

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DENGAN MENGGUNAKAN METODE GAP ANALYSIS DAN IMPORTANCE-PERFORMANCE ANALYSIS (IPA) PADA BARBERSHOP THE TJOEKOER

An Analysis of Service Quality Using Gap Analysis Method and Importance-Performance Analysis (IPA) at The Tjoekoer's Barbershop

Kevin Dwi Syahputra¹, Budi Praptono², Maria Dellarosawati Idawicaksakti³

^{1,2,3} Program Studi Teknik Industri, Fakultas Rekayasa Industri, Universitas Telkom

¹kevinnalbern@gmail.com, ²budipraptono@telkomuniversity.ac.id, ³dellarosawati@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif dengan pendekatan user-approach. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan di barbershop The Tjoekoer berdasarkan lima dimensi kualitas pelayanan, seberapa jauh nilai kesenjangan dari harapan pelanggan dengan pelayanan yang diterima oleh pelanggan, atribut apa saja yang dianggap prioritas oleh pelanggan serta usulan perbaikan apa yang dapat dilakukan. Teknik sampling dalam penelitian ini menggunakan Non-probability Sampling dengan jenis Purposive Sampling. Responden dalam penelitian ini yaitu pelanggan barbershop The Tjoekoer yang berjumlah 100 orang (anonymous). Teknik dalam pengumpulan data menggunakan wawancara dan kuisioner. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis kesenjangan dan analisis Importance-Performance (IPA).

Dari hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa layanan yang diterima oleh pelanggan sudah baik. Hasil pengolahan data dari analisis tingkat kesesuaian mendapatkan persentase skor sebesar 82%, dimana telah dapat memenuhi harapan pelanggan. Kemudian, hasil yang didapatkan dari analisis kesenjangan menunjukkan rata-rata < -1 (dengan mendapatkan nilai sebesar $-0,65$), sehingga dapat disimpulkan bahwa layanan yang diberikan oleh barbershop The Tjoekoer sudah baik walaupun bernilai negatif. Namun, prioritas dalam hal perbaikan tetap ada karena dari hasil penelitian, pelanggan menilai untuk beberapa atribut layanan masih belum sesuai dengan harapan (dilihat dari hasil analisis gap yang pada tiap atribut layanan dalam setiap dimensi mendapatkan nilai negatif). Secara keseluruhan, nilai rata-rata dari tingkat kepentingan ($3,60$) $>$ dari rata-rata tingkat kinerja ($2,98$), dimana nilai yang diharapkan oleh pelanggan (Expected Service) lebih besar dari nilai yang diterima oleh pelanggan (Perceived Service). Kemudian, berdasarkan pemetaan yang digambarkan melalui diagram kartesius, terdapat dua atribut yang dianggap penting oleh pelanggan dan perlu tindakan prioritas (kuadran I). Selanjutnya, evaluasi atau perbaikan dari hasil pemetaan melalui Importance-Performance Analysis, didapatkan kesimpulan bahwa dimensi Tangibles merupakan dimensi terendah dan perlu Tindakan prioritas perbaikan.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Analysis Gap, Importance Performance Analysis

ABSTRACT

This research is a quantitative descriptive study with a user-approach approach. The purpose of this study is to find out how the quality of service at The Tjoekoer's barbershop is based on five dimensions of service quality, how far is the value of the gap between customer expectations and the service received by the customer, what attributes are considered priorities by the customer and what improvements can be done. The sampling technique in this study uses non-probability sampling with the type of purposive sampling. Respondents in this study were The Tjoekoer's barbershop customers, numbering 100 people (anonymous). The technique of collecting data uses interviews and questionnaires. The analysis used in this study is the gap analysis and Importance-Performance (IPA) analysis.

