPIRAN.....	101



## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Hasil Uji Validitas.....	66
Tabel 4.2	Hasil Uji Reliabilitas.....	67
Tabel 4.3	Tabel Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	68
Tabel 4.4	Tabel Profil Responden Berdasarkan Usia.....	69
Tabel 4.5	Tabel Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	70
Tabel 4.6	Tabel Profil Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	71
Tabel 4.7	Tabel Profil Responden Berdasarkan Pendapatan.....	72
Tabel 4.8	Tabel Hasil Analisa Regresi Berganda.....	74
Tabel 4.9	Hasil Uji T.....	78
Tabel 4.10	Hasil Uji F.....	81
Tabel 4.11	Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	82
Tabel 4.12	Ringkasan Hasil Penelitian.....	84



## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1	Surat Ijin Penelitian
LAMPIRAN 2	Kuesioner
LAMPIRAN 3	Jawaban Responden
LAMPIRAN 4	Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas
LAMPIRAN 5	Hasil Uji Regresi Linear Berganda dan Signifikansi
LAMPIRAN 6	Hasil Analisis Prosentase
LAMPIRAN 7	Tabel r, Tabel t dan Tabel F



UKDW

## ABSTRAKSI

Peranan sektor jasa semakin lama semakin luas dan canggih dalam perkembangannya. Kebutuhan konsumen akan sektor jasa semakin meningkat. Kenyataan tersebut menjadi suatu tantangan bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa untuk lebih mengembangkan usahanya. Klinik kecantikan dan perawatan kulit merupakan salah satu usaha di bidang jasa yang menguntungkan saat ini. Hal ini dikaitkan dengan keadaan pasar saat ini, bahwa masyarakat semakin sadar akan pentingnya menjaga penampilan melalui perawatan kesehatan dan kecantikan kulit. Melihat situasi persaingan pada bisnis klinik kecantikan dan perawatan kulit, Ella Organic Skin Care sebagai salah satu klinik kecantikan dan perawatan kulit di Kota Surakarta membutuhkan usaha yang keras untuk menciptakan keunggulan kompetitif perusahaan. Perusahaan harus meningkatkan kualitas pelayanan dan kinerja perusahaan untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan. Keberhasilan usaha tersebut sangat ditentukan oleh kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas.

Dengan latar belakang masalah di atas, penulis melakukan penelitian yang berjudul " Analisis Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Ella Organic Skin Care di Kota Surakarta". Penelitian ini menguji pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Ella Organic Skin Care Surakarta. Variabel-variabel dimensi kualitas pelayanan meliputi keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*) sebagai variabel bebas. Kepuasan pelanggan merupakan variabel terikat dalam penelitian ini. Penelitian dilakukan di Kota Surakarta. Responden yang diteliti adalah 100 orang yang bertempat tinggal di Surakarta dan yang membeli produk atau menggunakan jasa perawatan kulit serta mengetahui tentang klinik perawatan kulit Ella Organic skin Care di Jalan Dr. Supomo no. 71 , Surakarta. Data yang diperoleh dianalisis dengan uji validitas dan reliabilitas, analisis presentase dan analisis regresi berganda, uji signifikansi yaitu uji t dan uji F, dan koefisien determinasi ( $R^2$ ). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kelima variabel dimensi kualitas pelayanan (variabel bebas) memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Ella Organic Skin Care Surakarta (variabel terikat) baik secara parsial maupun simultan.

Kata kunci : dimensi kualitas pelayanan (*reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangibles*) dan kepuasan pelanggan.

## ABSTRAKSI

Peranan sektor jasa semakin lama semakin luas dan canggih dalam perkembangannya. Kebutuhan konsumen akan sektor jasa semakin meningkat. Kenyataan tersebut menjadi suatu tantangan bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa untuk lebih mengembangkan usahanya. Klinik kecantikan dan perawatan kulit merupakan salah satu usaha di bidang jasa yang menguntungkan saat ini. Hal ini dikaitkan dengan keadaan pasar saat ini, bahwa masyarakat semakin sadar akan pentingnya menjaga penampilan melalui perawatan kesehatan dan kecantikan kulit. Melihat situasi persaingan pada bisnis klinik kecantikan dan perawatan kulit, Ella Organic Skin Care sebagai salah satu klinik kecantikan dan perawatan kulit di Kota Surakarta membutuhkan usaha yang keras untuk menciptakan keunggulan kompetitif perusahaan. Perusahaan harus meningkatkan kualitas pelayanan dan kinerja perusahaan untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan. Keberhasilan usaha tersebut sangat ditentukan oleh kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas.

