

**USULAN PERBAIKAN KUALITAS JASA REDBOX  
BARBERSHOP BERDASARKAN METODE  
IMPROVEMENT GAP ANALYSIS**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar  
Sarjana dalam bidang ilmu Teknik Industri

**Disusun oleh:**

**Nama : Steven Hendry Gunawan**

**NPM : 2015610093**



**PROGRAM STUDI SARJANA TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI  
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN  
BANDUNG  
2019**

**FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI  
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN  
BANDUNG**



Nama : Steven Hendry Gunawan  
NPM : 2015610093  
Program Studi : Teknik Industri  
Judul Skripsi : USULAN PERBAIKAN KUALITAS JASA REDBOX  
*BARBERSHOP BERDASARKAN METODE  
IMPROVEMENT GAP ANALYSIS*

**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

Bandung, Juni 2019

**Ketua Program Studi Sarjana Teknik Industri**

(Romy Loice, S.T., M.T)

**Pembimbing Pertama**

(Alfian Tan, S.T., M.T)



Program Studi Teknik Industri  
Fakultas Teknologi Industri  
Universitas Katolik Parahyangan

### **Pernyataan Tidak Mencontek atau Melakukan Tindakan Plagiat**

Saya, yang bertanda tangan dibawah ini,  
Nama : Steven Hendry Gunawan  
NPM : 2015610093

dengan ini menyatakan bahwa Skripsi dengan judul :

**" USULAN PERBAIKAN KUALITAS JASA REDBOX BARBERSHOP  
BERDASARKAN METODE *IMPROVEMENT GAP ANALYSIS* "**

adalah hasil pekerjaan saya dan seluruh ide, pendapat atau materi dari sumber lain telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan jika pernyataan ini tidak sesuai dengan kenyataan, maka saya bersedia menanggung sanksi yang akan dikenakan kepada saya.

Bandung, 18 Juni 2019

Steven Hendry Gunawan  
NPM : 2015610093

## ABSTRAK

RedBox *Barbershop* adalah *Barbershop* yang berlokasi di kota Cirebon. RedBox *Barbershop* berdiri pada tahun 2014. Target *barbershop* ini adalah pria dengan usia produktif dan dari golongan menengah. RedBox *Barbershop* selalu berusaha memperbaiki kualitas layanan. Namun konsumen masih kerap kali mengeluhkan ketidakpuasan terhadap kualitas pelayanan salon. Oleh karena itu, pihak *barbershop* perlu menindaklanjuti terkait masalah ini.

Pada penelitian ini digunakan metode IGA (*Improvement Gap Analysis*). Metode ini mengukur harapan ketidakpuasan konsumen terhadap suatu atribut yang performansinya rendah dan harapan kepuasan konsumen ketika performansi atribut tersebut telah ditingkatkan. Matrix IGA terdiri dari 4 kuadran, kuadran 1 *critical*, kuadran 2 *basic*, kuadran 3 *neutral* dan kuadran 4 *excitement*. Atribut yang menduduki kuadran 1 adalah atribut-atribut yang harus diperbaiki karena atribut tersebut memiliki nilai ketidakpuasan pertanyaan disfungsi AEDSQ (*Expected Average Dissatisfaction with the Dysfunctional Question*) dan nilai IG (*Improvement Gap*) yang tinggi sehingga apabila atribut tersebut ditingkatkan performansinya maka akan meningkatkan kepuasan konsumen. Atribut yang terletak pada kuadran 4 juga memiliki kesempatan untuk diperbaiki karena memiliki nilai IG yang tinggi.

Terdapat 5 atribut yang masuk pada kuadran 1 dan 10 atribut yang masuk pada kuadran 4. Beberapa usulan yang diberikan terkait atribut kuadran 1 adalah membuat jadwal piket, mengeringkan handuk setelah cuci, memberikan form kritik dan saran, memberikan arahan pada karyawan menanggapi keluhan pelanggan, membuat arahan cara melayani konsumen yang baru datang, bagi hasil dengan pihak karyawan, mewajibkan menggunakan seragam, membuat seragam kerja yang *trendy*, membuat dua jenis seragam, membuat tanda pengenal, menambah produk penata rambut pada RedBox *Barbershop* seperti wax, pomade.

## ABSTRACT

RedBox *Barbershop* is a *Barbershop* located in Cirebon city. RedBox *Barbershop* established in 2014. Target market of RedBox *Barbershop* is a middle class man with a relatively productive age. Lately consumer keep complaining about the service quality given by RedBox *Barbershop*. Many complains heard by the management of the RedBox *Barbershop*, so they trying to improved the service quality hope that the consumer satisfaction also increased.

IGA method is a method that being used in this research. IGA method compares the level of consumer dissatisfaction on the attributes that have low performance with the potential for increased customer satisfaction improved if this attributes improved. IGA matrix consist of 4 quadrant, first quadrant is critical improvement, second quadrant is keep current performance, third quadrant is neutral attribute, fourth quadrant is excitement attribute. Attributes that located in the first quadrant need to be improved because they have high score in AESDQ and IG. So if the attributes being improved it will increased consumer satisfaction. Attributes located in fourth quadrant also have chances to be improved because it have high scores in IG. There are 5 attribute that located in first quadrant and 10 attributes located in fourth quadrant. Improvement suggestion for the first quadrant are these following, create a daily duty officer list, dry towel after wash, create a criticism and suggestion form, give a instruction to a workers how to deal with customer, required to use a uniform, create a trendy uniform, create two kinds of uniform, create an id card, adding more hair products.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, Oleh karena berkat dan kasih karunia-nya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan judul “USULAN PERBAIKAN KUALITAS JASA REDBOX *BARBERSHOP* BERDASARKAN METODE *IMPROVEMENT GAP ANALYSIS*”. Tugas akhir ini dibuat sebagai syarat akademik untuk mendapat gelar sarjana jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri Universitas Katolik Parahyangan.