From the results of the study, it can be concluded that the service received by the customer is good. The results of data processing from the suitability level analysis get a percentage score of 82%, which has been able to meet customer expectations. Then, the results obtained from the gap analysis show an average of < -1 (by getting a value of -0.65), so it can be concluded that the services provided by The Tjoekoer's barbershop are good although negative. However, priority in terms of improvement remains because of the results of the study, customers assess for some service attributes that are still not in line with expectations (seen from the results of the gap analysis that each service attribute in each dimension gets a negative value). Overall, the average value of the level of importance (3.60) $>$ of the average level of performance (2.98), where the value expected by the customer (Expected Service) is greater than the value received by the customer (Perceived Service). Then, based on the mapping illustrated through the Cartesian diagram, there are two attributes that are considered important by the customer and need priority action (quadrant I). Next, the evaluation or improvement of the mapping results through the Importance-Performance Analysis, concluded that the Tangibles dimension is the lowest dimension and needs priority corrective

actions.

Keywords: Service Quality, Gap Analysis, Importance Performance Analysis

I. PENDAHULUAN

Barbershop merupakan contoh dari industry kreatif yang booming karena permintaan terhadap waralaba bisnis barbershop terbilang tinggi, terbukti mulai tumbuhnya bisnis barbershop di beberapa kota di Indonesia. Faktor lain yang mendorong pertumbuhan bisnis barbershop di Indonesia adalah pemasaran yang efektif melalui platform media sosial. Di tengah persaingan bisnis yang ketat, barbershop menawarkan promosi, diskon, dan penawaran untuk memikat pelanggan. Selain itu, bisnis barbershop dikenal memiliki kualitas yang tinggi karena selalu mengikuti trend. Pada awal mula bisnis barbershop di kota Padang pada tahun 2017, banyak pelanggan mengeluh bahwa jasa barbershop sangat mahal. Namun, tidak sedikit pula dari beberapa kalangan yang tetap menggunakan jasa barbershop.

Seiring banyaknya bisnis barbershop yang mulai menjamur di kota Padang, adanya inovasi khusus atau ciri khas tertentu yang menjadi sebuah tolak ukur agar tetap menjadi "Top of Mind" bagi masyarakat. Bisnis barbershop The Tjoekoer yang setiap hari sangat sibuk serta ramai, mengalami kendala atau masalah yang menyebabkan barbershop tersebut sepi pelanggan. Peningkatan dalam hal pelayanan merupakan faktor terpenting. Dalam mengukur persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan jasa pada bisnis barbershop The Tjoekoer, diperlukan instrument pengukuran yang tepat, maka dari itu peneliti menggunakan instrumen kualitas pelayanan (Service Quality) (Parasuraman, Zeithml, dan Berry). Instrumen kualitas pelayanan (Service Quality) dapat digunakan untuk melakukan gap analysis terhadap atribut pelayanan yang ada. Gap analysis dikategorikan ke dalam 5 dimensi kualitas pelayanan, yaitu tangibles, empathy, reliability, responsiveness dan assurance untuk mengetahui bagaimana kepuasan dan harapan pelanggan terhadap bisnis barbershop The Tjoekoer dengan melakukan penilaian. Selain itu, penggunaan metode Importance Performance Analysis (IPA) juga berfungsi untuk mengetahui atribut mana yang harus dipertahankan dan atribut mana yang kinerjanya masih butuh perbaikan (buruk) agar dapat menentukan usulan atau perbaikan apa yang harus dilakukan pada atribut yang penting namun kinerja buruk. Perbaikan diyakini dapat memperbaiki kualitas pelayanan agar sesuai dengan yang diharapkan dan akan berdampak pada kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan analisis yang komprehensif sesuai data konkret di lapangan melalui instrument yang disebar ke pelanggan pengguna jasa layanan terhadap kualitas layanan barbershop The Tjoekoer yang akan berdampak terhadap kepuasan pelanggan. Hasil dalam penelitian ini diharapkan mampu menjadi masukan dan bahan penilaian lebih lanjut bagi barbershop The Tjoekoer untuk menentukan strategi dalam mengembangkan bisnis jasa melalui peningkatan dalam kualitas layanan yang dapat mengatasi keluhan dan memenuhi ekspektasi dari pelanggan terhadap layanan jasa yang diberikan. Maka dari itu, penelitian ini diberi judul "*Analisis Kualitas Pelayanan Dengan Menggunakan Metode Gap Analysis dan Importance-Performance Analysis Pada Barbershop The Tjoekoer*".

