

**PERSEPSI PELANGGAN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN SALON
KECANTIKAN DI KOTA PADANG PANJANG**



TIKA JULIANTI

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TATA RIAS DAN KECANTIKAN
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
Wisuda Periode Maret 2015**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

**PERSEPSI PELANGGAN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN SALON
KECANTIKAN DI KOTA PADANG PANJANG**

Tika Julianti

Artikel ini disusun berdasarkan skripsi Tika Julianti untuk persyaratan wisuda periode
September 2015 dan telah diperiksa/disetujui oleh kedua pembimbing

Padang, September 2015

Pembimbing I



Dra. Rostamailis, M.Pd
NIP. 19510723 197602 2001

pembimbing II



Dra. Rahmianti, M.Pd
NIP. 19620904 198703 2003

Abstrak

Tingginya minat pelanggan untuk menikmati pelayanan salon kecantikan di kota Padang Panjang Sumatera Barat tidak seiring dengan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, sehingga masih banyak muncul permasalahan pelayanan pada salon kecantikan. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan kualitas pelayanan pada salon kecantikan yang ada di kota Padang Panjang dilihat dari indikator (1) bukti fisik (*tangibles*), (2) kehandalan (*reliability*), (3) daya tanggap (*responsiveness*), (4) jaminan (*assurance*), (5) empati (*empathy*). Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Populasi penelitian ini adalah pelanggan salon kecantikan dari 4 salon kecantikan di kota Padang Panjang yang berjumlah 60 orang. Teknik pengambilan sampel adalah *non probability sampling*, dengan menggunakan *insidental sampling*. Pengumpulan data menggunakan angket berdasarkan Skala *Likert* yang telah teruji validitas dan reliabilitasnya. Hasil penelitian menyatakan bahwa rata-rata tingkat pencapaian responden persepsi pelanggan mengenai indikator bukti fisik (*tangibles*) 64% dengan kategori kurang baik, indikator kehandalan (*reliability*) pelayanan 81% berkategori baik, indikator daya tanggap (*responsiveness*) 70% berkategori sedang, indikator jaminan (*assurance*) 60% berkategori kurang baik, dan persentase pada indikator empati (*empathy*) 62% berkategori kurang baik. Secara keseluruhan berdasarkan rata-rata penilaian dari kelima indikator maka diketahui bahwa kualitas pelayanan salon kecantikan di kota Padang Panjang masih berada pada kategori sedang dengan persentase sebesar 66,34%.

Abstract

The high customer interest for enjoy the beauty salon services in West Sumatra city of Padang Panjang with no as indicated quality of services provided to customers , so the performance problems still appears on many beauty salon. This study aimed to describe the quality of service at a beauty salon in the city of Padang Panjang seen from the indicator (1) tangibles, (2) reliability, (3) responsiveness, (4) assurance, (5) empathy. This research is a descriptive study. The study population was a beauty salon customer from 4 beauty salon in the city of Padang Panjang, amounting to 60 people. The sampling technique is non-probability sampling, by using incidental sampling. Collecting data using a questionnaire based on Likert Scale which has proven its validity and reliability. The study states that the average level of achievement of the respondents customer's perception regarding the indicators of tangibles 64% unfavorable category, indicators of reliability 81% good category, indicator responsiveness 70% moderate category, indicators assurance 60% unfavorable category, and the percentage indicator of empathy 62% unfavorable category. Overall assessment based on an average of five indicators, it is known that the quality of service beauty salon in the city of Padang Panjang still in middle category with a percentage of 66.34%.

Kata kunci : Persepsi pelanggan, kualitas pelayanan

PERSEPSI PELANGGAN TERHADAP PELAYANAN SALON KECANTIKAN DI KOTA PADANG PANJANG

Tika Julianti¹, Rostamailis², Rahmiati²
Program Studi D4 Pendidikan Tata Rias dan Kecantikan
Jurusan Kesejahteraan Keluarga
FT Universitas Negeri Padang
email:tikajulianti28@yahoo.com

