

Usulan Perbaikan Kualitas Pelayanan Jasa Potong Rambut Di Barberfits Menggunakan Metode Analisis Gap dan Model Kano

NAUFAL ARYASENA^{1*}, ARIE DESRIANTY², GITA PERMATA LIANSARI³

Institut Teknologi Nasional Bandung
Email: naufalaryasena@gmail.com

Received 22 01 2024 | Revised 29 01 2024 | Accepted 29 01 2024

ABSTRAK

Barberfits merupakan salah satu usaha yang bergerak pada bidang jasa pelayanan potong rambut di Kota Bandung dan berdiri pada tahun 2022. Saat ini Barberfits menerima komplain dari konsumen terhadap pelayanan yang diberikan. Oleh karena itu, penelitian ini akan dilakukan pengukuran kualitas pelayanan yang diberikan untuk memperbaiki performansi kualitas pelayanan dan mengurangi komplain sehingga meningkatkan kepuasan konsumen. Pengukuran kualitas pelayanan pada penelitian ini menggunakan metode Analisis Gap dan Model Kano. Hasil dari pengukuran kualitas pelayanan menggunakan Analisis Gap dihasilkan dari 29 atribut kualitas pelayanan 15 atribut pelayanan dinyatakan puas dan 14 atribut pelayanan dinyatakan tidak puas. 14 atribut pelayanan yang dinyatakan tidak puas perlu dilakukan analisis lebih lanjut untuk mencari penyebab ketidakpuasan. Hasil pengukuran metode Model Kano dari 29 atribut kualitas pelayanan menghasilkan 1 kategori Must-Be, 25 kategori One-Dimensional, 2 kategori attractive dan 1 kategori indiffererent. Usulan perbaikan terhadap atribut pelayanan sesuai dengan prioritas perbiakan berdasarkan integrasi metode Analisis Gap dan Metode Model Kano.

Kata kunci: Kualitas, Kualitas Pelayanan, Analisis Gap, Model Kano

ABSTRACT

Barberfits is a company that provides haircut services in Bandung and was established in 2022. Barberfits is currently receiving complaints from customers about the services they provide. The purpose of this research is to measure the quality of service provided, improve service quality performance, and reduce complaints, thereby increasing consumer satisfaction. Measuring service quality in this research uses the Gap Analysis method and the Kano Model method. The results of measuring service quality using Gap Analysis showed that 29 service quality attributes were measured, with 15 of them being declared satisfied and 14 declared dissatisfied. The 14 service attributes reported to be dissatisfied require further analysis to identify the causes of dissatisfaction. The Kano Model method's measurement of 29 service quality attributes resulted in one Must-Be category, 25 One-Dimensional categories, two Attractive categories, and one indifferent category. Integration of Gap Analysis method and Kano Model method were utilized to suggest improvements to service attributes in line with breeding priorities.

Keywords: Quality, Service Quality, Gap Analysis, Kano Model

1. PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan zaman dan teknologi yang pesat belakangan ini menjadikan masyarakat kritis dalam mengembangkan usaha bisnis. Mengembangkan usaha bisnis pada saat ini perlu memperhatikan kualitas, karena untuk memenangkan persaingan perusahaan harus menciptakan produk/jasa yang berkualitas dengan tujuan agar mendapat kepuasan konsumen. Peningkatan kualitas secara berkelanjutan sangat diperlukan dalam upaya mengikuti keinginan konsumen. Perkembangan tempat potong rambut bagi kaum laki-laki belakangan ini mengalami perubahan seiring dengan perkembangan zaman (Kusumah & Wardhana, 2019).