Tujuan Penelitian

1. Menganalisis bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan oleh barbershop The Tjoekoer.
2. Mengetahui kesenjangan antara persepsi dan harapan pelanggan terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh barbershop The Tjoekoer.
3. Mengidentifikasi atribut dari kualitas pelayanan yang berperan penting dengan menggunakan dimensi kualitas pelayanan (Service Quality).
4. Memetakan perbaikan apa saja yang harus dilakukan berdasarkan identifikasi terhadap faktor-faktor penting dari kualitas pelayanan agar dapat meningkatkan kualitas pelayanan di barbershop The Tjoekoer.

II. Kajian Pustaka

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Perspektif kualitas yang dapat digunakan oleh praktisi bisnis yaitu User-based Approach, dimana kualitas tergantung pada orang yang memandangnya, dan produk yang paling memuaskan preferensi seseorang atau cocok dengan selera (fitnes for used) merupakan produk yang berkualitas lebih tinggi.

Jasa

Jasa merupakan aktivitas, manfaat, atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual.

Barbershop

Barbershop merupakan sebuah inovasi atau perkembangan dari fashion, di mana dulunya barbershop sering disebut dengan tukang cukur.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan Customer adalah sikap atau perasaan kepuasan konsumen setelah membandingkan ekpektasi dan realita yang dilakukan oleh produk atau jasa

Teori Expected Service dan Perceived Service

Tingkat kepentingan pelanggan merupakan keyakinan pelanggan sebelum mencoba atau membeli suatu produk, yang dijadikan standar atau acuan dalam menilai kinerja produk yang bersangkutan.

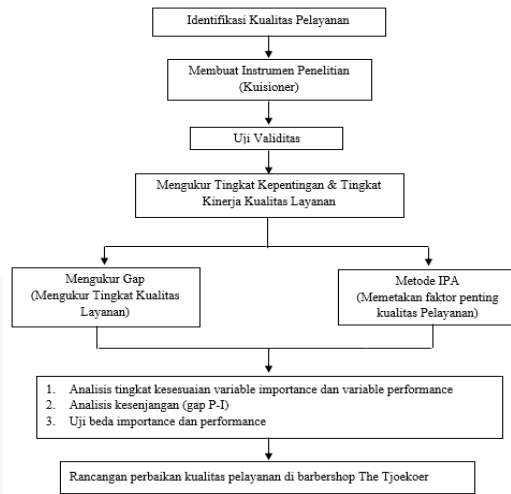
Harapan Pelanggan

Harapan, kepuasan pelanggan dan kualitas layanan mempunyai hubungan yang dapat diukur dari kualitas pelayanannya (*Service Quality*). Kemudian kepuasan pelanggan dapat dihitung dengan membandingkan prediksi dan persepsi dari para pelanggan

Importance-Performance Analysis (IPA)

Importance Performance Analysis (IPA) merupakan metode yang memetakan persepsi pelanggan terhadap tingkat kepentingan (importance) aspek pelayanan dengan persepsi pelanggan terhadap kinerja (performance) dari aspek pelayanan untuk mengidentifikasi layanan yang perlu ditingkatkan

III. Metode Penelitian Model Konseptual



Gambar 3 Model Konseptual Penelitian

Metode Penelitian

Berdasarkan latar belakang permasalahan serta tujuan dari penelitian ini, metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode gap analysis dan importance-performance analysis (IPA). Pengumpulan data dilakukan dengan melakukan penyebaran kuisisioner ke 100 responden (anonymous). Teknik dalam membuat kuisisioner menggunakan skala likert (1-4) untuk memudahkan responden dan agar tidak adanya bias. Responden dalam penelitian ini merupakan pengguna jasa barbershop The Tjoekoer. Teknik sampling yang digunakan yaitu *Non-probability Sampling* dengan menggunakan jenis *Purposive Sampling*.