Abstract

The high customer interest forenjoy the beauty salon services in West Sumatra city of Padang Panjang with no as indicated quality of services provided to customers , so the performance problems still appears onmany beauty salons. This study aimed to describe the quality of service at a beauty salon in the city of Padang Panjang seen from the indicator (1) tangibles, (2) reliability, (3) responsiveness, (4) assurance, (5) empathy. This research is a descriptive study. The study population was a beauty salon customer from 4 beauty salon in the city of Padang Panjang, amounting to 60 people. The sampling technique is non-probability sampling, by using incidental sampling. Collecting data using a questionnaire based on Likert Scale which has proven its validity and reliability. The study states that the average level of achievement of the respondents customer's perception regarding the indicators of tangibles 64% unfavorable category, indicators of reliability 81% good category, indicator responsiveness 70% moderate category, indicators assurance 60% unfavorable category, and the percentage indicator of empathy 62% unfavorable category. Overall assessment based on an average of five indicators, it is known that the quality of service beauty salon in the city of Padang Panjang still in middle category with a percentage of 66.34%.

Kata kunci: Persepsi pelanggan, kualitas pelayanan.

A. Pendahuluan

Perkembangan dan pertumbuhan ekonomi Kota Padang Panjang melaju secara signifikan, hal ini ditandai dengan perkembangan bisnis industri kecil dan menengah yang sudah mulai di pahami dan digeluti oleh masyarakat baik berupa produk maupun di bidang jasa. Nilawati (2010:39) menyatakan bahwa dalam bidang produk atau jasa haruslah memperhatikan aspek-aspek yang

¹Mahasiswa Penulis Skripsi Prodi D4 Pendidikan Tata Rias dan Kecantikan untuk wisuda periode September 2015

²Pembimbing 1, Dosen Jurusan Kesejahteraan Keluarga FT-UNP

³Pembimbing 2, Dosen Jurusan Kesejahteraan Keluarga FT-UNP

menunjang kelayakan dan kelancaran suatu usaha dari segala aspek seperti sumber daya manusia yang bekerja, sarana dan prasarana yang tersedia, lingkungan usaha dan pelayanan yang diberikan.

Upaya peningkatan kualitas pelayanan yang di berikan dari suatu usaha salah satunya adalah usaha di bidang jasa yaitu “Salon Kecantikan”. Dewasa ini salon kecantikan yang ada di Kota Padang Panjang semakin beragam jenis dan klasifikasinya beserta persyaratan yang dimiliki salon kecantikan tipe utama, madya dan pratama. Klasifikasi ini ditandai dengan sarana dan prasarana yang dimiliki.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara awal di salon kecantikan Madona Salon pada tanggal 4 April 2014 yang beralamat di Jl. Imam Bonjol No.223. Pasar Baru, masalah yang ditemui belum memenuhi kualitas pelayanan yang diberikan karyawan kepada pelanggan yaitu kurangnya bukti fisik (*tangibles*) karyawan saat melayani pelanggan dalam menjaga kebersihan diri dan penampilanya.Klinik AA Skin Care pada tanggal 5 April 2014 yang beralamat Jl. Sukarno Hatta No.35 Kelurahan.35 Bukit Surangan, peneliti menemui masalah dimana pelayanan yang diberikan belum memenuhi kualitas pelayanan yang sesuai syarat pelayanan yang baik oleh karyawan kepada pelanggan. Contoh sebahagian karyawan salon kecantikan bekerja tidak sesuai prosedur, pelayanan yang diberikan asal cepat selesai saja.

Charles Salon pada tanggal 6 April 2014 yang beralamat Jl.Sukarno Hatta No.94 Kelurahan. Bukit Surangan, ditemui masalah dimana kualitas pelayanan juga masih belum memenuhi syarat-syarat pelayanan yang sesuai

oleh karyawan kepada pelanggan, seperti sebahagian karyawan salon kecantikan dalam memberikan jenis pelayanan belum sesuai dengan keinginan pelanggan (kurangnya daya tanggap). Ayu Salon pada tanggal 7 April 2014 yang beralamat di Jl. Imam Bonjol No.201. Pasar Baru, ditemui masalah yang diberikan karyawan kepada pelanggan juga tentang kualitas pelayanan yang belum memenuhi standar pelayanan maksudnya kurangnya jaminan (*assurance*) pelayanan karyawan kepada pelanggan, contoh apabila terjadi kecelakaan kerja karyawan kurang tanggap tidak cepat melakukan sesuatu untuk mengatasi kondisi tersebut dan kurangnya empati (*empathy*) karyawan salon kecantikan terhadap pelanggan yang berkunjung ke salon serta tidak menyiapkan buku tentang pesan dan kesan (menanyakan kritik dan saran dari pelanggan) apakah mereka puas atau tidak dengan pelayanan yang diberikan.