Barberfits merupakan salah satu tempat usaha yang bergerak pada bidang jasa potong rambut dan penyedia produk perawatan rambut bagi kaum laki-laki yang berada di Kota Bandung. Barberfits memiliki teknologi multiangel yaitu teknologi tiga kamera dari sisi kiri, depan, dan belakang serta dapat bisa dilihat dari layar sehingga konsumen dapat melihat bentuk potongan sejak sedang di cukur bukan hanya melihat hasil setelahnya. Barberfits berlokasi di Jalan Pendawa No.2, Kota Bandung, Jawa Barat. Barberfits didirikan pada tahun 2022 dengan Marsha Aurellie sebagai co-founder dari Barberfits. Kondisi saat ini, Barberfits hanya bisa menilai kualitas jasa yang diberikan melalui komplain dari konsumen melalui admin whatsapp Barberfits atau mengisi ulasan di google review.

Ulasan google review terhadap Barberfits 4,5/5,0 yang diberikan oleh 282 konsumen yang sudah pernah datang ke Barberfits. Berdasarkan komentar dan ulasan google review yang diberikan oleh konsumen, manajemen Barberfits saat ini belum melakukan tindakan untuk memperbaiki kualitas jasa di Barberfits. Sejak berdiri pada tahun 2022 Barberfits menerima komplain terhadap jasa pelayanan yang diberikan. Komplain yang diberikan oleh konsumen terhadap pelayanan Barberfits dalam memberikan jasa potong rambut diantaranya tidak sesuai model rambut yang diinginkan oleh konsumen, tidak adanya kamar mandi, tempat keramas yang terbatas, tempat tunggu konsumen terlalu kecil, dan lahan parkir yang harus berbagi dengan tempat lainnya. Apabila komplain yang diberikan oleh konsumen tidak ditindaklanjuti oleh manajemen Barberfits dapat mengakibatkan penurunan jumlah konsumen yang akan memotong rambut di Barberfits. Oleh karena itu, pada penelitian ini akan dilakukan pengukuran kualitas pelayanan untuk memperbaiki performansi kualitas pelayanan Barberfits dan mengurangi komplain yang diberikan sehingga meningkatkan kepuasan konsumen.

2. METODOLOGI PENELITIAN

2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah penelitian ini diketahui bahwa Barberfits saat ini belum melakukan perbaikan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan. Maka Barberfits perlu melakukan evaluasi dan perbaikan terhadap pelayanan jasa potong rambut yang ditawarkan, sehingga dapat menurunkan keluhan yang diterima dan dapat meningkatkan kepuasan dari konsumen tersebut.

2.2 Studi Literatur

Literatur yang berkaitan dengan penelitian ini yaitu kualitas, jasa, kualitas pelayanan, karakteristik jasa, perbedaan jasa dengan barang, Analisis Gap, dimensi ServQual, model kano, kategori model kano, teknik pengumpulan data, teknik sampling, penentuan ukuran sampel, dan pengujian alat ukur.

2.3 Identifikasi Pemecahan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dijelaskan diatas, maka penelitian lebih lanjut dan pemecahan terhadap permasalahan yang sedang terjadi saat ini di Barberfits akan diselesaikan dengan menggunakan tools berupa metode. Metode yang dipakai pada penelitian ini akan menggunakan 2 metode yaitu metode analisis gap dan model kano.

2.4 Identifikasi Responden

Responden penelitian ialah konsumen yang telah melakukan atau merasakan potong raambut di Barberfits minimal satu kali telah melakukan potong rambut di Barberfits dalam kurun waktu bulan Mei 2023 hingga Juli 2023. Responden yang dituju ialah konsumen dengan jenis kelamin laki-laki yang memiliki usia 17 tahun ke atas.

2.5 Penentuan Teknik Sampling dan Ukuran Sampel

Poin ini berisikan tentang penentuan sampling dan ukuran sampel yang akan digunakan pada penelitian ini.

2.5.1 Teknik Sampling

Teknik sampling yang digunakan ialah teknik sampling purposive. Menurut Sugiyono (2016) sampling purposive ialah pengambilan sampel didapatkan dengan cara mendapatkan informasi melalui informasi orang atau responden yang dapat memberikan informasi yang dibutuhkan dari jumlah populasi yang memungkinkan dari setiap individu memiliki peluang yang sama untuk menjadi sampel penelitian.