IV. Teknik Analisis Data

Analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui persepsi responden mengenai layanan yang didapatkan sebagai pelanggan di barbershop The Tjoekoer yang dibandingkan dengan harapan responden sebagai pelanggan. Kemudian, nantinya akan mengetahui bagaimana tingkat kesesuaian (persentase) dari importance dan performance, mengetahui selisih (Gap Analysis) dan nantinya akan mengetahui atribut mana sajakah yang dianggap prioritas oleh pelanggan (Importance-Performance Analysis) yang nantinya akan mengetahui usulan perbaikan apa yang dapat dilakukan pada barbershop The Tjoekoer. Selain itu, dilakukan uji T untuk mengetahui rata-rata dari perbandingan nilai performance dan importance.

Analisis Tingkat Kesesuaian Semua Dimensi Kualitas Pelayanan

Dimensi	Mean Performance	Mean Importance	Tingkat Kesesuaian(%)
Tangibles	2,93	3,57	82 %
Empathy	2,99	3,54	84%
Responsiveness	3,00	3,62	82%
Reliability	3,03	3,61	83%
Assurance	2,95	3,69	79%
Rata-Rata	2,98	3,60	82%

Tabel 4.1

Berdasarkan pada table 3 diatas, terlihat bahwa rata-rata keseluruhan untuk tingkat kesesuaian dari kelima dimensi kualitas pelayanan (Service Quality) pada layanan yang diberikan oleh barbershop The Tjoekoer adalah sebesar 82% yang dijadikan sebagai nilai cut-off-point dari nilai mean. Persenan pada kesesuaian kualitas pelayanan dengan nilai lebih dari 82% berada dalam kategori baik, sementara persenan pada kesesuaian kualitas pelayanan dengan nilai < 82% dikategorikan kurang baik. Penentuan kualitas pelayanan pada barbershop The Tjoekoer ditentukan berdasarkan nilai skor kenyataan atau kinerja yang diterima oleh pelanggan dibandingkan dengan skor harapan atau persepsi dalam bentuk persentase.

Dapat dilihat pada table 3 bahwa dari hasil perhitungan diketahui untuk nilai kesesuaian terendah terdapat pada dimensi Assurance sebesar 79%, disusul oleh dimensi Tangibles sebesar 82%, dimensi Responsiveness sebesar 82%, kemudian diikuti oleh dimensi Reliability sebesar 83%, dan dimensi Empathy sebesar 84%. Dengan demikian, kualitas pelayanan pada barbershop The Tjoekoer untuk keseluruhan dimensi sebesar 82% dianggap telah memenuhi harapan pelanggan. Dikatakan bahwa masih ada 2 atribut layanan yang nilai tingkat kesesuaiannya berada dibawah 82%, seperti: 79 % dari dimensi Assurance. Dari tingkat kesesuaian pelayanan di barbershop The Tjoekoer yang terdapat nilai tingkat kesesuaiannya rendah pada atribut layanan, maka pelayanan ini harus dapat dilakukan perbaikan dan ditangani dengan baik. Secara keseluruhan karena belum mencapai 100%, maka dalam hal ini tetap membutuhkan perbaikan dalam semua dimensi. Lalu, dari tingkat kesesuaian pelayanan pada barbershop The Tjoekoer ini akan dapat ditentukan penanganan atribut dalam dimensi kualitas pelayanan yang harus menjadi prioritas dan digambarkan dalam diagram kartesius dengan menggunakan analisis Importance Performance Analysis (IPA).