Seiring perkembangan zaman kebutuhan akan perawatan kecantikan semakin berkembang sebagaimana kebutuhan sehari-hari. Sejalan dengan kondisi tersebut pola hidup serta kebutuhan masyarakat terhadap salon kecantikan yang semakin komplek. Semakin banyaknya salon yang muncul menyebabkan pelanggan mempunyai alternatif serta semakin selektif dalam menentukan pilihan. Dimana sebagian besar salon kecantikan sudah menggunakan teknologi modern dibandingkan dengan yang masih bersifat tradisional. Oleh sebab itu untuk penyelenggaraan salon kecantikan harus memiliki acuan bagi pelaksana, pengelola dan penanggung jawab salon kecantikan agar dapat memberikan pelayanan sesuai dengan pengetahuan, keterampilan dan sikap, sehingga pelanggan dapat menikmati salon kecantikan

secara aman, namun tidak dapat dipungkiri bahwa penyelenggaraan salon kecantikan juga dapat menimbulkan kerugian bagi penampilan maupun keselamatan pemberi dan penerima pelayanan. Oleh karena itu sesuai dengan kompetensi yang dimiliki karyawan salon kecantikan harus berhati-hati dan bertanggung jawab dalam menggunakan kosmetik dan berbagai alat kecantikan elektrik maupun mekanik.

Peraturan Direktur Jendral Bina Gizi dan Kesehatan Ibu dan Anak Nomor HK.01.01/BI.4/4051/2011 Tentang Pedoman Penyelenggaraan Salon Kecantikan, Salon Kecantikan adalah “fasilitas pelayanan untuk memperbaiki penampilan melalui tata rias, pemeliharaan kecantikan kulit dan rambut dengan menggunakan kosmetik secara manual, preparatif, aparatif dan dekoratif, yang dilakukan oleh ahli kecantikan sesuai kompetensi yang dimiliki”. Sementara Jemina (1996:88) menyatakan bahwa; salon adalah “usaha yang melayani konsumen dalam perawatan maupun dalam bentuk tata rias rambut dan wajah”.

Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpulkan salon kecantikan adalah suatu usaha yang berkecimpung dalam bidang jasa untuk memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan memuaskan. Salon merupakan salah satu usaha yang mudah berganti pelanggan. Salon menjadi tempat yang tepat bagi semua orang yang ingin merubah penampilan menjadi lebih menarik. Mengingat banyaknya minat orang yang ingin menggunakan pelayanan salon untuk memanjakan diri, sekaligus merawat tubuh, membuat bisnis salon

semakin diminati untuk dikembangkan, sehingga kita tidak akan sulit menemukan salon.

Di Indonesia baik di kota dan desa tidak semua salon kecantikan memenuhi standar yang telah ditetapkan. Salah satunya salon yang ada di Sumatera Barat yaitu di Kota Padang Panjang. Salon yang ada di Kota Padang Panjang merupakan tempat yang strategis untuk melayani pelanggan. Letak salon berada di pusat Kota Padang Panjang sehingga pelanggan mudah dan tertarik untuk datang ke salon tersebut. Perkembangan salon kecantikan tersebut seharusnya memiliki kualitas pelayanan dan standar yang jelas, oleh sebab itu penyelenggaraan salon kecantikan harus mempunyai Standar Operasional Prosedur (SOP).

Standar Operasional Prosedur (SOP) pada usaha salon kecantikan di Indonesia diatur dengan Peraturan Direktur Jendral Bina Gizi dan Kesehatan Ibu dan Anak Nomor HK. 01.01/BI.4/4051/2011 “tentang pedoman penyelenggaraan salon kecantikan yang diterbitkan oleh Kementerian Kesehatan Republik Indonesia tahun 2011 mengenai penyelenggaraan usaha salon kecantikan yang berisikan tentang tenaga kerja (karyawan) salon kecantikan”.