Dengan latar belakang masalah di atas, penulis melakukan penelitian yang berjudul " Analisis Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Ella Organic Skin Care di Kota Surakarta". Penelitian ini menguji pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Ella Organic Skin Care Surakarta. Variabel-variabel dimensi kualitas pelayanan meliputi keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*) sebagai variabel bebas. Kepuasan pelanggan merupakan variabel terikat dalam penelitian ini. Penelitian dilakukan di Kota Surakarta. Responden yang diteliti adalah 100 orang yang bertempat tinggal di Surakarta dan yang membeli produk atau menggunakan jasa perawatan kulit serta mengetahui tentang klinik perawatan kulit Ella Organic skin Care di Jalan Dr. Supomo no. 71 , Surakarta. Data yang diperoleh dianalisis dengan uji validitas dan reliabilitas, analisis presentase dan analisis regresi berganda, uji signifikansi yaitu uji t dan uji F, dan koefisien determinasi ( $R^2$ ). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kelima variabel dimensi kualitas pelayanan (variabel bebas) memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Ella Organic Skin Care Surakarta (variabel terikat) baik secara parsial maupun simultan.

Kata kunci : dimensi kualitas pelayanan (*reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangibles*) dan kepuasan pelanggan.

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Di era globalisasi saat ini, persaingan dunia bisnis menjadi semakin ketat karena persaingan bisnis sekarang ini bersifat mendunia sehingga hal tersebut mempengaruhi kondisi perkembangan dunia bisnis. Setiap perusahaan harus mampu melihat keadaan untuk dapat bersaing dan bertahan untuk menghadapi persaingan yang ketat dengan menciptakan suatu peluang bisnis. Kotler (2003:19) mengemukakan bahwa "tujuan pemasaran hendaknya mampu untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan serta keinginan para pelanggannya". Mengetahui apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen atas produk atau jasa merupakan faktor penting bagi perusahaan untuk menemukan suatu peluang bisnis. Strategi pemasaran yang baik juga dibutuhkan setiap perusahaan untuk mendukung perkembangan bisnis.

Sektor jasa merupakan sektor yang penting karena setiap produk tidak dapat disampaikan langsung ke konsumen tanpa melalui jasa. Dewasa ini, peranan sektor jasa semakin lama semakin luas dan canggih dalam perkembangannya. Kebutuhan konsumen akan sektor jasa semakin meningkat. Kenyataan tersebut menjadi suatu tantangan bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa untuk lebih mengembangkan usahanya.

Dengan semakin ketatnya persaingan bisnis khususnya dalam bidang jasa, setiap perusahaan harus bersaing untuk memberikan pelayanan yang terbaik bagi konsumen untuk mencapai kepuasan konsumen.

Klinik kecantikan dan perawatan kulit merupakan salah satu usaha di bidang jasa yang menguntungkan saat ini. Hal ini dikaitkan dengan keadaan pasar saat ini, bahwa masyarakat semakin sadar akan pentingnya menjaga penampilan melalui perawatan kesehatan dan kecantikan kulit. Bagi kaum perempuan, kesehatan dan kecantikan kulit merupakan suatu hal yang penting terutama dalam menjaga penampilan mereka di depan umum. Bagi perempuan yang ingin berpenampilan menarik dan cantik, perawatan kulit tubuh dan wajah menjadi suatu kebutuhan yang dipertimbangkan pada masa ini.

Masalah kesehatan kulit dipandang sebagai suatu kebutuhan. Dengan kondisi iklim dan cuaca yang tidak menentu yang menyebabkan meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya merawat kesehatan dan kecantikan kulit mereka. Bahkan tidak hanya kaum perempuan saja melainkan banyak kaum laki-laki yang mulai menggunakan jasa perawatan kulit. Berdasarkan perilaku konsumen tersebut, kebutuhan konsumen akan jasa perawatan kulit semakin tinggi terutama di wilayah perkotaan yang memiliki tingkat polusi yang tinggi.