Dalam menyelesaikan tugas akhir ini tentunya tidak semua berjalan sesuai rencana penulis, terdapat tantangan dan hambatan yang dialami penulis. Namun penulis mendapat dukungan, baik secara moral maupun material sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak–pihak yang telah membantu menyelesaikan tugas akhir ini, yaitu:

1. Bapak Alfian Tan, S.T., M.T selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan bimbingan, bantuan, semangat, dan saran dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Seluruh dosen yang telah membimbing penulis selama menjadi mahasiswa di Jurusan Teknik Industri Universitas Katolik Parahyangan Bandung.
3. Kedua orang tua dan seluruh keluarga penulis yang selalu memberikan doa, dorongan, dan motivasi pada penulis.
4. Bapak Gunawan selaku pemilik RedBox *Barbershop* atas izin dan informasi yang diberikan selama penelitian.
5. Claudia Margaretha, Alvin Pradithama, Yohana Tania, Vanessa Ariani, Billy Joshua, Raymond Winardi, Hendra Susanto, Adrian Ega, Yohan Teguh, Marvin Luman selaku sahabat yang selalu membantu dan memberi motivasi selama kuliah di teknik Industri Universitas Katolik Parahyangan.
6. Teman-teman TI Unpar 2015 khususnya teman-teman kelas D. Terima kasih banyak telah membuat suasana kelas sangat menyenangkan.
7. Stephanie Yosi yang telah selalu berada disisi penulis ketika penulis kesepian.

8. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah mendukung penulis selama pengerjaan tugas akhir ini.

Dengan adanya tugas akhir ini, penulis berharap dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan dapat meningkatkan kualitas pelayanan di RedBox *Barbershop*. Penulis menyadari adanya ketidaksempurnaan dalam penulisan tugas akhir ini. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan pada masa mendatang.

Bandung 18 Juni 2019

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK.....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
I.1 Latar Belakang Masalah .....	I-1
I.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah.....	I-3
I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi .....	I-7
I.4 Tujuan Penelitian .....	I-8
I.5 Manfaat Penelitian .....	I-8
I.6 Metodologi Penelitian.....	I-9
I.7 Sistematika Penulisan.....	I-12
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
II.1 Pengertian Jasa .....	II-1
II.2 Karakteristik Jasa.....	II-3
II.3 Definisi Kualitas Jasa.....	II-3
II.4 Definisi Pelanggan Jasa .....	II-4
II.5 Pengukuran Kualitas Jasa .....	II-5
II.6 Kepuasan Pelanggan.....	II-6
II.7 Skala Pengukuran.....	II-7
II.8 Skala Sikap .....	II-8
II.9 Improvement Gap Analysis (IGA).....	II-10
II.10 Penyusunan kuesioner .....	II-13
II.11 Penentuan Sampel .....	II-17
II.12 Teknik Sampling .....	II-18



II.13	Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	II-20
II.13.1	Pengujian Validitas.....	II-20
II.13.2	Uji Reliabilitas.....	II-21

### **BAB III PENGOLAHAN DATA**

III.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	III-1
III.2	Penentuan Atribut Kualitas Layanan.....	III-1
III.3	Penyusunan Kuesioner.....	III-5
III.4	Penyebaran Kuesioner.....	III-6
III.5	Pengolahan Data.....	III-7
III.5.1	Profil Responden.....	III-7
III.5.2	Uji Realibilitas dan Validitas.....	III-8
III.5.2.1	Uji Reliabilitas.....	III-8
III.5.2.2	Uji Valiitas.....	III-8
III.5.3	Pengolahan Data dengan Metode IGA.....	III-11

### **BAB IV ANALISIS DAN USULAN PERBAIKAN**

IV.1	Analisis Penentuan Atribut Penelitian.....	IV-1
IV.2	Analisis Profil Responden.....	IV-2
IV.3	Analisis Atribut Perbaikan Dengan Metode IGA.....	IV-3
IV.3.1	Analisis Atribut Kuadran I.....	IV-4
IV.3.2	Analisis Atribut Kuadran II.....	IV-6
IV.3.3	Analisis Atribut Kuadran III.....	IV-7
IV.3.4	Analisis Atribut Kuadran IV.....	IV-8
IV.4	Usulan Perbaikan.....	IV-9
IV.4.1	Usulan Perbaikan Atribut Kebersihan RedBox Barbershop dan Peralatannya (A8).....	IV-9
IV.4.2	Usulan Perbaikan Atribut Kemampuan RedBox Barbershop dalam Menanggapi Saran dan Kritik (A19).....	IV-9
IV.4.3	Usulan Perbaikan Atribut Ketanggapan Karyawan dalam Melayani Konsumen (A15).....	IV-9
IV.4.4	Usulan Perbaikan Atribut Karyawan Rapi dan Berseragam (A6).....	IV-12