2.5.2 Ukuran Sampel

Ukuran sampel yang digunakan pada penelitian ini ialah ukuran sampel dengan populasi yang tidak diketahui sehingga akan menggunakan pendekatan Cochran. Perhitungan dengan rumus Cochran sebagai berikut dengan nilai sampling eror sebesar 10% dengan tingkat kepercayaan 95%. Sampel penelitian ini sejumlah 96,04 responden, kemudian di bulatkan oleh peneliti menjadi 100 responden. Alasan menjadi sampel yang diambil 100 responden apabila responden ketika pada saat mengisi kuesioner tidak lengkap dan membuat data yang didapatkan semakin baik.

2.6 Identifikasi Atribut Kualitas Pelayanan

Atribut kualitas pelayanan yang digunakan pada penilitian ini sebanyak 29 atribut kualitas pelayanan yang berdasarkan penelitian terdahulu. Penelitian terdahulu yang digunakan untuk membuat atribut kualitas pelayanan pada penelitian ini yaitu penelitian Ardiansa (2018), penelitian Haeruman & Helianty (2019), penelitian Nagara & Emaputra (2020) dan penelitian Hafiz et al. (2021). Atribut kualitas pelayana pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Atribut Kualitas Pelayanan

Tangibles	
1	Ketersediaan tempat duduk atau sofa yang nyaman
2	Ruangan barbershop bersih
3	Ketersediaan lahan parkir yang memadai
4	Menyediakan kaca wajah dari berbagai sudut pandang (depan, samping kiri, dan belakang)
5	Peralatan potong rambut lengkap seperti (mesin cukur, gunting cukur, sisir rambut, kursi, apron, pisau cukur, botol semprotan air, handuk dan sikat bulu)
6	Kapster (ahli potong rambut) dan karyawan Barberfits menggunakan pakaian yang rapi
Reliability	
1	Kemahiran kapster (ahli potong rambut) dalam mencukur berbagai macam model rambut
2	Pemahaman kapster (ahli potong rambut) terhadap model rambut
3	Kapster (ahli potong rambut) mampu melayani coloring rambut
4	Kapster (ahli potong rambut) mampu melayani hair perming (membuat rambut menjadi keriting)
5	Kapster (ahli potong rambut) mampu melayani pelayanan konsultasi gaya rambut yang cocok untuk konsumen
Responsiveness	
1	Kapster (ahli potong rambut) cepat tanggap dalam melayani permintaan konsumen
2	Seluruh karyawan Barberfits cepat tanggap dalam mengatasi keluhan konsumen
3	Kesediaan karyawan dalam membantu konsumen (berkonsultasi model rambut yang tepat, perawatan rambut dan cara styling rambut)
Assurance	
1	Tempat Parkir Aman
2	Manajemen Barberfits memberikan harga diskon bagi konsumen yang sudah menjadi member
3	Alat-alat yang digunakan selalu dibersihkan setelah dipakai
4	Perlengkapan perawatan dan styling rambut yang digunakan lolos BPOM (Badan Pusat Obat dan Makanan)
5	Perlengkapan perawatan dan styling rambut yang digunakan memiliki sertifikat halal
6	Harga pelayanan yang ditawarkan bersaing
Empathy	
1	Manajemen Barberfits memberikan pelayanan memilih kapster (ahli potong rambut) untuk konsumen
2	Lokasi barbershop Strategis
3	Manajemen Barberfits menyediakan berbagai metode pembayaran (seperti menggunakan Qris atau transfer antar bank)
4	Manajemen Barberfits menyediakan layanan pesanan (booking) melalui whatsapp atau datang langsung untuk konsumen
5	Karyawan Barberfits berkomunikasi dengan bahasa yang sopan
6	Suhu ruangan Barbershop nyaman
7	Pencahayaan yang digunakan pada ruangan Barbershop memberikan kenyamanan
8	Manajemen Barberfits menyediakan penjualan makanan kecil dan minuman untuk konsumen
9	Ketersediaan alat pijat setelah melakukan potong rambut