Melihat situasi persaingan pada bisnis klinik kecantikan dan perawatan kulit, perusahaan membutuhkan usaha yang keras untuk menciptakan keunggulan kompetitif perusahaan. Perusahaan harus meningkatkan kualitas pelayanan dan kinerja perusahaan untuk mendapatkan calon pelanggan dan mempertahankan pelanggan yang ada. Keberhasilan usaha tersebut sangat ditentukan oleh kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas. Kualitas pelayanan tercermin dari kepuasan pelanggan untuk melakukan penggunaan ulang jasa perusahaan. Kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa dan produk yang ditawarkan oleh perusahaan dapat dijadikan masukan bagi perusahaan sebagai acuan untuk meningkatkan dan memperbaiki kualitas pelayanan yang diberikan.

Apabila konsumen merasa benar-benar puas atas pelayanan jasa yang diberikan, mereka akan melakukan pembelian ulang serta dapat memberikan rekomendasi yang positif mengenai perusahaan kepada orang lain untuk menggunakan jasa perusahaan.

Ella Organic Skin Care terletak di tengah kota Surakarta, yaitu di Jl. Dr. Supomo no. 71. Ella Organic Skin Care adalah pusat perawatan kecantikan kulit yang memadukan bahan terbaik dari alam dan medis. Dengan bantuan teknologi, Ella Organic Skin Care memastikan bahan-bahan alami yang telah diproses dengan teknologi yang dimiliki dapat meresap ke dalam kulit dan memberikan hasil optimal.

Di bawah supervisi dokter dan bantuan tenaga profesional yang berkomitmen untuk memberikan solusi yang tepat bagi setiap permasalahan kulit. Seluruh staf Ella Organic Skin Care juga berkomitmen untuk melayani dari hati, sehingga Ella Organic Skin Care memastikan anda mendapatkan pelayanan yang ramah dan memuaskan. Ella Organic Skin Care sangat mengutamakan sterilitas dalam setiap perawatan Ella Organic Skin Care. Ella Organic Skin Care melakukan 3 tahap sterilitas untuk memberikan perlindungan bagi pelanggan, sehingga pelanggan dapat melakukan perawatan dengan tenang di Ella Organic Skin Care. Hal ini membuat Ella Organic Skin Care menjadi salah satu klinik perawatan dan kecantikan kulit yang dipilih oleh masyarakat Surakarta.

Dalam memberikan pelayanan, setidaknya Ella Organic Skin Care harus memenuhi 5 dimensi kualitas pelayanan sehingga dapat menciptakan kepuasan pelanggan yang kemudian loyal terhadap perusahaan. Dengan demikian, terdapat lima dimensi utama yaitu *reliability* (kehandalan), meliputi kemampuan Ella Organic Skin Care untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya sesuai dengan harapan pelanggannya. Dimensi *tangible* (bukti fisik) yang berupa produk perawatan, interior, kelengkapan fasilitas, penampilan karyawan dan peralatan yang disediakan.

Dimensi *assurance* (jaminan atau kepastian) yaitu yang berhubungan dengan sopan santun karyawan, pengetahuan yang dimiliki karyawan mengenai (product knowledge) untuk menumbuhkan rasa percaya pelanggan terhadap Ella Organic Skin Care. Dimensi *empathy* yaitu kepedulian Ella Organic Skin Care dengan memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan upaya memahami keinginan konsumen, serta *responsiveness* (daya tanggap) yang berupa kemauan Ella Organic Skin Care untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan. Dalam rangka menghasilkan suatu pelayanan yang berkualitas suatu perusahaan diharapkan dapat mengukur pelayanan yang telah diberikan kepada pelanggannya dengan skala pengukuran yang telah dihasilkan dari hasil penelitian Parasuraman, Zeithmal dan Berry. (Lupiyoadi, 2001: 149).

Berdasarkan hal-hal tersebut di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti "Analisis Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Ella Organic Skin Care di Kota Surakarta". Adapun sub tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis pengaruh dimensi kualitas jasa yang ditinjau dari faktor internal Ella Organic Skin Care terhadap kepuasan konsumennya.