Analisis Gap Performance-Importance

Dimensi	Mean Performance	Mean Importance	Gap P-I
Tangibles	2,93	3,57	-0,64
Empathy	2,99	3,54	-0,55
Responsiveness	3,00	3,62	-0,62
Reliability	3,03	3,61	-0,58
Assurance	2,95	3,69	-0,74
Rata-Rata	2,98	3,60	-0,65

Tabel 4.2

Berdasarkan pada table 3.2 diatas dapat terlihat bahwa rata-rata nilai gap keseluruhan per dimensi kualitas pelayanan memiliki nilai gap negative, dengan nilai gap tertinggi berada pada dimensi Assurance yang memperoleh nilai gap sebesar -0,74. Sebaliknya dimensi yang memiliki kesenjangan terendah berada pada dimensi Empathy dengan memperoleh nilai gap sebesar -0,55. Menurut Parasuraman (1991) seluruh dimensi kualitas jasa dalam dimensi kualitas pelayanan (Service Quality) memiliki interaksi satu sama lain sehingga tidak bisa dipisahkan dalam upaya peningkatan kualitas. Oleh karena itu, barbershop The Tjoekoer harus memprioritaskan dalam hal perbaikan terhadap kualitas layanan. Jika hasil kesenjangan <-1 berarti baik, dan hasil >-1 berarti kualitas pelayanan yang diberikan tidak baik. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan merasa barbershop The Tjoekoer dalam memberikan pelayanan sudah baik. Pada prinsipnya data yang diperoleh melalui instrumen kualitas pelayanan dipergunakan untuk menghitung skor kesenjangan dari rata-rata dimensi untuk menganalisis kualitas pelayanan pada barbershop The Tjoekoer.

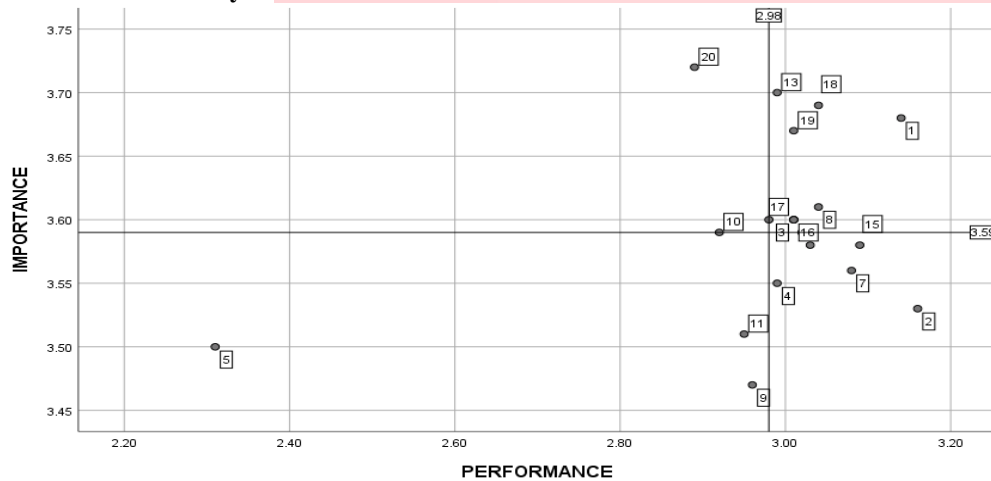
Uji Beda Performance dan Importance

Dimensi	Mean Performance	Mean Importance	Uji T	Sig (2-tailed)
Tangibles	17,63	21,45	-10,192	0,00
Empathy	14,95	17,74	-8,776	0,00
Responsiveness	9,00	10,88	-8,642	0,00
Reliability	12,15	14,47	-7,975	0,00
Assurance	5,90	7,39	-9,248	0,00

Tabel 4.3

Pada uji t ini terdapat kesenjangan antara layanan yang diterima oleh pelanggan di barbershop The Tjoekoer ini dengan layanan yang diharapkan oleh pelanggan. Pada uji t ini untuk nilai tertinggi berada pada dimensi Tangibles yaitu sebesar -10,192. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa pelanggan memiliki harapan yang tinggi terhadap kualitas layanan pada barbershop The Tjoekoer sehingga hasilnya lebih tinggi daripada tingkat kinerjanya. Hasil uji beda paried sample t-test ini berbeda dengan hasil perhitungan gap pada kualitas pelayanan (Service Quality) yang berdasarkan lima dimensi service quality pada barbershop The Tjoekoer yang memiliki nilai gap negative tertinggi berada pada dimensi Assurance sebesar -0,74.