Dalam mendirikan salon kecantikan tenaga kerja (karyawan) salon kecantikan sangat perlu memperhatikan dengan memberikan penilaian atau pandangan kepada karyawan salon kecantikan ditentukan dengan kualitas pelayanan, kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan kepada pelanggan menurut Tjiptono dan Chandra dalam Parasuraman, dkk

(1988:133) yakni; a) bukti fisik (*tangibles*) adalah berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan dan material yang digunakan perusahaan serta penampilan karyawan. b) kehandalan (*reliability*) adalah berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya dengan waktu yang disepakati. c) daya tanggap (*responsiveness*) adalah berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespons permintaan mereka serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan. d) jaminan (*assurance*) adalah perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. e) empati (*empathy*) adalah berarti perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam kerja yang nyaman.

Salon kecantikan harus memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan karyawan terhadap pelanggan, karena pelanggan adalah raja, dimana pelanggan yang menginginkan pelayanan terbaik sehingga pelanggan merasa nyaman dan senang dengan kualitas pelayanan yang diberikan.

Dalam hal ini, pelanggan yang dimaksud adalah masyarakat yang melakukan perawatan di salon kecantikan tersebut. Menurut Kotler (1997:115) mengemukakan ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas layanan, yaitu layanan yang diharapkan (*expected service*) dan layanan yang diterima (*perceived service*). Apabila layanan yang diterima atau dirasakan

sesuai dengan yang diharapkan pelanggan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas ideal, tetapi sebaliknya jika layanan yang diterima atau dirasakan lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk.

Untuk menghindari terjadinya persepsi negatif, salon kecantikan harus mengetahui apa yang diinginkan pelanggan dan memberikan yang terbaik kepada pelanggan melalui pelayanan yang berkualitas, sehingga apa yang diinginkan pelanggan mendapatkan nilai lebih dari apa yang diharapkan. Dengan demikian pelanggan memiliki persepsi yang baik terhadap kualitas pelayanan salon. Sesuai dengan penjelasan Departemen Pendidikan Nasional (2008:1061), dalam kamus besar Bahasa Indonesia yang menyatakan persepsi adalah; tanggapan (penerimaan) langsung dari sesuatu. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa persepsi adalah bagaimana seseorang menilai, mengamati terhadap objek tertentu. Pelayanan yang diberikan oleh salon kecantikan di Kota Padang Panjang ada yang menilai baik dan buruk.

Berdasarkan dari hasil observasi dan wawancara di Kota Padang Panjang pada Tanggal 04 April 2014 sampai dengan 07 April 2014 pada Kantor Pelayanan Perizinan Terpadu (P2T), usaha salon kecantikan yang telah mengurus surat izin tempat usaha yang ada di Kota Padang Panjang diantaranya: 1) Madona Salon. 2) Klinik AA Skin Care, 3) Charles Salon, dan 4) Ayu Salon.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan salon kecantikan di Kota Padang

Panjang ditinjau dari dimensi a) bukti fisik (*tangibles*) b) kehandalan (*reliability*), c) daya tanggap(*responsiveness*), d) jaminan(*assurance*), e) empati (*empathy*).

B. Metode Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian ini termasuk penelitian deskriptif kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah pelanggan salon kecantikan dari 4 salon kecantikan di Kota Padang Panjang yang berjumlah 60 orang. Pengambilan sampel dengan teknik *non probability sampling* dengan jenis *insidental sampling*. Variabel penelitian yaitu Persepsi Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Salon Kecantikan di Kota Padang Panjang. Instrumen Penelitian dalam pengumpulan data yang peneliti gunakan berbentuk pernyataan dan angket (kuesioner) yang disusun berdasarkan skala likert. Dalam teknik pengumpulan data, jenis data yang digunakan adalah data primer, sumber data adalah pelanggan salon kecantikan kelompok madya dan pratama di Kota Padang Panjang yang berjumlah 4 salon yaitu: 1) Madona Salon. 2) Klinik AA Skin Care, 3) Charles Salon, dan 4) Ayu Salon. Agar instrument dapat digunakan sebagai alat pengumpul data penelitian, maka perlu dilakukan uji coba. Untuk melihat apakah validitas dan reliabilitas. Teknik analisis data menggunakan rumus persentase dan pengkategorian.