## 1.2 Rumusan Masalah

Melihat kenyataan tersebut maka permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah :

- 1.2.1 Apakah variabel keandalan (*reliability*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Ella Organic Skin Care di Surakarta ?
- 1.2.2 Apakah variabel daya tanggap (*responsiveness*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Ella Organic Skin Care di Surakarta ?
- 1.2.3 Apakah variabel jaminan (*assurance*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Ella Organic Skin Care di Surakarta ?
- 1.2.4 Apakah variabel empathy (*empathy*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Ella Organic Skin Care di Surakarta ?
- 1.2.5 Apakah variabel bukti fisik (*tangibles*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Ella Organic Skin Care di Surakarta ?

### 1.3 Batasan Masalah

Agar permasalahan penelitian tidak terlalu luas dan sesuai dengan tujuan penelitian, maka penulis memberikan batasan masalah sebagai berikut :

1.3.1 Obyek penelitian yang dianalisis adalah klinik perawatan kulit

Ella Organic Skin Care di Jalan Dr. Supomo no. 71 , Surakarta.

1.3.2 Penelitian dilakukan di Kota Surakarta.

Responden yang diteliti adalah 100 orang yang bertempat tinggal di Surakarta dan yang membeli produk atau menggunakan jasa perawatan kulit serta mengetahui tentang klinik perawatan kulit Ella Organic skin Care di Jalan Dr. Supomo no. 71 , Surakarta.

1.3.3 Data yang diteliti :

1.3.3.1 Profil responden

a. Jenis Kelamin :

1. Pria

2. Wanita

b. Usia Responden :

1. < 20 tahun

2. antara 20 - 30 tahun

3. antara 30 - 40 tahun

4. > 40 tahun

c. Pekerjaan :

1. Pelajar
2. Mahasiswa
3. Wiraswasta
4. Pegawai negeri atau pegawai swasta
5. Ibu rumah tangga
6. Lain-lain.

d. Tingkat pendidikan :

1. SMP
2. SMA/SMK
3. D3
4. S1
5. Lain-lain.

e. Pendapatan :

1. < Rp 500.000,00 per bulan
2.  $\geq$  Rp 500.000,00 – Rp 1.000.000,00 per bulan
3.  $\geq$  Rp 1.000.000,00 – Rp 1.500.000,00 per bulan
4.  $\geq$  Rp 1.500.000,00 – Rp 2.000.000,00 per bulan
5. > Rp 2.000.000,00 per bulan

#### 1.3.4 Atribut yang diteliti :

##### a. Reliabilitas (*reliability*)

Meliputi kemampuan Ella Organic Skin Care untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya sesuai dengan harapan pelanggannya. Dapat dilihat melalui pelayanan yang sesuai dengan standar pelayanan yang diterapkan perusahaan, melayani pelanggan sesuai dengan jam operasional, dan melayani sesuai dengan permintaan pelanggan.

##### b. Daya tanggap (*responsiveness*)

Berupa kesediaan Ella Organic Skin Care untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan. Dapat dilakukan perusahaan melalui tanggap terhadap keluhan pelanggan, bersedia menanggapi pertanyaan-pertanyaan dari pelanggan, dan kecepatan dalam melayani pelanggan.

c. Jaminan (*assurance*)

Berhubungan dengan sopan santun karyawan, keramahan, pengetahuan yang dimiliki karyawan mengenai (product knowledge) dan pelayanan yang ditawarkan untuk menumbuhkan rasa percaya pelanggan terhadap Ella Organic Skin Care.

d. Empati (*empathy*)

Melalui hubungan komunikasi yang baik dengan pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan, dan pelanggan dapat dengan mudah menyampaikan pendapat kepada perusahaan. Hal itu merupakan kepedulian Ella Organic Skin Care dengan memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan upaya memahami keinginan konsumen.

e. Bukti fisik (*tangibles*)

Berupa produk perawatan, interior, kelengkapan fasilitas, penampilan karyawan dan peralatan lengkap yang disediakan oleh Ella Organic Skin Care untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan para pelanggannya.

## 1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui hal-hal sebagai berikut :

1.4.1 Untuk mengetahui pengaruh dari variabel keandalan (*reliability*) terhadap tingkat kepuasan pelanggan Ella Organic Skin Care di Surakarta.

1.4.2 Untuk mengetahui pengaruh dari variabel daya tanggap (*responsiveness*) terhadap kepuasan pelanggan Ella Organic Skin Care di Surakarta.

