

Analisis perbedaan persepsi kepuasan dan ketidakpuasan terhadap mutu pelayanan salon rambut di Jakarta

Susy Ekdari, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=108366&lokasi=lokal>

Abstrak

Dalam mengembangkan teori pemasaran jasa, penting sekali dalam memahami apa yang menyebabkan pelanggan tersebut puas dan tidak puas dengan pelayanan yang diberikan. Ganesh et al. (2000) telah melakukan penelitian mengenai customer base dari penyedia pelayanan dalam menguji perbedaan pelanggan yang berpindah dan tetap dengan penyedia pelayanan yang ada. Hal ini menarik bagi penulis untuk meneliti topik perbedaan persepsi kepuasan dan ketidakpuasan terhadap pelayanan salon rambut di Jakarta.

Penelitian ini mengacu pada model penelitian Zeithaml dan Bitner (2004, dimana diteliti mengenai faktor-faktor kualitas pelayanan yang memberikan kepuasan dan ketidakpuasan bagi pelanggannya.

Untuk menguji kerangka konseptual, regresi logistik dimana variabel indikator diolah dengan menggunakan SPSS 11, 5. Peneliti kemudian menganalisis variabel apa yang dapat membedakan kelompok pelanggan yang puas dan pelanggan yang tidak puas.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konstruk "mutu interaksi" antara karyawan dan pelanggan telah memberikan kinerja yang baik; sehingga tercipta kepuasan bagi pelanggan. Sedangkan pada konstruk "mutu fisik", "mutu hasil", "mutu produk" dan "harga" yang menunjukkan terdapat perbedaan persepsi pelanggan yaitu puas dan tidak puas. Maka dengan perbedaan persepsi terhadap kinerja yang dirasakan oleh pelanggan, peneliti merumuskan beberapa upaya yang dapat ditempuh oleh pihak pengelola dan pemilik salon rambut di Jakarta, Selain itu, penulis juga mengajukan beberapa saran untuk penelitian-penelitian selanjutnya.

To develop a theory of service marketing, it is imperative to understand what is the cause that a customer is satisfied or dissatisfied with the service that is given. Ganesh et al. (2000) has done a research about customer base from the service provider by testing the difference between the customer who switches and stays with the service provider. These topics are interesting enough for the researcher to study the differences between the perception of satisfied and dissatisfied customer of a hairdresser in Jakarta.

This research is based on the model by Zeithami and Bitner (2004), in which they are researching about factors of service quality that create satisfied and dissatisfied customers.

To test the conceptual framework a regression logistic model is utilized in which the indicator variables are processes by using SPSS 11.5. The research analyzes which variables that distinguishes between the group of satisfied and dissatisfied customers.

The results of the research demonstrate that the construct of interaction quality between employees and customers has contributed a good performance that creates customer satisfaction. While, the construct of physical quality, result quality, product quality and price demonstrate the differences of customer's

perception which is satisfied or dissatisfied. Thus, by these differences perception of the performance from the customer, the research has formulated a few actions the can be done by the owners and management of the hairdresser in Jakarta. Besides that, the research has also made a few suggestions for the future researches.</i>