

Analisis Statistik Kepuasan Pelayanan Klinik Kecantikan London Beauty Centre Cabang Manyar Kertoajo Surabaya

Sari Cindra Kasih dan Kresnayana Yahya

Jurusan Statistika, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS)

Jl. Arief Rahman Hakim, Surabaya 60111

E-mail: @yahoo.com

Abstrak—London Beauty Centre adalah salah satu tempat klinik kecantikan untuk memenuhi kebutuhan penampilan yang menarik bagi seseorang yang ingin merawat penampilan khususnya wajah dan tubuh. Untuk mengetahui pengukuran kepuasan pada lima dimensi yaitu tangibility(bukti langsung), reliability(keandalan),responsiveness(dayatanggap),assurance(jaminan) dan empathy(sikap empati). Analisis yang digunakan untuk mengukur kepuasan dengan menggunakan metode Analisis Faktor, Analisis Gap, Indeks Kepuasan dan Analisis Biplot. Berdasarkan hasil analisis secara keseluruhan masih banyak yang harus diperbaiki terkait faktor yang mempengaruhi kepuasan pelayanan. Faktor-faktor tersebut dari pembentukan faktor baru yaitu aman jasa profesional, update dan lingkungan layanan, tinggi kinerja layanan, pasien berorientasi, perhatian individu, adil layanan, taat prosedur, kesan higienis, responsif dan keramahan. Aspek yang menjadi prioritas utama yang harus mendapatkan perhatian dari klinik Kecantikan London Beauty Centre cabang Manyar Kertoajo Surabaya adalah klinik kecantikan memiliki up-to-date alat dalam perawatan wajah dan tubuh, fasilitas ruang tunggu yang menarik dan karyawan klinik kecantikan memiliki pengetahuan untuk menjawab pertanyaan konsumen secara percaya diri.

Kata Kunci—Kepuasan, Analisis Faktor, Analisis Gap, Indeks Kepuasan, Analisis Biplot, London Beauty Centre.

I. PENDAHULUAN

LONDON Beauty Centre atau yang lebih dikenal LBC adalah salah satu tempat klinik kecantikan untuk memenuhi kebutuhan penampilan menarik bagi seseorang yang ingin merawat penampilan khususnya wajah dan tubuh. London Beauty Centre memiliki banyak jenis perawatan yang akan diberikan kepada pelanggan di London Beauty Centre. Memenuhi kepuasan konsumen, salah satu faktor yang berperan oleh perusahaan adalah tersedianya informasi karakteristik, atribut pembentuk kepuasan dan perilaku konsumen yang senantiasa berubah dan penuh ketidakpastian. Dengan informasi tersebut, perusahaan akan menyadari dan mengetahui bagaimana harapan dari konsumen. Tingkat kepentingan konsumen terhadap jasa yang akan diterima dapat dibentuk berdasarkan pengalaman dan saran yang diperoleh. Karena itu, dalam merumuskan strategi dan program pelayanan, perusahaan harus berorientasi pada kepentingan konsumen dengan memperhatikan komponen kualitas layanan. Banyaknya konsumen yang datang di klinik kecantikan London Beauty Centre terdiri dari kalangan pelajar, mahasiswa dan pekerja.

Dalam penelitian ini dilakukan di London Beauty Centre cabang Manyar Kertoajo Surabaya yang akan diteliti faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Faktor-faktor kepuasan inilah yang akan dilakukan penelitian untuk

melakukan analisis faktor. Pemilihan analisis faktor ini disebabkan karena penelitian ini ingin menemukan hubungan beberapa indikator dalam variabel awal agar mudah dikontrol dalam memberikan pelayanannya sehingga dapat memberikan masukan kepada pihak pengelolanya.