2.7 Penyusunan Dan Penyebaran Kuesioner Pendahuluan

Penyusunan kuesioner pendahuluan ini terdiri dari penyusunan kuesioner tingkat kepentingan, kuesioner persepsi konsumen, kuesioner ekspektasi konsumen Kuesioner Fungsional, dan Kuesioner Disfungsional. Penyebaran kuesioner pendahuluan disebarkan kepada 30 responden. Hasil penyebaran kuesioner pendahuluan akan dilakukan perhitungan rata-rata untuk mengetahui atribut yang perlu dilakukan reduksi. Perhitungan rata-rata sebagai berikut:

$$\text{Rata - rata variable} = \frac{\text{Jumlah skor variable}}{\text{Jumlah Responden}} \quad (1)$$

2.8 Pengujian Alat Ukur

Pengujian alat ukur dalam penelitian perlu dilakukan karena ketepatan pengujian berkaitan dengan hubungan variabel sangat bergantung dengan kualitas data yang digunakan (Pasolong, 2020). Kuesioner yang dilakukan pengujian alat ukur ialah kuesioner pendahuluan yang disebarakan kepada 30 responden.

2.8.1 Uji Validitas

Uji validitas yang akan digunakan pada penelitian ini ialah construct validity. ketentuan Nilai $R_{hitung} \geq R_{tabel}$ dapat dikatakan atribut atau pertanyaan tersebut valid, apabila $R_{hitung} \leq R_{tabel}$ dapat dikatakan atribut atau pernyataan tersebut tidak valid (Sugiyono, 2016). Nilai R_{tabel} yang digunakan pada penelitian ini ialah $< 0,40$ pernyataan tidak valid sedangkan $> 0,40$ maka dinyatakan valid.

2.8.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas yang akan digunakan pada penelitian ini ialah uji reliabilitas dengan pendekatan Alpha Cronbach. Dikatakan reliabel ketika nilai Alpha Cronbach $> 0,610$.

2.9 Penyusunan dan Penyebaran Kuesioner Penelitian

Penyusunan kuesioner penelitian ini terdiri dari penyusunan kuesioer tingkat kepentingan, persepsi konsumen, ekspektasi konsumen, fungsional, disfungsional, persepsi manajemen, standar perfomansi dan penyampaian jasa. Kuesioner tersebut disebarakan kepada 100 responden. Penyebaran kuesioner ini dengan cara menawarkan kepada konsumen Barberfits yang sudah merasakan pelayanan di Barberfits paling sedikit satu kali.

2.10 Pengolahan Analisis Gap dan Model Kano

Poin ini berisikan penjelasan cara pengolahan Analisis Gap dan Model Kano. Pengolahan data analisis gap di mulai dari Gap 5. Pengolahan Model Kano untuk mengetahui kategori dari setiap atribut kualitas pelayanan.

2.10.1 Gap 5

Skor Gap 5

$$\text{Skor Gap 5} = \text{Nilai rata-rata persepsi} - \text{Nilai rata-rata ekspektasi} \quad (2)$$

Keterangan:

Nilai skor gap 5 (+): tidak lanjut ke perhitungan Gap 1, sehingga konsumen
sudah puas terhadap pelayanan yang diberikan

Nilai skor gap 5 (-): lanjut ke perhitungan Gap 1, konsumen belum puas
sehingga perlu di cari akar permasalahannya

2.10.2 Model Kano

1. Hasil Kano Dari Responden
Penentuan kategori dapat dilihat pada Tabel 2.

Kebutuhan Konsumen			Disfungsional				
			1	2	3	4	5
			Suka	Mengharapkan	Netral	Toleransi	Tidak Suka
Fungsional	1	Suka	Q	A	A	A	O
	2	Mengharapkan	R	I	I	I	M
	3	Netral	R	I	I	I	M
	4	Toleransi	R	I	I	I	M
	5	Tidak Suka	R	R	R	R	Q