Importance-Performance Analysis



Gambar 4.1

Terdapat dua (2) atribut layanan terdapat pada kuadran A, lalu tujuh (7) atribut layanan terdapat pada kuadran B, diikuti oleh tiga (3) atribut layanan yang terdapat pada kuadran C, dan lima (5) atribut layanan yang terdapat pada kuadran D. Terdapat gambar guna menjelaskan dari masing-masing kuadran atau pengambilan keputusan Importance Performance Analysis (IPA).

<p>Kuadran A Prioritas Utama (Concentrate Here)</p> <p>Atribut pada kuadran ini dianggap sangat penting oleh pelanggan tetapi pelayanannya tidak memuaskan sehingga barbershop The Tjoekoer harus meningkatkan kualitas pelayanannya.</p>	<p>Kuadran B Pertahankan Prestasi (Keep Up The Good Work)</p> <p>Atribut pada kuadran ini dianggap sangat penting oleh pelanggan dan pelayannya sangat memuaskan sehingga barbershop The Tjoekoer harus mempertahankan kualitas pelayanannya.</p>
<p>Kuadran C Prioritas Rendah (Low Priority)</p> <p>Atribut pada kuadran ini dianggap tidak penting oleh pelanggan dan pelayannya kurang memuaskan</p>	<p>Kuadran D Berlebihan (Possible Overkill)</p> <p>Atribut pada kuadran ini dianggap tidak penting oleh pelanggan tetapi pelayannya memuaskan.</p>

Gambar 4.2

<p>Kuadran A Prioritas Utama (Concentrate Here) 10 dan 20</p>	<p>Kuadran B Pertahankan Prestasi (Keep Up The Good Work) 1,3,8,13,17,18,19</p>
<p>Kuadran C Prioritas Rendah (Low Priority) 5,9,11</p>	<p>Kuadran D Berlebihan (Possible Overkill) 2,4,7,15,16</p>

Gambar 4.3

V. Kesimpulan dan Saran

Kualitas Pelayanan Barbershop The Tjoekoer

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa telah memiliki kinerja (performance) yang baik menurut pelanggan untuk keseluruhan yang dibuktikan dengan persentase rata-rata pada tingkat kesesuaian mendapatkan persentase skor sebesar 82% dalam hal kualitas pelayanan pada barbershop The Tjoekoer berdasarkan 5 dimensi Service Quality yaitu Tangibles, Empathy, Responsiveness, Reliability, dan Assurance. Walaupun untuk rata-rata nilai keseluruhan telah mendapatkan skor sebesar 82%, namun ternyata masih ada beberapa atribut layanan yang mendapatkan persentase dibawah rata-rata 82% tersebut, seperti:

- Dimensi Tangibles (atribut layanan nomer 5) mengenai tersedianya parkir yang memadai dan aman yang mendapat penilaian dari pelanggan sebesar 66%.
- Dimensi Empathy (atribut layanan nomer 4) mengenai staf barbershop The Tjoekoer dapat memahami ketidakpuasan dari pelanggan yang mendapatkan skor sebesar 81%.
- Dimensi Responsiveness (atribut layanan nomer 2) mengenai ketanggapan dari staf barbershop The Tjoekoer dalam membantu pelanggan yang mendapatkan skor sebesar 80%.
- Dimensi Assurance (atribut layanan nomer 2) mengenai pengertian staf dalam memberikan pelayanan secara adil dalam memahami pelanggan yang mengalami masalah terkait pelayanan mendapatkan skor sebesar 77%.