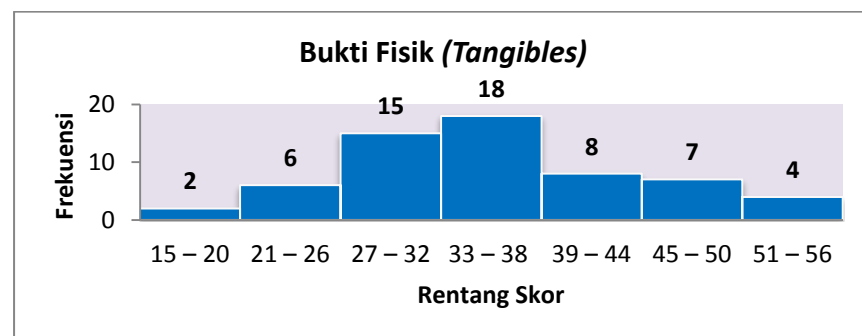
C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Hasil Penelitian

a. Bukti fisik (*Tangibles*)

Indikator bukti fisik (*tangibles*) dalam pelayanan dinilai melalui jawaban angket yang berjumlah 13 butir, dari jawaban responden yang

berjumlah 60 orang, diketahui bahwa nilai terendah 15 sedangkan nilai tertinggi adalah 56, dengan skor rata-rata 41,28, nilai tengah 41,00, nilai yang sering muncul 36, simpangan baku 9,095 dan jumlah nilai keseluruhan adalah 2.477. Berikut agar terlihat lebih jelas, maka data di atas disajikan pada gambar 1 histogram dibawah ini:

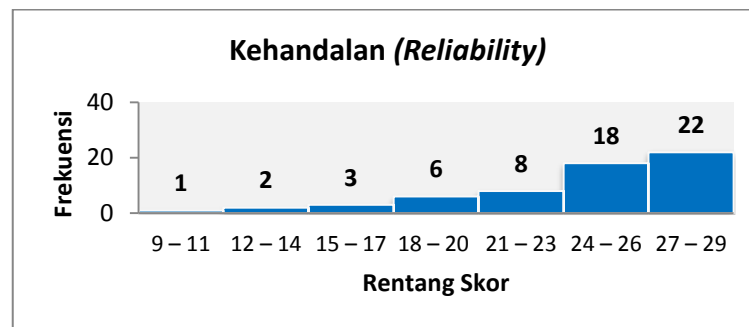


Gambar 1: Histogram Distribusi Frekuensi Indikator Bukti Fisik (*Tangibles*).

Berdasarkan persentase tingkat pencapaian responden, maka diperoleh persentase sebesar 64%, kategori **kurang baik**.

b. Keandalan (*Reliability*)

Indikator keandalan (*reliability*) dalam pelayanan dinilai melalui jawaban angket yang berjumlah 6 butir, dari jawaban responden yang berjumlah 60 orang, diketahui bahwa nilai terendah 9 sedangkan nilai tertinggi adalah 29, dengan skor rata-rata 24,72, nilai tengah 26,00, nilai yang sering muncul 20, simpangan baku 4,441 dan jumlah nilai keseluruhan adalah 1456. Agar terlihat lebih jelas, maka data di atas disajikan pada gambar 2 histogram dibawah ini:



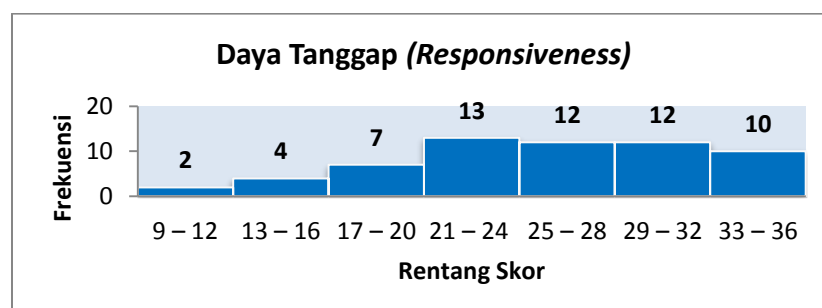
Gambar 2: Histogram Distribusi Frekuensi Indikator Kehandalan (*Reliability*)