IV.4.5 Usulan Perbaikan Atribut Ketanggapan Produk Penata Rambut yang Ditawarkan (A9) .....	IV-14
IV.4.6 Usulan Perbaikan Atribut Kejelasan dan Ketepatan Harga Untuk Tiap Perawatan (A22) .....	IV-14
IV.4.7 Usulan Perbaikan Atribut Kemampuan Karyawan Dalam Berkomunikasi dan Menjelaskan Paket Produk Pada Konsumen (A21).....	IV-16
IV.4.8 Usulan Perbaikan Atribut Keberagaman Paket yang Ditawarkan (A7)	IV-16
IV.4.9 Usulan Perbaikan Atribut Peralatan yang Digunakan Dalam Kondisi Baik dan Modern (A5).....	IV-17
IV.4.10 Usulan Perbaikan Atribut Kenyamanan Ruang Tunggu RedBox Barbershop (A10).....	IV-19
IV.4.11 Usulan Perbaikan Atribut Lapangan Parkir Memadai (A12).....	IV-19
IV.4.12 Usulan Perbaikan Atribut Kesesuaian Proses Perawatan dengan keinginan Konsumen (A16) .....	IV-20
IV.4.13 Usulan Perbaikan Atribut Kenyamanan fasilitas utama barbershop selama konsumen mendapat perawatan (A20).....	IV-20
IV.4.14 Usulan Perbaikan Atribut Waktu Menunggu (A24).....	IV-21
IV.4.15 Usulan Perbaikan Atribut Suasana <i>Barbershop</i> (A2).....	IV-21
IV.5 Persetujuan RedBox Barbershop Mengenai Usulan Perbaikan Setiap Atribut .....	IV-22

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

V.1 Kesimpulan.....	V-1
V.2 Saran.....	V-1
V.2.1 Saran Bagi Pihak Manajemen.....	V-1
V.2.2 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya .....	V-2

<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	xi
-----------------------------	----

## **LAMPIRAN**

## **RiWAYAT HIDUP PENULIS**



## DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Rekapitulasi Keluhan Konsumen Hasil Wawancara .....	I-6
Tabel III.1 Atribut Studi Literatur .....	III-2
Tabel III.2 Penentuan Atribut .....	III-4
Tabel III.3 Rekapitulasi Profil Responden .....	III-7
Tabel III.4 Nilai Perhitungan Uji Reliabilitas .....	III-8
Tabel III.5 Pengujian Validitas Butir .....	III-9
Tabel III.6 Rekapitulasi Nilai AESFQ, AESDQ, ACS, IG, Std IGk, Std AESDQk, RedBox Barbershop.....	III-11
Tabel III.7 Rekapitulasi Pengelompokan Atribut dengan Matrix IGA.....	III-13
Tabel IV.1 Rekapitulasi Atribut Kuadran I .....	IV-3
Tabel IV.2 Rekapitulasi Atribut Kuadran II .....	IV-6
Tabel IV.3 Rekapitulasi Atribut Kuadran III .....	IV-7
Tabel IV.4 Rekapitulasi Atribut Kuadran IV .....	IV-8
Tabel IV.5 Jadwal Piket (nama, sistem rolling) .....	IV-9
Tabel IV.6 Form Kritik dan Saran .....	IV-10
Tabel IV.7 Paket RedBox Barbershop.....	IV-16
Tabel IV.8 Tabel Rekapitulasi Atribut Prioritas Perbaikan Hingga Usulan Perbaikan .....	IV-21

## DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Grafik Jumlah Konsumen .....	I-3
Gambar I.2 Metodologi Penelitian Perbaikan Kualitas Jasa RedBox Barbershop .....	I-11
Gambar II. 1 Matrix IGA .....	II-12
Gambar III.1 Tampak Depan RedBox <i>Barbershop</i> .....	III-1
Gambar III.2 Grafik Jumlah Atribut dan Responden .....	III-6
Gambar III.3 Matrix IGA RedBox Barbershop .....	III-12
Gambar IV.1 Tempat Handuk saat ini .....	IV-4
Gambar IV.2 Toilet Saat ini .....	IV-4
Gambar IV.3 Seragam RedBox 1 .....	IV-12
Gambar IV.4 Seragam RedBox 2 .....	IV-12
Gambar IV.5 Tanda Pengenal .....	IV-13
Gambar IV.6 Daftar Harga RedBox Barbershop saat ini .....	IV-14
Gambar IV. 7 Usulan Daftar Harga RedBox Barbershop .....	IV-15
Gambar IV.8 shaver yang sudah usang .....	IV-17
Gambar IV.9 Shaver Philips HC3426 .....	IV-17
Gambar IV.10 Rekomendasi Toilet RedBox Barbershop .....	IV-20

## **DAFTAR LAMPIRAN**

LAMPIRAN A Kuesioner

# BAB I

## PENDAHULUAN

Bab ini berisi mengenai pendahuluan yang akan menjadi dasar dari penelitian. Pada bab I ini diawali dengan menentukan latar belakang masalah, identifikasi dan perumusan masalah, pembatasan masalah dan asumsi hingga sistematika penulisan.

### I.1 Latar Belakang Masalah

Seiring berkembangnya jaman manusia menjadi semakin sensitif terhadap perkembangan mode, didukung dengan *social media* yang hampir digunakan oleh semua kalangan menjadikan manusia dengan mudah mengakses informasi mengenai mode terbaru. Pada dasarnya manusia ingin berusaha menjadi semenarik mungkin dihadapan lawan jenisnya, *social media* juga menjadikan manusia menjadi lebih aktif dalam mengikuti perkembangan mode. Hal ini membuat manusia peduli terhadap penampilan dalam beraktifitas sehari-hari, mulai dari rambut, pakaian, hingga aksesoris lainnya.