Dapat disimpulkan bahwa nilai tingkat kepentingan (importance) lebih besar dari tingkat penilaian (Expected Service > Perceived Service). Maka dari itu, perlunya prioritas dalam hal perbaikan.

Kesenjangan pada Kualitas Pelayanan pada Barbershop The Tjoekoer

Hasil penelitian gap P-I terhadap kualitas pelayanan pada barbershop The Tjoekoer dapat disimpulkan bahwa rata-rata gap P-I dari seluruh dimensi kualitas pelayanan (Service Quality) mendapatkan nilai gap sebesar -0,65.

Adapun hasil gap P-I dari yang terbesar ke yang terendah adalah sebagai berikut:

- Dimensi Assurance dengan nilai gap sebesar -0,74
- Dimensi Tangibles dengan nilai gap sebesar -0,64
- Dimensi Responsiveness dengan nilai gap sebesar -0,62
- Dimensi Reliability dengan nilai gap sebesar -0,58
- Dimensi Empathy dengan nilai gap sebesar -0,55

Walaupun bernilai negatif pada masing-masing dimensi kualitas pelayanan, pada kenyataannya untuk nilai gap <-1 dianggap telah baik oleh pelanggan. Namun, tetap harus ada prioritas dalam hal perbaikan karena nilai gap yang didapatkan masih bernilai negative, artinya pelanggan menganggap untuk beberapa atribut layanan masih belum sesuai dengan harapan. Secara keseluruhan, nilai rata-rata dari tingkat kepentingan (3,60) > dari rata-rata tingkat kinerja (2,98), dimana Expected Service > Perceived Service.

Atribut Prioritas Kepentingan dan Usulan Prioritas Tindakan

Pada tahap ini memetakan atribut mana yang diprioritaskan dan mengusulkan untuk perbaikan bertujuan untuk meningkatkan kualitas pelayanan barbershop The Tjoekoer. Pemetaan ini digambarkan dengan diagram kartesius sebagai penggambaran terhadap beberapa atribut yang masuk ke dalam kuadran A, B, C, dan D.

Hasil penelitian gap P-I terhadap kualitas pelayanan pada barbershop The Tjoekoer dapat disimpulkan bahwa rata-rata gap P-I dari seluruh dimensi kualitas pelayanan (Service Quality) mendapatkan nilai gap sebesar -0,65.

Walaupun bernilai negatif pada masing-masing dimensi kualitas pelayanan, pada kenyataannya untuk nilai gap <-1 dianggap telah baik oleh pelanggan. Namun, tetap harus ada prioritas dalam hal perbaikan karena nilai gap yang didapatkan masih bernilai negative, artinya pelanggan menganggap untuk beberapa atribut layanan masih belum sesuai dengan harapan. Secara keseluruhan, nilai rata-rata dari tingkat kepentingan (3,60) > dari rata-rata tingkat kinerja (2,98), dimana Expected Service > Perceived Service.

Sementara itu, untuk nilai tingkat keseluruhan walaupun telah mendapatkan skor sebesar 82%, namun ternyata masih ada beberapa atribut layanan yang mendapatkan persentase dibawah rata-rata 82%, maka dari itu harus focus dalam memprioritaskan perbaikan pada masing-masing atribut yang dinilai masih berada di bawah 82%. Atribut prioritas tindakan yaitu tersedianya kotak keluhan dan saran agar staf dari barbershop The Tjoekoer dapat menemukan secara langsung masalah yang dimiliki oleh pelanggan dan terlatih untuk menyelesaikan dengan baik, tidak hanya dari segi lisan saja untuk penyampaian keluhan dan saran. Kemudian tersedianya parkir yang aman dan memadai. Adanya staf yang tidak hanya menyebarkan promosi melalui media social, tetapi juga membantu dalam menyelesaikan keluhan pelanggan walaupun tidak tersedianya kotak keluhan dan saran.