Berdasarkan persentase tingkat pencapaian responden maka diperoleh persentase sebesar 81%, dengan kategori **Baik**.

c. Daya tanggap (*Responsiveness*)

Indikator daya tanggap (*responsiveness*) dalam pelayanan dinilai melalui jawaban angket yang berjumlah 8 butir, dari jawaban responden yang berjumlah 60 orang, diketahui bahwa nilai terendah 9 sedangkan nilai tertinggi adalah 36, dengan skor rata-rata 27,78, nilai tengah 27,00, nilai yang sering muncul 27, simpangan baku 6,603 dan jumlah nilai keseluruhan adalah 1667.

Agar terlihat lebih jelas, maka data di atas disajikan pada gambar 3 histogram dibawah ini:



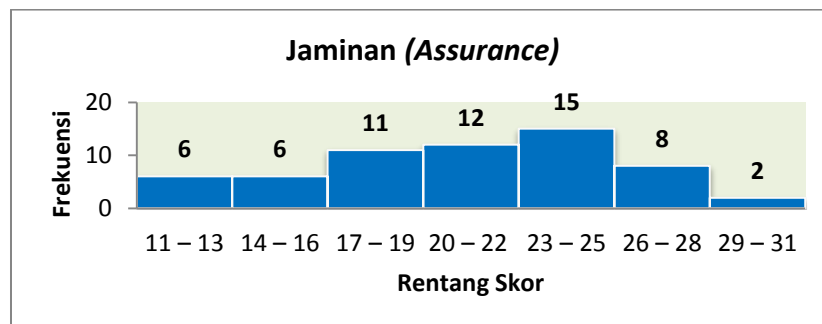
Gambar 3: Histogram Distribusi Frekuensi Indikator Daya Tanggap (*Responsiveness*).

Berdasarkan persentase tingkat pencapaian responden maka diperoleh persentase sebesar 70%, dengan kategori **Sedang**.

d. Jaminan (*Assurance*)

Indikator Jaminan (*assurance*) dalam pelayanan dinilai melalui jawaban angket yang berjumlah 7 butir, dari jawaban responden yang berjumlah 60 orang, diketahui bahwa nilai terendah 11 sedangkan nilai tertinggi adalah 31, dengan skor rata-rata 21,17, nilai tengah 22,00, nilai yang sering muncul 22, simpangan baku 4,882 dan jumlah nilai keseluruhan adalah 1270.

Agar terlihat lebih jelas, maka data di atas disajikan pada gambar 4 histogram dibawah ini:



Gambar 4: Histogram Distribusi Frekuensi Indikator Jaminan (*Assurance*)

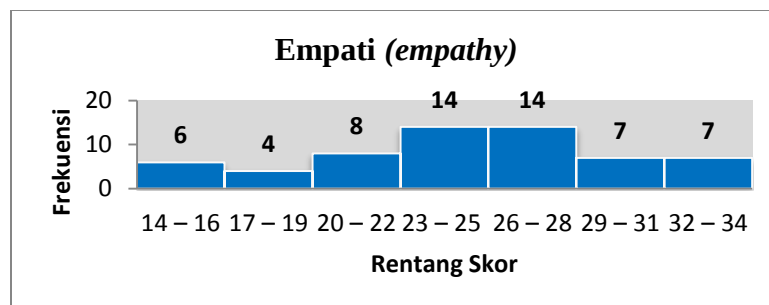
Berdasarkan persentase tingkat pencapaian responden maka diperoleh persentase sebesar 60%, dengan kategori **kurang baik**.

e. Empati (*Emphaty*)

Indikator rasa empati (*emphaty*) dalam pelayanan dinilai melalui jawaban angket yang berjumlah 8 butir, dari jawaban responden yang berjumlah 60 orang, diketahui bahwa nilai terendah 11 sedangkan nilai tertinggi adalah 34 dengan skor rata-rata 24,82, nilai tengah 25,00, nilai

yang sering muncul 23, simpangan baku 5,104 dan jumlah nilai keseluruhan adalah 1.489.

Agar terlihat lebih jelas, maka data di atas disajikan pada gambar 5 histogram dibawah ini:



Gambar 5: Histogram Distribusi Frekuensi Indikator Empati (*empathy*).