Para pria masa kini pun tidak kalah memperhatikan penampilan, terlebih dengan banyaknya mode rambut pria yang memiliki banyak variasi membuat banyak pria menjadi terus bereksperimen dengan mode rambut (Permana Rizky Wahyu, <https://www.merdeka.com>). Semakin meningkatnya kebutuhan pria untuk menata rambut menjadikan bisnis *barbershop* menjadi peluang bisnis yang meningkat, salah satu contohnya adalah di kota Cirebon. Cirebon merupakan kota yang mengalami peningkatan ekonomi, terutama dengan dibangunnya tol Cipali (Hardoko Ervan, <https://regional.kompas.com>). Berdasarkan observasi kota Cirebon, terlihat banyak bermunculan *barbershop* baru yang menawarkan jasa potong rambut pria agar terlihat sesuai dengan mode yang diikutinya.

Dengan bertumbuhnya jumlah *barbershop* menjadikan bisnis ini memiliki banyak kompetitor, persaingan bisnis pun menjadi lebih ketat. Masing-masing *barbershop* harus berlomba menjaga kualitas agar tetap menjadi pilihan konsumen dan tetap dapat bersaing dalam bisnis *barbershop*. *Barbershop* harus memiliki strategi yang baik dalam menghadapi persoalan yang ada agar bisnis dapat tetap

berjalan baik dan harus memiliki strategi untuk terus meningkatkan pangsa pasar. *Barbershop* juga harus selalu melakukan perbaikan-perbaikan agar dapat meningkatkan kualitas pelayanan yang berimbang pada kepuasan konsumen.

*Barbershop* di kota Cirebon yang diteliti adalah Redbox *Barbershop*, *barbershop* ini merupakan *barbershop* yang menawarkan teknik potong yang berbeda dengan *barbershop* lain. Petugas potong yang diberi pelatihan khusus dari *hair styling* amerika, Vince The Barber. Target *barbershop* ini adalah pria dengan usia produktif dan dari golongan menengah. *Barbershop* ini berlokasi di Jalan Jendral A. Yani No. 88 Cirebon, pada saat awal pembukaan *barbershop* ini langsung mendapat respon masyarakat sekitar dikarenakan *barbershop* ini memiliki *hair stylist* yang sudah berpengalaman dalam dunia *barbershop* sehingga hasil pemotongan banyak disukai para konsumen dan memiliki ciri tersendiri. RedBox *Barbershop* ini membuka cabang barunya yang terletak di jalan Kapten Samadikun No.60 sehingga terdapat dua cabang di Kota Cirebon. Akan tetapi yang diteliti adalah Redbox *Barbershop* yang terletak pada jalan Jendral A Yani No.88 dikarenakan tempat ini menjadi tolak ukur *brand* RedBox *barbershop*, tempat ini juga memiliki rata-rata jumlah pengunjung yang lebih banyak dari tempat kedua dan menyediakan fasilitas jasa yang lebih lengkap dibandingkan fasilitas yang terdapat pada tempat kedua. RedBox *Barbershop* cabang ini juga memiliki banyak keluhan dibandingkan RedBox *Barbershop* yang terletak di jalan Kapten Samadikun karena RedBox ini memiliki baragam fasilitas sehingga permasalahan yang timbul lebih banyak.

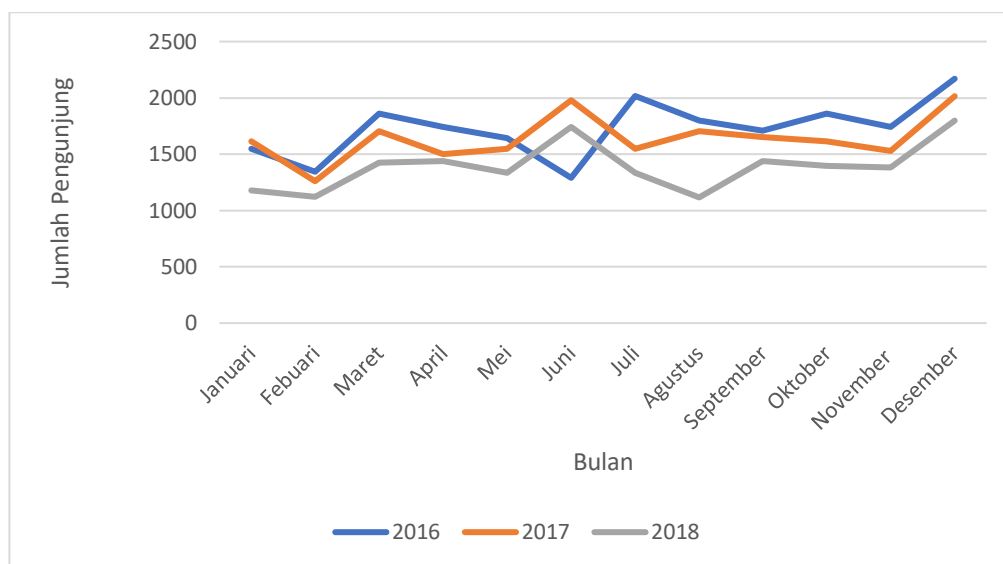
RedBox *Barbershop* menjadi salah satu pelopor berdirinya usaha *barbershop* di kota Cirebon sehingga menjadikan RedBox *barbershop* harus terus berinovasi dan meningkatkan kualitas pelayanan agar tetap menjadi *leader* dalam bisnis *barbershop*. RedBox *Barbershop* telah berupaya menampung sebanyak-banyaknya konsumen dengan beroperasi setiap hari dari jam 10.00 WIB sampai dengan jam 21.00 WIB. Dikarenakan semakin banyaknya wirausahawan yang membuka bisnis serupa menjadikan persaingan semakin ketat, konsumen memiliki lebih banyak pilihan tempat *barbershop* untuk mencukur rambutnya.