Dimana:

O = One-Dimensional

M = Must-Be

A = Attractive

I = Indifferent

R = Reverse

Q = Questionable

2. Hasil Kano Sesuai Kriteria Blauth's Formula

Menurut Madzik (2018) mengemukakan kriteria dari Blauth's Formula sebagai berikut:

- Jika $(O+A+M) > (I+R+Q) \rightarrow$ Grade hasil kategori adalah nilai paling maksimum dari (O, A, atau M).
- Jika $(O+A+M) < (I+R+Q) \rightarrow$ Grade hasil kategori adalah nilai paling maksimum dari (I, R, atau Q).
- Jika $(O+A+M) = (I+R+Q) \rightarrow$ Grade hasil kategori adalah nilai paling maksimum dari (O, A, M, I, R, atau Q).

3. Perhitungan Customer Satisfaction dan Customer dissatisfaction

- Customer Satisfaction (CS)

$$CS = \frac{fA+fO}{fA+fO+fM+fI} \quad (3)$$

- Customer Dissatisfaction (DS)

$$CS = \frac{fO+fM}{(fA+fO+fM+fI) \times (-1)} \quad (4)$$

2.11 Integrasi Analisis Gap dan Model Kano

Integrasi Analisis Gap dan Model Kano ialah integrasi antara atribut kualitas pelayanan dari Gap 5 bernilai negatif dan kategori kano yang memiliki kategori One-Dimensional dan Must-Be. Setelah itu akan dilakukan identifikasi akar penyebab Gap 5 bernilai negatif.

2.12 Identifikasi Akar Penyebab Gap 5 Bernilai Negatif

Identifikasi akar penyebab gap 5 bernilai negatif ini ialah mencari akar penyebab kenapa gap 5 bisa bernilai negatif dengan cara melakukan analisis pada Gap 1, Gap 2, dan Gap 3.

2.12.1 Gap 1

Skor Gap 1:

$$\text{Skor Gap 1} = \text{Nilai Rata-rata Persepsi Manajemen} - \text{Nilai rata-rata persepsi konsumen} \quad (5)$$

Keterangan:

Nilai skor Gap 1 (+): Lanjut ke perhitungan Gap 2
Nilai skor Gap 1 (-): Tidak lanjut ke perhitungan Gap 2 sehingga penyelak Gap 5

bernilai (-) dikarenakan Gap 2

2.12.2 Gap 2

Skor Gap 2 = skor rata-rata nilai standard performance – skor rata-rata persepsi manajemen

(6)

Keterangan:

Nilai skor gap 2 (+): lanjut ke perhitungan Gap 3

Nilai skor gap 2 (-): tidak lanjut ke perhitungan Gap 3, sehingga penyebab Gap 5 (-) disebabkan oleh Gap 2

2.13 Analisis Hasil Pengolahan Data Penelitian

Analisis berdasarkan integrasi metode Analisis Gap dan Model Kano untuk mengetahui atribut mana saja yang perlu dilakukan perbaikan kualitas pelayanan. Untuk atribut yang bernilai negatif akan dicari akar permasalahan dengan melakukan analisis Gap 1, Gap 2 dan Gap 3. Apabila sudah mengetahui akar penyebab dan kategori kano dari masing-masing atribut maka hasil tersebut akan menjadi acuan dilakukannya perbaikan pelayanan kualitas jasa potong di Barberfits.

2.14 Usulan Perbaikan Kualitas Pelayanan

Usulan perbaikan dapat berupa rekomendasi berdasarkan atribut kebutuhan yang menjadi true customer needs pada layanan jasa potong rambut di Barberfits. Perbaikan pelayanan di Barberfits dapat dilakukan dengan melihat hasil pengolahan data nilai skor gap dari metode Analisis Gap dan kategori Model Kano.