Berdasarkan persentase tingkat pencapaian responden maka diperoleh persentase sebesar 62%, dengan kategori **kurang baik**.

Berdasarkan persentase tingkat pencapaian responden untuk masing-masing indikator yang diuraikan di atas, persentase sebesar **66, 34%**, dengan kategori **sedang**.

B. Pembahasan

1. Bukti Fisik (*Tangibles*)

Pada indikator bukti fisisik (*tangibles*) menunjukkan persentase sebesar **64%** dengan kategori **kurang baik**. Hal ini sesuai dengan penjelasan Tjiptono dan Chandra dalam Parasuraman, dkk (1988:133) yang menyatakan bahwa bukti langsung (*tagibles*), berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan dan material yang digunakan perusahaan serta penampilan karyawan. Dengan demikian pelayanan yang diberikan belum dianggap memiliki bukti fisik yang baik oleh

pelanggan. Bukti fisik tersebut dinilai oleh pelanggan dari kebersihan, kerapian dan kenyamanan salon kecantikan, serta penampilan dari karyawan salon kecantikan.

2. Keandalan (*Reliability*)

Pada indikator keandalan (*reliability*) menunjukkan persentase **81%** dengan **kategori baik**. Hal ini sesuai dengan penjelasan Tjiptono dan Chandra dalam Parasuraman, dkk (1988:133) yang menyatakan bahwa keandalan (*reliability*) berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya dengan waktu yang disepakati. Dengan demikian pelayanan yang diberikan telah dianggap handal oleh pelanggan, pelanggan merasa dilayani dengan baik, tepat waktu, sungguh-sungguh, karena karyawan memiliki pengetahuan yang luas tentang apa yang akan dilayaninya sehingga mudah dimengerti oleh pelanggan.

3. Data Tanggap (*Responsiveness*)

Pada indikator daya tanggap (*responsiveness*) menunjukkan persentase sebesar **70%** dengan kategori **sedang**. Tjiptono dan Chandra dalam Parasuraman, dkk (1988:133) yang menyatakan bahwa “daya tanggap (*responsiveness*) berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespons permintaan mereka serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan”. Dengan demikian pelayanan yang diberikan pelanggan

dianggap memiliki data tanggap yang masih sedang dan perlu dibenahi dari segi kecepatan waktu pelayanan, daya tanggap dalam kesediaan karyawan dalam menerima kritik dan saran dari pelanggan sehingga pelayanan yang diberikan dapat efektif dan efisien.

4. Jaminan (*Assurance*)

Pada indikator jaminan (*assurance*) menunjukkan persentase sebesar **60%** dengan kategori **kurang baik**. Hal ini sesuai dengan penjelasan Tjiptono dan Chandra dalam Parasuraman, dkk (1988:133) yang menyatakan bahwa jaminan (*assurance*) perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Dengan demikian jaminan pelayanan yang diberikan masih dianggap memiliki jaminan yang kurang baik karena pelanggan merasa karyawan belum mampu melayani dengan memberikan kepercayaan, keyanikan dan kejujuran terhadap pelanggan.

5. Empati (*Empathy*)

Pada indikator empati (*empathy*) menunjukkan persentase sebesar **66%** dengan kategori **sedang**. Hal ini sesuai dengan penjelasan Tjiptono dan Chandra dalam Parasuraman, dkk (1988:133) bahwa empati (*empathy*) berarti perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam kerja yang nyaman. Dengan demikian pelayanan yang diberikan

dianggap belum memiliki rasa empati kepada pelanggan dengan baik. Pelanggan merasa kemampuan komunikasi karyawan tentang kebutuhan pelanggan masih perlu diperhatikan kembali sehingga kenyamanan pelanggan menjadi meningkat.