Hal ini menyebabkan terjadinya jumlah konsumen yang berkunjung ke RedBox *Barbershop* menjadi menurun dibandingkan tahun sebelumnya, walaupun pemilik RedBox *Barbershop* telah memperluas area cukur dan telah melakukan



marketing mengenai RedBox *Barbershop* dengan cara memanggil wartawan yang ada di Cirebon.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan pemilik RedBox *Barbershop* terdapat penurunan jumlah konsumen dimulai pada tahun 2016 hingga saat ini. Jumlah konsumen pada tahun 2016 adalah 20720, pada tahun 2017 konsumen berjumlah 19669 dan tahun 2018 konsumen berjumlah 16699. Berikut adalah Gambar I.1 akan ditampilkan perbandingan jumlah konsumen yang datang pada RedBox *Barbershop* pada tahun 2016, 2017, dan 2018.



Gambar I.1 Jumlah Konsumen

Persaingan yang ketat ini mengharuskan RedBox *barbershop* untuk meningkatkan kualitas pelayanan supaya konsumen yang datang ke RedBox *barbershop* merasa puas sehingga ingin terus melakukan kunjungan kembali dan menarik konsumen baru untuk datang. RedBox *barbershop* memiliki beberapa saingan seperti Paparazi *barbershop*, Undercut *barbershop*, dan Local *barbershop*. Sang pemilik RedBox *barbershop* menyadari bahwa kualitas pelayanan konsumen belum maksimal dengan mendengar banyaknya keluhan yang seringkali sampai ke pihak pemilik yang menyebabkan konsumen-konsumen baru tidak ingin melakukan kunjungan kembali ke RedBox *Barbershop*. Keinginan untuk meningkatkan kualitas pelayanan agar kepuasan konsumen menjadi maksimal belum dapat terwujud karena pemilik RedBox *barbershop* belum mengetahui upaya yang harus dilakukannya.

## I.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah

Bertumbuhnya jumlah *barbershop* dan inovasi-inovasi yang terus dilakukan oleh kompetitor mengakibatkan persaingan bisnis *barbershop* semakin ketat, konsumen memiliki lebih banyak pilihan *barbershop* untuk mencukur rambutnya. Hal ini mengakibatkan konsumen dapat membandingkan kualitas pelayanan yang diberikan tiap-tiap *barbershop*, dan memilih *barbershop* dengan pelayanan yang lebih baik sehingga berdampak pada penurunan jumlah konsumen yang berkunjung di RedBox *Barbershop*.

Hal tersebut juga terjadi pada Redbox *Barbershop*. Penurunan jumlah konsumen terjadi karena kualitas pelayanan yang sangat kurang diberikan pihak RedBox *Barbershop* dari segi pelayanan maupun fasilitas yang diberikan kepada konsumen RedBox *Barbershop*. Adanya keluhan-keluhan yang disampaikan konsumen dapat berdampak pada kelangsungan bisnis Redbox *Barbershop*, seperti konsumen yang mulai meninggalkan Redbox *Barbershop* untuk mencukur rambutnya. Hal tersebut menandakan perlunya perbaikan pada Redbox *Barbershop*. Untuk dapat mengetahui faktor yang menyebabkan penurunan jumlah konsumen, perlu dilakukan wawancara.

Pada saat wawancara dengan pemilik RedBox *Barbershop* pemilik berkata faktor penurunan disebabkan karena faktor banyaknya *barbershop* baru yang bermunculan sehingga meningkatkan persaingan, dan faktor dimana konsumen ingin kebutuhannya dapat terpenuhi. Pemilik juga menyatakan beberapa konsumen lebih mementingkan faktor pelayanan dibandingkan faktor harga. Para konsumen harus dilayani dengan layanan jasa yang baik dan fasilitas yang mendukung sehingga kepuasan dan keinginan konsumen dapat terpenuhi.

Pemilik Redbox *Barbershop* juga telah berupaya untuk mendengar keluhan konsumen dan memperbaiki, namun beliau bingung untuk dapat menentukan prioritas perbaikan yang tepat perlu dilakukan agar dapat meningkatkan kualitas layanan, hal tersebut dikarenakan banyaknya keluhan dari konsumen dan keterbatasan dari pemilik sehingga pemilik harus memilah perbaikan yang perlu diperbaiki.