2.15 Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan akhir dari penelitian yang diperoleh dari hasil pengolahan data dan analisis terhadap pelayanan jasa di Barberfits dan menjawab tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu memberikan usulan perbaikan kualitas jasa potong rambut di barberfits serta memberikan saran bagi Barberfits dan evaluasi apabila akan dilakukan penelitian selanjutnya.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Analisis Gap

Hasil analisi Gap dapat dilihat pada Tabel 3.

Usulan Perbaikan Kualitas Pelayanan Jasa Potong Rambut
Di Barberfits Menggunakan Metode Analisis Gap dan Model Kano

Tabel 3. Hasil Analisis Gap

No. Atribut Pelayanan	Gap 5	Gap 1	Gap 2	Gap 3
TAN 1	0,010	Konsumen Puas		
TAN 2	-0,070	0,320	-0,667	Karena Gap 2
TAN 3	-0,260	0,153	-0,333	Karena Gap 2
TAN 4	0,160	Konsumen Puas		
TAN 5	-0,060	0,200	-0,333	Karenan Gap 2
TAN 6	0,110	Konsumen Puas		
REL 1	-0,040	0,250	-0,333	Karenan Gap 2
REL 2	0,010	Konsumen Puas		
REL 3	0,030	Konsumen Puas		
REL 4	0,080	Konsumen Puas		
REL 5	-0,020	0,330	-0,333	Karena Gap 2
RES 1	-0,020	0,330	-0,333	Karena Gap 2
RES 2	0,000	Konsumen Puas		
RES 3	0,000	Konsumen Puas		
ASS 1	-0,180	-0,047	Karena Gap 1	
ASS 2	-0,140	0,450	-0,333	Karena Gap 2
ASS 3	-0,030	0,300	-0,667	Karena Gap 2
ASS 4	-0,090	-0,013	Karena Gap 1	
ASS 5	-0,020	0,097	-0,333	Karena Gap 2
ASS 6	0,020	Konsumen Puas		
EMP 1	-0,150	0,440	-0,333	Karena Gap 2
EMP 2	0,000	Konsumen Puas		
EMP 3	0,000	Konsumen Puas		
EMP 4	0,030	Konsumen Puas		
EMP 5	-0,020	-0,093	Karena Gap 1	
EMP 6	0,060	Konsumen Puas		
EMP 7	0,020	Konsumen Puas		
EMP 8	0,040	Konsumen Puas		
EMP 9	-0,090	-0,197	Karena Gap 1	

3.2 Model Kano

Hasil Model Kano dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Model Kano

No. Atribut	Kategori Kano						Total	Hasil Kategori	CS	DS
	A	M	O	R	Q	I				
TAN 1	18	11	50	3	6	12	100	O	0,747	-0,670
TAN 2	23	6	56	1	5	9	100	O	0,840	-0,660
TAN 3	11	24	21	2	5	37	100	M	0,344	-0,484
TAN 4	35	4	43	1	5	12	100	O	0,830	-0,500
TAN 5	22	3	58	2	5	10	100	O	0,860	-0,656
TAN 6	30	9	39	2	4	16	100	O	0,734	-0,511
REL 1	17	6	59	3	6	9	100	O	0,835	-0,714
REL 2	19	9	56	0	6	10	100	O	0,798	-0,691
REL 3	27	8	26	1	5	33	100	A	0,564	-0,362
REL 4	21	9	28	2	4	36	100	O	0,521	-0,394
REL 5	29	4	50	0	6	11	100	O	0,840	-0,574
RES 1	21	12	53	0	5	9	100	O	0,779	-0,684
RES 2	24	10	52	0	5	9	100	O	0,800	-0,653

Tabel 4. Hasil Model Kano (Lanjutan)