1.4.3 Untuk mengetahui pengaruh dari variabel jaminan (*assurance*) terhadap kepuasan pelanggan Ella Organic Skin Care di Surakarta.

1.4.4 Untuk mengetahui pengaruh dari variabel empati (*empathy*) terhadap kepuasan pelanggan Ella Organic Skin Care di Surakarta.

1.4.5 Untuk mengetahui pengaruh dari variabel bukti fisik (*tangibles*) terhadap kepuasan pelanggan Ella Organic Skin Care di Surakarta.

## 1.5 Manfaat Penelitian

### a. Bagi penulis

Untuk menerapkan teori di bidang manajemen pemasaran yang telah diperoleh selama studi di perguruan tinggi dan juga untuk memenuhi syarat akademik dalam meraih gelar sarjana.

### b. Bagi perusahaan

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan informasi dan bahan pertimbangan yang berguna bagi klinik perawatan kulit Ella Organic Skin Care dalam menentukan strategi yang efektif untuk meningkatkan mutu dan kualitas pelayanan serta dapat mencapai hasil sesuai dengan tujuan perusahaan visi dan misi perusahaan.

### c. Bagi pihak lain

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan acuan dan bahan pustaka bagi penulis dan pihak yang ingin melakukan penelitian lanjutan tentang topik dan masalah yang sejenis di masa yang akan datang.

## **BAB V**

### **SIMPULAN & SARAN**

Bab V ini merupakan simpulan akhir dan saran hasil dari penelitian yang telah dilakukan. Berdasarkan alat dan metode analisis yang dilakukan yaitu Analisis Prosentase, Analisis Linear Regresi Berganda, Uji t-test, Uji F-test, Koefisien determinasi.

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan hasil analisis penelitian yang telah dilakukan penulis mengenai Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Ella Organic Skin Care di Kota Surakarta, maka penulis dapat menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil analisis prosentase data profil responden, maka dapat diketahui bahwa :
  - a. Menurut hasil analisis prosentase profil responden berdasarkan jenis kelamin, dapat diketahui bahwa mayoritas dari responden dalam penelitian ini adalah pelanggan berjenis kelamin perempuan dengan prosentase 91%. Hal ini terjadi karena pada umumnya yang melakukan perawatan wajah dan kulit adalah perempuan.
  - b. Menurut hasil analisis prosentase profil responden berdasarkan usia, dapat diketahui bahwa mayoritas dari responden dalam penelitian ini adalah pelanggan berusia 20-30 tahun dengan prosentase sebesar 51%.

- c. Menurut hasil analisis prosentase profil responden berdasarkan pekerjaan, dapat diketahui bahwa mayoritas dari responden dalam penelitian ini adalah pelanggan yang memiliki pekerjaan sebagai wiraswasta dengan prosentase sebesar 34 %.
- d. Menurut hasil analisis prosentase profil responden berdasarkan tingkat pendidikan terakhir, dapat diketahui bahwa mayoritas dari responden dalam penelitian ini adalah pelanggan dengan tingkat pendidikan terakhir SMA/SMK dengan prosentase sebesar 55 %.
- e. Menurut hasil analisis prosentase profil responden berdasarkan pendapatan per bulan, dapat diketahui bahwa mayoritas dari responden dalam penelitian ini adalah pelanggan dengan pendapatan per bulan di atas Rp 2.000.000,00 dengan prosentase sebesar 37 %. Hal ini mungkin berkaitan dengan mayoritas responden dengan pekerjaan sebagai wiraswasta.

2. Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda diketahui bahwa :

Dari hasil analisis regresi berganda ini, Uji t-Test menunjukkan bahwa lima dimensi kualitas pelayanan yang meliputi *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* dan *tangibles* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Ella Organic Skin Care Surakarta.

Hal ini dapat diketahui dari nilai probabilitas signifikansi untuk kelima dimensi ini lebih kecil dari 0,05 ( $\alpha = 0,05$ ) yaitu *reliability* dengan nilai 0,030, *responsiveness* dengan nilai 0,000, *assurance* dengan nilai 0,015, *empati* dengan nilai 0,000, dan *tangibles* dengan nilai 0,001.