Berdasarkan observasi langsung di RedBox *Barbershop*, kualitas layanan perlu diperbaiki, ruang tunggu yang sempit membuat konsumen harus berdiri atau dengan membeli kopi pada *coffee shop* untuk mendapatkan tempat duduk, apabila ruang tunggu sudah penuh. Fasilitas toilet dan *washtafel* pada RedBox

*Barbershop* juga kurang memadai karena dari dua lantai area cukur hanya terdapat satu toilet dan satu washtafel yang mengakibatkan konsumen perlu menunggu giliran jika ingin menggunakan toilet. Tangga ke lantai dua pun curam dan minim pencahayaan sehingga konsumen harus berhati-hati jika menggunakan tangga. Petugas parkir juga terkadang tidak ada saat dibutuhkan

Dilakukan juga wawancara untuk mengetahui kualitas pelayanan RedBox *Barbershop* dengan mewawancarai konsumen, berdasarkan hasil wawancara dengan 30 responden yang merupakan konsumen RedBox *Barbershop*, terdapat 13 konsumen baru pertama kali datang yang berarti 43% dari total konsumen merupakan konsumen baru dan sisanya 56% merupakan konsumen loyal. Konsumen yang baru pertama kali datang dan yang akan melakukan kunjungan kembali hanya 5 dari 13 konsumen sisanya menyatakan tidak akan kembali.

Wawancara dengan konsumen baru mereka merasa kurang puas dengan pelayanan RedBox *Barbershop* dengan mengeluh karena petugas kurang sigap dalam memberikan pelayanan, ruang tunggu sempit dan tidak ada minuman yang disediakan, rasa makanan dan minuman pada *coffee shop* yang kurang enak, tidak adanya musholla, handuk penutup mata yang berbau, fasilitas koneksi internet (Wifi) kurang memadai, pijatan yang kurang berasa. Terdapat juga konsumen baru yang mengeluh mengenai daftar harga yang kurang jelas. Pada daftar harga ia melihat biaya potong dan cuci, saat proses pemotongan ia meminta untuk tidak dicuci rambut dan saat proses pembayaran harga yang ditagih adalah harga potong dan cuci. Terdapat juga keluhan mengenai kursi potong yang tidak memiliki sandaran kepala yang nyaman.

Konsumen yang telah melakukan kunjungan kembali mengeluhkan bahwa petugas potong kurang memberikan pijatan yang terasa, handuk penutup mata tercium bau apek, pelayanan petugas yang tidak sigap, rasa makanan dan minuman yang terdapat pada *coffee shop* kurang enak. Ruang tunggu yang kurang memadai karena hanya terdapat dua sofa dan tidak disediakan minuman, fasilitas koneksi internet (Wifi) kurang memadai dan toilet yang sedikit sehingga konsumen harus menunggu giliran, petugas parkir juga terkadang tidak ada saat dibutuhkan, sehingga konsumen harus dengan sendirinya memarkirkan atau mengeluarkan kendaraan.

Konsumen yang sudah melakukan kunjungan kembali juga mengeluhkan mengenai kurangnya tukang potong profesional sehingga mereka harus

menunggu lama untuk menggunakan jasa tukang potong profesional, walaupun konsumen lama tidak teralu mengincar petugas potong profesional karena telah cocok dengan petugas potong langganannya, tetapi terkadang mereka ingin merubah gaya rambutnya menggunakan teknik baru sehingga mereka mengantri untuk mendapat potongan dari petugas yang profesional. Dalam proses mengantri ini beberapa konsumen memilih mengurungkan niatnya menggunakan jasa tukang potong profesional karena tidak ingin mengantri.

Pada saat observasi dilakukan terdapat tiga konsumen memilih untuk meninggalkan tempat apabila melihat antrian sudah panjang dan memilih tempat barber lain. Berdasarkan hasil dari wawancara terlihat ada beberapa hal atau atribut pelayanan yang konsumen keluhkan, maka dari itu perlu adanya perbaikan atribut untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan RedBox *Barbershop* yang akhirnya dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Atribut-atribut dibawah yang muncul hanya saat wawancara dilakukan, diperlukan identifikasi atribut secara menyeluruh agar diketahui apa saja atribut yang diperhatikan oleh konsumen dalam menggunakan jasa barbershop. Berikut pada Tabel I.1 ditampilkan rekapitulasi keluhan konsumen hasil wawancara.

Tabel I.1 Rekapitulasi Keluhan Konsumen Hasil Wawancara

No.	Keluhan	Frekuensi
1	Karyawan kurang sigap dalam melayani	19
2	Handuk penutup mata berbau tidak sedap	19
3	Pijatan petugas kurang terasa	17
4	Fasilitas ruang tunggu yang tidak memadai	15
5	Rasa makanan dan minuman pada <i>coffee shop</i> kurang enak	13
6	Ruang tunggu sempit	12
7	Petugas parkir tidak profesional	10
8	Tidak ada mushola	6
9	Kurangnya tenaga potong profesional	6
10	Jumlah toilet kurang	6
11	Kursi potong kurang nyaman	1
12	Daftar harga kurang jelas	1

Untuk membantu menentukan langkah yang perlu diambil untuk memperbaiki kualitas layanan *RedBox Barbershop*, pengukuran kualitas layanan akan dilakukan dengan menggunakan metode *Improvement Gap Analysis* (IGA). Pengukuran dilakukan dengan membandingkan *GAP* antara harapan konsumen dengan kondisi yang sedang berlangsung, sehingga dapat diketahui kepuasan terhadap kualitas layanan. Menurut Tortini dan Picolo (2010) metode *Improvement Gap Analysis* (IGA) adalah metode yang menggunakan pendekatan kuadran yang berbentuk matrix. Metode ini merupakan metode pengembangan yang mengatasi keterbatasan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dalam mengidentifikasi *excitement attributes* dan *basic attributes*.