No. Atribut	Kategori Kano						Total	Hasil Kategori	CS	DS
	A	M	O	R	Q	I				
TAN 1	18	11	50	3	6	12	100	O	0,747	-0,670
RES 3	19	9	57	0	5	10	100	O	0,800	-0,695
ASS 1	11	27	35	2	6	19	100	O	0,500	-0,674
ASS 2	29	11	35	2	4	19	100	O	0,681	-0,489
ASS 3	19	5	61	1	5	9	100	O	0,851	-0,702
ASS 4	19	7	55	1	5	13	100	O	0,787	-0,660
ASS 5	20	4	51	0	6	19	100	O	0,755	-0,585
ASS 6	32	12	24	3	3	26	100	A	0,596	-0,383
EMP 1	29	9	42	2	3	15	100	O	0,747	-0,537
EMP 2	29	10	33	2	4	22	100	O	0,660	-0,457
EMP 3	33	2	48	0	6	11	100	O	0,862	-0,532
EMP 4	32	2	43	1	6	16	100	O	0,806	-0,484
EMP 5	26	4	53	4	7	6	100	O	0,888	-0,640
EMP 6	32	4	46	3	5	10	100	O	0,848	-0,543
EMP 7	29	9	42	2	5	13	100	O	0,763	-0,548
EMP 8	25	10	12	0	3	50	100	I	0,381	-0,227
EMP 9	39	5	30	0	6	20	100	O	0,734	-0,372

3.3 Integrasi Analisis Gap dan Model Kano

Hasil integrasi Analisis Gap dan Model Kano dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Hasil Integrasi Analisis Gap dan Model Kano

No. Atribut	Skor Gap 5	Kategori Kano
TAN 2	-0,070	One-Dimensional
TAN 3	-0,260	Must-Be
TAN 5	-0,060	One-Dimensional
REL 1	-0,040	One-Dimensional
REL 5	-0,020	One-Dimensional
RES 1	-0,020	One-Dimensional
ASS 1	-0,180	One-Dimensional
ASS 2	-0,140	One-Dimensional
ASS 3	-0,030	One-Dimensional
ASS 4	-0,090	One-Dimensional
ASS 5	-0,020	One-Dimensional
EMP 1	-0,150	One-Dimensional
EMP 5	-0,020	One-Dimensional
EMP 9	-0,090	One-Dimensional

3.4 Penyusunan dan Penyebaran Kuesioner Tambahan Antecedents B-2

Penyusunan kuesioner tambahan ini berfungsi untuk mempermudah analisis penyebab terjadinya Gap 1 dan Gap 2. Penyebaran kuesioner tambahan ini disebarkan kepada manajemen Barberfits dan hasil pada pernyataan yang memiliki keterangan negatif maka pernyataan tersebut merupakan penyebab gap 1 dan gap 2 terjadi. Kuesioner tambahan ini memiliki 20 pernyataan dengan pernyataan 1-9 merupakan pernyataan untuk Gap 1 dan pernyataan 10-20 merupakan pernyataan untuk Gap 2.

3.5 Hasil Kuesioner Tambahan Antecedents B-2

Hasil kuesioner Tambahan Dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Hasil Kuesioner Tambahan

No. Atribut	Atribut Pelayanan	Gap Penyebab	Penyebab Ketidakpuasan
ASS 1	Tempat parkir aman	Gap 1	Barberfits memiliki terlalu banyak tingkatan manajemen antara personel yang bertugas melakukan interaksi dan manajemen puncak
ASS 4	Perlengkapan perawatan dan styling rambut yang digunakan lolos BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan)		
EMP 5	Karyawan barberfits berkomunikasi dengan bahasa yang sopan		
EMP 9	Ketersediaan pelayanan pijat setelah melakukan potong rambut		
TAN 2	Ruangan barbershop rapi	Gap 2	Pernyataan kuesioner tambahan untuk gap 2 mulai dari pernyataan 10-20 bernilai positif sehingga gap 2 terjadi karena standar yang dibuat tidak ada.
TAN 3	Ketersediaan lahan parkir yang memadai		
TAN 7	Peralatan seperti (mesin cukur, gunting cukur, sisir rambut, kursi, apron, pisau cukur, botol semprotan air, handuk, sikat bulu) lengkap		
REL 1	Kemahiran Kapster (ahli potong rambut) dalam mencukur berbagai macam model rambut		
REL 6	Kapster Kapster mampu melayani pelayanan konsultasi gaya rambut yang cocok untuk konsumen		
RES 1	Kapster (ahli potong rambut) cepat tanggap dalam melayani permintaan konsumen		
ASS 2	Manajemen Barberfits Manajemen Barberfits memberikan harga diskon bagi konsumen yang sudah menjadi member		
ASS 3	Alat-alat yang digunakan selalu dibersihkan setelah dipakai		
ASS 5	Perlengkapan perawatan dan styling rambut yang digunakan memiliki sertifikat halal		
EMP 1	Manajemen Barberfits memberikan pelayanan memilih Kapster (ahli potong rambut) untuk konsumen		