6. Kualitas Pelayanan

Persepsi pelanggan salon kecantikan yang ada di Kota Padang Panjang terhadap pelayanan untuk keseluruhan indikator diperoleh persentase sebesar **66,34%** dengan kategori **sedang**. Dengan demikian persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan salon kecantikan yang diberikan kepada pelanggan masih perlu di tingkatkan lagi dengan memberikan pelatihan kepada karyawan terkait berupa pengetahuan, keterampilan dan sikap dalam melayani pelanggan, sehingga hasil pelayanan lebih berkualitas. Sesuai dengan teori yang dinyatakan oleh Budiono (1999:211) bahwa:

“Hakekat pelayanan yang berkualitas adalah pelayanan yang memprioritaskan kerja untuk peningkatan mutu pelayanan dan kemampuan dari penyedia pelayanan kepada penerima layanan agar pelayanan yang diberikan lebih berdaya guna dan berhasil guna. Pelayanan yang berkualitas meliputi, beberapa aspek kemampuan sumber daya manusia yang terdiri dari keterampilan, pengetahuan, dan sikap diupayakan untuk ditingkatkan yang dapat mempengaruhi pelaksanaan tugasnya”.

D. Kesimpulan dan Saran

1. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah diuraikan maka dapat disimpulkan bahwa persepsi pelanggan tentang kualitas pelayanan yang diberikan

salon kecantikan di Kota Padang Panjang menunjukkan bahwa: 1) Kualitas pelayanan pada indikator bukti fisik (*tangibles*) dalam pelayanan pada persentase 64% dengan kategori kurang baik. 2) Kualitas pelayanan pada indikator kehandalan (*reliability*) pelayanan salon berada pada persentase 81% dengan kategori baik. 3) Kualitas pelayanan pada indikator daya tanggap (*responsiveness*) dalam pelayanan pada persentase 70% dengan kategori sedang. 4) Kualitas pelayanan pada indikator jaminan (*assurance*) dalam pelayanan pada persentase 60% dengan kategori kurang baik. 5) Kualitas pelayanan pada indikator empati (*empathy*) dalam pelayanan pada persentase 62% dengan kategori kurang baik. 6) Kualitas pelayanan secara keseluruhan berdasarkan seluruh indikator pada persentase 66,34% dengan kategori Sedang.

2. Saran

Melalui penelitian ini ada beberapa saran yang dapat diberikan kepada pihak-pihak yang terkait yaitu: 1) pihak salon kecantikan yang ada di Kota Padang Panjang agar meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan. Upaya yang dilakukan dapat dengan memberikan pelatihan bagaimana menangani pelanggan dengan baik dari segi pengetahuan, keterampilan dan sikap. 2) Bagi program studi Pendidikan Tata Rias dan Kecantikan disarankan untuk meningkatkan pengetahuan khususnya yang berkaitan dengan kualitas pelayanan salon kecantikan. 3) Bagi Jurusan Kesejahteraan Keluarga hasil penelitian ini dapat

menjadi rekomendasi bagi peneliti lainnya untuk melakukan penelitian terkait dengan kajian pelayanan kepada pelanggan. 4) Bagi peneliti sendiri, penelitian ini bermanfaat untuk meningkatkan pengetahuan dalam penulisan karya tulis ilmiah dan meningkatkan pengetahuan dan wawasan dalam kajian pelayanan pada *industry* salon kecantikan untuk mempersiapkan diri menjadi professional dalam bidang kecantikan. 5) Peneliti selanjutnya yang penelitiannya berkaitan dengan persepsi untuk dapat lebih menyempurnakan hasil penelitiannya.

Catatan: Artikel ini disusun berdasarkan skripsi penulis dengan Pembimbing I Rostamailis, M.Pd dan Pembimbing II Rahmiati, M.Pd.

Daftar Pustaka

- Jemina. 1996. *Pengantar Tata Laksana Kerumah Tanggaan*. Jakarta: Rieke.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) edisi IV, 2008. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kementrian Kesehatan RI. 2011. Peraturan Direktur Jendral Bina Gizi dan Kesehatan Ibu dan Anak Nomor HK 01.01/B1.4/4051/2011 *Tentang Pedoman Penyelenggaraan Salon Kecantikan di Bidang Kesehatan yang diterbitkan*.
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo.
- Nilawati, Eva Sativa. 2010. *Beauty Preneurship, cantiknya bisnis Kecantikan*. Yogyakarta, CV. Andi Offset.
- Parasumaran, et al. 1988. Servqual: A Multiple Item Scale For Measuring Consumer Preception of Service Quality. *Journal of Retailing*. Vol.64.