Saran

Bagi barbershop The Tjoekoer

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dibuat diatas, pelanggan merasa pelayanan yang telah diberikan oleh barbershop The Tjoekoer baik, namun nilai gap dari kualitas pelayanan masih bernilai negative.

Peneliti menemukan beberapa kelaamatan terkait pelayanan pada barbershop The Tjoekoer. Maka dari itu, perlu adanya perbaikan terkait sejauh mana pelayanan yang telah diberikan oleh barbershop The Tjoekoer ini dapat sesuai dengan harapan pelanggan). Adapun hasil gap P-I dari yang terbesar ke yang terendah adalah sebagai berikut:

- Dimensi Assurance dengan nilai gap sebesar -0,74
- Dimensi Tangibles dengan nilai gap sebesar -0,64
- Dimensi Responsiveness dengan nilai gap sebesar -0,62
- Dimensi Reliability dengan nilai gap sebesar -0,58
- Dimensi Empathy dengan nilai gap sebesar -0,55

Berikut penulis uraikan beberapa usulan atau saran dalam hal perbaikan, yaitu:

- Peningkatan pelayanan pada dimensi Assurance. Dimensi ini memiliki nilai kesenjangan negative yang tinggi sehingga perlu adanya evaluasi terutama dalam memberikan layanan secara adil dalam memahami pelanggan yang mengalami masalah terkait pelayanan. Seperti, memiliki pemikiran yang sama atau setara bahwa pelanggan yang baru pun akan dapat menjadi customer yang loyal jika mendapatkan pelayanan yang baik dan yang mereka rasakan pun puas akan pelayanan itu.
- Peningkatan pelayanan pada dimensi Tangibles. Dimensi ini memiliki kesenjangan yang sangat tinggi pada atribut layanan nomer 4 yaitu tersedia parkir yang aman dan memadai. Dalam hal ini, pelanggan merasa bahwa harus adanya lahan parkir yang memadai untuk pelanggan membawa kendaraannya. Maka usulan dari peneliti yaitu perluasan terhadap lahan parkir agar pelanggan merasa aman ketika memarkir kendaraannya.
- Peningkatan pelayanan pada dimensi Responsiveness. Dimensi ini memiliki nilai gap yang tinggi pada atribut nomer 2 yaitu ketanggapan dari staf barbershop The Tjoekoer dalam membantu pelanggan. Hal ini dirasa pelanggan bahwa staf barbershop kurang cepat dalam menghadapi keluhan. Harusnya ketika ingin memberikan pelayanan yang terbaik, tidak hanya pelayanan jasa saja namun pelayanan dalam hal ketanggapan terhadap masalah.
- Peningkatan pelayanan pada dimensi Reliability. Dimensi ini memiliki nilai gap yang tinggi pada atribut nomer 4 yaitu keakuratan informasi atau penanganan masalah yang didapatkan dari staf barbershop The Tjoekoer. hal ini menunjukkan bahwa dalam menyelesaikan masalah, staf barbershop The Tjoekoer menganggap mudah dalam hal penanganan masalah. Harusnya penyelesaian masalah itu juga berlandaskan pada kebenaran.
- Peningkatan pelayanan pada dimensi Empathy. Dimensi ini memiliki nilai gap yang tinggi pada atribut nomer 4 yaitu staf barbershop The Tjoekoer dapat memahami ketidakpuasan dari pelanggan. Seperti yang telah dibahas sebelumnya, staf barbershop kurang dapat dan kurang sigap untuk menyelesaikan permasalahan. Adapun harusnya staf barbershop dapat diedukasi lebih baik lagi dalam hal penanganan masalah atau seputar pekerjaannya.

Bagi Peneliti

Bagi penelitian selanjutnya, hendaknya dapat memperluas penelitian dan dapat membuat lebih rinci. Seperti, dapat membandingkan dengan dua barbershop atau mengambil responden lebih besar agar mendapatkan gambaran lainnya yang lebih jelas yang mungkin masih kurang peneliti deskripsikan di dalam penelitian ini.