Sedangkan untuk untuk hasil uji F-Test, dapat diketahui bahwa variabel bebas (*independent*) berupa *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* dan *tangibles* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Ella Organic Skin Care Surakarta yang merupakan variabel terikat (*dependent*).

Berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi, maka dapat diketahui bahwa variabel dimensi kualitas pelayanan yang meliputi *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* dan *tangibles* yang merupakan variabel bebas dalam model regresi penelitian memiliki prosentase keberpengaruhan yang cukup tinggi yaitu sebesar 72,8 % terhadap variabel terikat (kepuasan pelanggan Ella Organic Skin Care). Hasil ini menunjukkan bahwa variabel bebas dalam penelitian ini berpengaruh tinggi karena memiliki nilai pengaruh lebih dari 50 %.

## 5.2 Saran

Berdasarkan dari beberapa kesimpulan di atas, penulis akan menyampaikan saran dan masukan yang diharapkan dapat berguna untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan peningkatan kinerja bagi Ella Organic Skin Care Surakarta agar menjadi lebih baik. Beberapa saran dan masukan yang dapat disampaikan, adalah sebagai berikut :

### 1. Variabel *Reliability*

Ada 2 aspek yang menjadi dasar dari dimensi ini. Pertama adalah kemampuan Ella Organic Skin Care untuk memberikan pelayanan seperti yang dijanjikan. Kedua adalah seberapa jauh Ella Organic Skin Care mampu memberikan pelayanan yang akurat dan memuaskan. Masalah yang dihadapi oleh Ella Organic Skin Care adalah banyaknya pelanggan yang melebihi kapasitas perusahaan sehingga menyebabkan antrian. Hal ini menyebabkan banyak pelanggan menganggap bahwa Ella Organic Skin Care kurang cepat dalam memberikan pelayanan atau perawatan kepada pelanggan. Dampak permasalahan ini yaitu menimbulkan penilaian negatif dari pelanggan yang menganggap Ella Organic Skin Care kurang dapat diandalkan dalam segi waktu meskipun permasalahan yang terjadi diakibatkan jumlah pelanggan yang melebihi kapasitas yang disediakan oleh Ella Organic Skin Care. Sebaiknya Ella Organic Skin Care memberikan penawaran kepada pelanggan untuk melakukan perawatan di hari atau jam operasional yang tidak terlalu padat pelanggan sehingga dapat meminimalisasi jumlah antrian pelanggan yang banyak dan ketidaknyamanan pelanggan.

## 2. Variabel *Responsiveness*

Masalah yang dihadapi oleh Ella Organic Skin Care yang berpengaruh pada kualitas dimensi *responsiveness* adalah jumlah antrian yang banyak. Jumlah antrian yang banyak membuat pelanggan merasa Ella Organic Skin Care kurang cepat dalam melayani proses pendaftaran dan perawatan (transaksi). Hal ini membuat ada beberapa pelanggan yang menjadi kurang sabar ketika menunggu giliran. Sebaiknya Ella Organic Skin Care, memiliki front-line staf yang bertugas untuk menanggapi keluhan pelanggan, memberikan solusi dan penjelasan yang dapat menjawab keluhan dan pertanyaan pelanggan sehingga pelanggan merasa lebih dihargai.

## 3. Variabel *Assurance*

Karena *assurance* merupakan dimensi kualitas yang berhubungan dengan kemampuan perusahaan dan perilaku stafnya dalam menanamkan rasa percaya dan keyakinan kepada para pelanggannya. Pelanggan Ella Organic Skin Care sudah merasa staf Ella Organic Skin Care ramah dan sopan dalam memberikan pelayanan. Selain itu staff Ella Organic Skin Care juga dapat menjelaskan dengan baik mengenai pelayanan dan produk yang ditawarkan kepada pelanggan. Sebaiknya Ella Organic Skin Care melakukan pelatihan dan bimbingan secara berkelanjutan kepada para stafnya agar dapat mempertahankan kualitas serta dapat meningkatkan kualitas variabel ini menjadi lebih baik dari sebelumnya.

Dengan kualitas variabel *assurance* yang baik dapat meningkatkan image positif perusahaan sehingga pelanggan akan memberikan referensi positif kepada orang lain mengenai Ella Organic Skin Care.