4. KESIMPULAN

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil pengolahan data penelitian, dapat disimpulkan bahwa:

1. Menurut hasil pada metode Analisis diketahui terdapat 15 atribut pelayanan yang telah memuaskan konsumen dan terdapat 14 atribut pelayanan yang belum memuaskan konsumen. 14 atribut pelayanan yang belum memuaskan konsumen diantaranya 3 atribut

pelayanan terkait Tangible, 2 atribut pelayanan terkait Reliability, 1 atribut pelayanan terkait Responsiveness, 5 atribut pelayanan terkait Assurance, dan 3 atribut pelayanan terkait Emphathy.

2. Usulan-usulan perbaikan yang dapat dilakukan oleh manajemen Barberfits yaitu: lahan parkir diperluas, membuat standar tertulis, kebersihan alat diperhatikan, daftar harga diperbarui dengan desain lebih menarik, penambahan fasilitas penyimpanan helm untuk konsumen, pemisahan penyimpanan helm antara konsumen dengan karyawan, membuat promosi untuk cara pemilihan kapster dan culture yang ada di Barberfits, membuat checksheet harian untuk kapster dalam pengecekan alat-alat yang akan digunakan.

4.2 Saran

Saran ditujukan kepada Barberfits dan penelitian selanjutnya

4.2.1 Saran Untuk Barberfits

Manajemen Barberfits dapat mempertimbangkan dan mengimplementasikan usulan perbaikan kualitas pelayanan yang diberikan penulis sesuai dengan urutan prioritas perbaikan kualitas pelayanan. Hal ini bertujuan untuk menjaga kepuasan konsumen dan mencegah konsumen merasa tidak puas terhadap pelayanan di Barberfits.

4.2.2 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya

Penelitian yang digunakan penulis saat ini masih menggunakan atribut pelayanan secara umum digunakan yaitu Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy. Saran untuk penelitian selanjutnya ialah mencari dimensi kualitas jasa khusus untuk jasa potong rambut.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiansa, W. I. (2018). Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Real7 Babershop Yogyakarta. In Universitas Islam Indonesia. Universitas Islam Indoenesia.
- Haeruman, U., & Helianty, Y. (2019). Usulan Perbaikan Kualitas Pelayanan Jasa Potong Rambut Menggunakan Metode Service Quality dan Kano Model di Hairnerds Studio Bandung. 1–10.
- Hafiz, G. F., Praptono, B., & Dellarosawati, M. (2021). Perbaikan Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Pada Sooper Barbershop Dengan Menggunakan Metode Quality Function Deployment. 8(5), 8614–8626.
- Kusumah, R. K. A., & Wardhana, A. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Culture Barbershop Ujung Berung Bandung. 6(3), 6180–6187.
- Nagara, A. O. A., & Emaputra, A. (2020). Analisis Kepuasan Pengunjung Terhadap Kualitas Pelayanan Dengan Metode Service Quality (Servqual) Dan Importance Performance Analysis (IPA) Studi Kasus XYZ Barbershop. Jurnal Rekayasa Industri (JRI), 2, 1–8.
- Pasolong, H. (2020). Metode Penelitian Administrasi Publik (4th ed.). Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Alfabeta.