*Excitement attributes* adalah atribut yang ditawarkan suatu jenis usaha yang mempengaruhi konsumen, *basic attributes* adalah atribut dasar yang dimiliki usaha sejenis. Dengan mengetahui *excitement attributes* maka dapat diketahui atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen, sehingga apabila performansi atribut tersebut tidak baik maka harus dilakukan perbaikan agar kepuasan konsumen meningkat. Sehingga dengan digunakannya metode ini dapat membantu mengambil keputusan yang tepat untuk memperbaiki kualitas pelayanan. Dalam metode IGA ini konsumen diharuskan mengisi survei tentang harapan mereka dalam “kondisi keadaan yang memuaskan dan kondisi yang tidak memuaskan”. metode ini membandingkan harapan ketidakpuasan konsumen terhadap suatu atribut yang performansinya rendah dan harapan kepuasan konsumen ketika performansi atribut tersebut sudah ditingkatkan.

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, dibuat rumusan masalah sebagai berikut.

1. Atribut apa saja yang sesuai digunakan dalam analisis untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas layanan *RedBox Barbershop*?
2. Bagaimana prioritas perbaikan kualitas pelayanan yang harus dilakukan *RedBox Barbershop* berdasarkan *Improvement Gap Analysis* (IGA)?
3. Apa saja usulan perbaikan yang dapat meningkatkan kualitas pelayanan *RedBox Barbershop*?

### I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dibuat pada sub bab I.3 maka dibuatlah batasan dan asumsi masalah. Tujuan dibuatnya batasan masalah yaitu agar penelitian fokus pada *core problem* yang ada dan tidak menyimpang dari tujuan awal penelitian. Penelitian yang terlalu meluas dan tidak memiliki arah yang jelas akan memakan waktu yang cukup lama dan membutuhkan banyak tenaga dalam penuntasannya, sehingga hasil akhir penelitian tidak maksimal. Berikut adalah batasan-batasan masalah dan asumsi dalam penelitian ini :

1. Pengamatan dilakukan pada satu cabang RedBox *barbershop* yang terletak di jalan A Yani No. 88 Cirebon.
2. Usulan perbaikan hanya sebagai usulan, tidak di implementasikan

Sementara asumsi yang digunakan pada penelitian ini adalah:

Selama penelitian dilakukan diasumsikan tidak ada perubahan yang signifikan pada kondisi internal RedBox *barbershop*

### I.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, maka dapat disusun tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Mengetahui atribut apa saja yang relevan dalam melakukan analisis untuk mengetahui permasalahan pada RedBox *barbershop*
2. Mengetahui prioritas perbaikan untuk meningkatkan kepuasan konsumen yang berkunjung pada RedBox *barbershop* berdasarkan metode *Improvement Gap Analysis* (IGA)
3. Merancang usulan perbaikan yang diberikan pada RedBox *barbershop* untuk dapat meningkatkan kualitas layanan *RedBox Barbershop*

### I.5 Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang terkait dalam penelitian ini yaitu pihak RedBox *barbershop*, pihak pembaca, dan pihak penulis. Berikut adalah manfaat bagi pihak RedBox *barbershop*:

- a. Pihak RedBox *barbershop* mengetahui tingkat performansi pelayanan konsumen.

- b. Pihak RedBox *barbershop* mengetahui perbaikan yang harus diprioritaskan untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

Selain itu terdapat pula manfaat bagi pihak pembaca yaitu sebagai berikut.

- a. Pembaca memperoleh wawasan mengenai metode *Improvement Gap Analysis* (IGA).
- b. Penelitian ini dapat menjadi referensi yang dapat digunakan apabila ingin melakukan penelitian sejenis.

Selain itu terdapat pula manfaat bagi pihak penulis yaitu sebagai berikut.

- a. Penulis dapat mengaplikasikan ilmu yang telah dipelajari dalam *real world situation*.
- b. Menambah wawasan penulis mengenai metode *Improvement Gap Analysis* (IGA).

## **I.6 Metodologi Penelitian**

Metode penelitian menunjukkan langkah-langkah sistematis yang dilakukan dari awal hingga akhir penelitian penelitian berlangsung di RedBox *Barbershop*. Langkah-langkah penelitian dapat dilihat pada gambar I.1. Langkah-langkah tersebut adalah sebagai berikut

1. Penelitian Pendahuluan  
Tahap pertama dalam penelitian ini adalah dengan melakukan penelitian pendahuluan. Penelitian dilakukan dengan melakukan observasi langsung dan wawancara dengan pihak-pihak yang terkait pada RedBox *Barbershop*. Penelitian ini memberikan gambaran awal mengenai kondisi pada RedBox *Barbershop* secara menyeluruh.
2. Studi Literatur  
Setelah mendapat informasi dari penelitian pendahuluan, maka dilakukan studi literatur. Studi literatur dapat diperoleh dari penelitian terdahulu, buku referensi, ataupun situs internet yang dapat diverifikasi. Teori-teori yang diperoleh digunakan memperdalam secara teoritis mengenai metode yang nantinya akan digunakan dalam penelitian.
3. Identifikasi dan Rumusan Masalah  
Selanjutnya dilakukan identifikasi masalah yang diteliti dan membuat perumusan masalah yang terdapat pada RedBox *Barbershop*. Perumusan masalah merupakan hal yang penting untuk tahap

selanjutnya karena akan memperjelas tujuan dari penelitian yaitu menjawab permasalahan yang ada.

4. Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian

Pada tahapan keempat ini dilakukan pembatasan masalah dan asumsi penelitian. Pembatasan masalah dan asumsi penelitian dilakukan agar penelitian menjadi lebih terarah dan mengurangi kompleksitas yang ada. Hal ini perlu dilakukan agar penelitian.

5. Identifikasi dan Penentuan atribut

Selanjutnya dilakukan studi literatur untuk menentukan atribut. Studi literatur dilakukan untuk mengetahui atribut apa saja yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan untuk memastikan bahwa atribut penelitian penting untuk mengukur kualitas layanan.

6. Penyusunan Kuesioner Penelitian

Setelah memperoleh atribut yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, selanjutnya dilakukan penyusunan kuesioner. Kuesioner akan disebarkan kepada responden dan akan dilakukan uji validitas dan reliabilitas.

7. Penentuan Sampel

Selanjutnya dilakukan penentuan sampel dengan menggunakan metode *sampling* yang sesuai dan jumlah sampel yang dibutuhkan sehingga responden dapat menggambarkan kondisi dari RedBox *Barbershop* yang sesungguhnya.

8. Penyebaran Kuesioner

Selanjutnya dilakukan penyebaran kuesioner kepada responden sesuai jumlah sampel yang telah ditentukan sebelumnya untuk memperoleh informasi mengenai kepuasan pelanggan. Kuesioner yang disebar harus sesuai dengan jumlah sampel yang telah ditentukan atau lebih.

9. Pengujian Reliabilitas dan Validitas

Pengolahan data dilakukan dengan melakukan pengujian kuesioner, terdapat beberapa langkah dalam pengujian kuesioner yaitu uji reliabilitas yang bertujuan agar atribut pada kuesioner sesuai dengan keadaan sebenarnya, dan uji validitas untuk memastikan hasil dari data yang diperoleh konsisten. Apabila data tidak valid atau tidak reliabel, maka akan dilakukan perancangan instrumen ulang. Apabila data telah valid



dan reliabel maka dapat digunakan untuk perancangan lebih lanjut. Berikut adalah Gambar 1.2 metodologi penelitian yang dibuat dalam bentuk *flowchart*.



Gambar 1.2 Metodologi Penelitian Perbaikan Kualitas Jasa RedBox Barbershop

10. *Improvement Gap Analysis (IGA)*

Apabila data yang diperoleh telah valid dan reliabel, maka selanjutnya data tersebut akan dihitung menggunakan rumus yang telah ada dan diolah menggunakan metode *Improvement Gap Analysis (IGA)* untuk

mengetahui tingkat kepuasan konsumen pada RedBox *Barbershop* dalam bentuk matrix.

11. Analisis dan Usulan Perbaikan

Pada tahap ini dibuat analisis dari hasil pengukuran kualitas layanan yang ada. Tahap ini juga melihat kondisi variabel yang ada, apa variabel yang harus dilakukan perbaikan dan bagaimana perbaikan yang dapat dilakukan untuk mengatasi permasalahan tersebut. Analisis dan usulan perbaikan dilakukan berdasarkan hasil pada pengukuran kualitas layanan dari metode *Improvement Gap Analysis* (IGA).

12. Kesimpulan dan Saran

Tahapan ini merupakan tahap akhir dari penelitian dalam rangka menjawab tujuan penelitian ini dilakukan. Peneliti juga memberikan saran kepada pihak yang bersangkutan dalam hal ini adalah pihak RedBox *Barbershop* berkaitan dengan penelitian yang telah dilakukan

**I.7 Sistematika Penulisan**

Pada subbab ini akan dibahas mengenai seluruh bab yang terdapat dalam laporan penelitian yang akan dibuat. Dijelaskan pula mengenai hal yang akan dibahas dalam setiap bab yang ada. Sistematika penulisan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisi latar belakang masalah, tinjauan mengenai RedBox *Barbershop*, identifikasi dan perumusan masalah, pembatasan masalah, manfaat penelitian, asumsi, tujuan kerja penelitian, metodologi penelitian, serta sistematika penulisan.

**BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini berisis mengenai teori yang berhubungan dengan pengolahan dan pemecahan masalah yang berkaitan dengan pengukuran tingkat kepuasan pelanggan pada RedBox *Barbershop*. Landasan teori didapatkan dari berbagai referensi yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti.

### **BAB III PERANCANGAN ALAT UKUR DAN PENGOLAHAN DATA**

Bab III berisi mengenai perancangan alat ukur yang digunakan untuk mengolah data dan informasi yang diperoleh dari pengolahan hasil kuesioner. Data yang telah dikumpulkan kemudian diolah menggunakan metode IGA sehingga dapat mengetahui atribut yang menjadi prioritas perbaikan dalam meningkatkan kualitas pelayanan pada RedBox *Barbershop*.

### **BAB IV ANALISIS DAN USULAN PERBAIKAN**

Pada bab IV ini berisi hasil pengolahan data yang telah dilakukan pada bab III dan analisis serta usulan perbaikan untuk meningkatkan kualitas pelayanan pada RedBox *Barbershop*.

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab v ini berisi mengenai kesimpulan dari penelitian yang dilakukan pada RedBox *Barbershop* dan masukan dalam bentuk saran yang ditunjukkan pada RedBox *Barbershop* maupun pihak pembaca