#### 4. Variabel *Empathy*

Pelanggan Ella Organic Skin Care memberikan penilaian yang cukup baik terhadap variabel ini. Pelanggan Ella Organic Skin Care merasa dapat dengan mudah menyampaikan pendapat kepada pihak perusahaan. Ella Organic Skin Care juga mampu menjalin komunikasi dan dapat memahami kebutuhan pelanggan dengan baik kepada pelanggan sehingga pelanggan merasa Ella Organic Skin Care peduli dengan permintaan dan kebutuhan mereka. Sebaiknya perusahaan mempertahankan kondisi ini karena dengan variabel *empathy* yang berkualitas baik, hal ini akan mempermudah Ella Organic Skin Care dalam menyampaikan informasi serta memperoleh informasi dari pelanggan.

#### 5. Variabel *Tangibles*

Masalah yang dihadapi oleh Ella Organic Skin Care yang berpengaruh pada kualitas dimensi *tangibles* adalah mengenai jumlah pelanggan yang terkadang melebihi kapasitas perusahaan. Banyak pelanggan Ella yang merasa kurang nyaman dan tidak puas karena peralatan dan perlengkapan yang disediakan tidak dapat memenuhi kebutuhan dan permintaan dari pelanggan.

Banyak pelanggan yang harus menunggu lama ketika proses perawatan dikarenakan peralatan yang digunakan sedang digunakan pelanggan lain. Kemudian, ada beberapa pelanggan yang harus berpindah tempat ketika proses perawatan karena peralatan berada di ruangan lain sehingga pelanggan merasa tidak nyaman. Masalah ini membuat banyak pelanggan memberikan penilaian yang kurang baik terhadap variabel ini. Sebaiknya Ella Organic Skin Care dapat menambah peralatan yang dibutuhkan apabila perusahaan dalam kondisi yang memungkinkan. Selain itu, sebaiknya Ella Organic Skin Care mencoba memberikan penjelasan yang baik kepada pelanggan supaya pelanggan dapat memahami kondisi yang ada. Alternatif lain adalah sebaiknya Ella Organic Skin Care memberikan batas kapasitas maksimal pelanggan yang melakukan perawatan pada jangka waktu tertentu sehingga perusahaan tidak akan kekurangan peralatan. Untuk bukti fisik lain seperti kebersihan ruangan, area parkir yang memadai dan fasilitas fisik lain yang disediakan Ella Organic Skin Care yang sudah cukup baik sebaiknya dipertahankan dan ditingkatkan menurut perkembangan permintaan pelanggan.

### 5.3 Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan yang mungkin berpengaruh terhadap hasil yang diperoleh, yaitu sebagai berikut :

- a. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian sangat terbatas karena hanya berjumlah 100 orang responden, sehingga memungkinkan terjadinya hasil yang kurang tepat dan bias karena responden kurang mewakili jumlah pelanggan Ella Organic Skin Care Surakarta.
- b. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* dan *tangibles*. Dimana masih terdapat variabel-variabel lain yang diduga mampu mempengaruhi kepuasan pelanggan Ella Organic Skin Care Surakarta.

## DAFTAR PUSTAKA

- Azwar,S. 2003. *Metode Penelitian : Edisi Pertama*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Ghozali, Imam. 2009. *Ekonometrika Teori, Konsep dan Aplikasi dengan SPSS 17*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran Marketing Management 9e*, Edisi Bahasa Indonesia. Jilid 1. Jakarta : Prenhallindo.
- Kotler, Philip. 1998. *Manajemen Pemasaran Marketing Management 9e*. Edisi Bahasa Indonesia. Jilid 2. Jakarta : Prenhallindo.
- Kotler, Philip, dan Gary Amstrong. 1998. *Dasar-dasar Pemasaran Principles of Marketing 7e*. Edisi Bahasa Indonesia. Jilid 2. Jakarta : Prenhallindo.
- Kotler, Philip, dan Gary Amstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi ke 12. Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*. Edisi pertama. Jakarta : Penerbit Salemba Emban Patria.
- Siagian, Dergibson, dan Sugiarto. 2000. *Metode Statistika Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2005. *Statistik untuk Penelitian*. Cetakan Kesembilan. Bandung : Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 1996. *Manajemen Jasa*. Edisi kedua. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2004. *Pemasaran Jasa*. Edisi pertama. Malang : Banyumedia Publishing.
- Umar, Husein. 2000. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.