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Analisis Faktor

Alat analisis statistik yang dipergunakan untuk mereduksi faktor-faktor yang mempengaruhi suatu variabel menjadi beberapa indikator saja [1]. Tujuan untuk menggambarkan hubungan-hubungan kovarian antara beberapa variabel yang mendasari tetapi tidak teramati, kuantitas random yang disebut faktor. Model analisis faktor sebagai berikut

$$\begin{aligned} X_1 - \mu_1 &= l_{11} F_1 + l_{12} F_2 + \dots + l_{1m} F_m + \varepsilon_1 \\ X_2 - \mu_2 &= l_{21} F_1 + l_{22} F_2 + \dots + l_{2m} F_m + \varepsilon_2 \\ &\dots \end{aligned}$$

$$X_p - \mu_p = l_{p1} F_1 + l_{p2} F_2 + \dots + l_{pm} F_m + \varepsilon_p$$

Keterangan :

μ_1 = rata-rata variabel ke-i

ε_i = faktor spesifikasi ke-i

F_j = common faktor ke-j

l_{ij} = loading variabel ke-i pada faktor ke-j ($i = 1, 2, \dots, p$ dan $j = 1, 2, \dots, m$)

Notasi matriks dari persamaan di atas dapat ditulis

$$X_{(px)} - \mu_{(px)} = l_{(pxm)} F_{(mx)} + \varepsilon_{(px)} \quad (2.1)$$

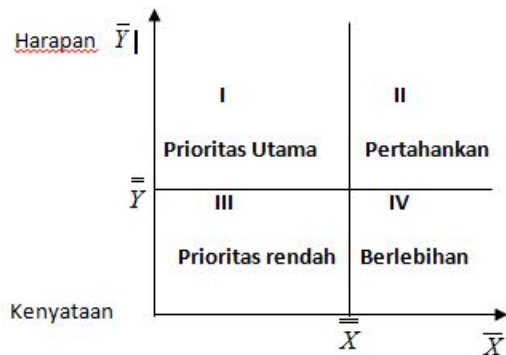
B. Analisis Biplot

Analisis biplot pertama kali diperkenalkan oleh Gabriel pada tahun 1971 yang dikembangkan dengan metode analisis komponen utama (PCA) yang awalnya dari bentuk matriks data ke bentuk grafik berdimensi dua [2]. Nilai-nilai yang terdapat dalam matriks ini dipoleh dari Singular Value Decomposition (SVD) dari matriks awal.

C. Analisis Gap

Mengetahui kepentingan pelayanan menurut konsumen dan tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan suatu perusahaan. Diagram Kartesius bisa digambarkan obyek.

Diagram kartesius digunakan untuk mengetahui tingkat kepentingan kepuasan pelayanan. Dalam kuadran ini memuat atribut yang dianggap penting antara harapan dan kenyataan.



Gambar. 1. Diagram Kartesius

D. Cycle Of Service

Sebuah rangkaian peristiwa yang dilalui pelanggan dari pra pintu masuk kemudian membeli dan menikmati produk/jasa perusahaan sampai pasca belanja [3].

III. METODE PENELITIAN

A. Responden

Dalam penelitian ini pengambilan data secara primer dan sekunder data primer diperoleh di bagian informasi berdasarkan bulan Januari-Maret 2012 konsumen yang melakukan tindakan dan pembelian produk sebesar 545 konsumen yang memiliki kartu keanggotaan Kartu Pasien, SEX-C dan EXE-Card sedangkan data primer sebagai landasan pengambilan sampel yang didapatkan dari data sekunder, total sampel yang diambil sebesar 210 responden yang dilakukan secara proposional dari setiap kartu keanggotaan.

B. Identifikasi Variabel

Dalam penelitian ini indentifikasi yaitu karakteristik demografi, karakteristik perilaku konsumen dan variabel indikator pembentuk kepuasan pelayanan. Variabel indikator kepuasan pelayanan menggunakan lima dimensi utama untuk mengetahui harapan dan kenyataan konsumen dengan memberikan penilaian menggunakan skala likert 1-7.

Variabel Tangibility (X_1)

1. Klinik kecantikan memiliki up-to-date alat dalam perawatan wajah dan tubuh
2. Alat tindakan (ekstraktor, jarum, vapozone dll) steril dan tidak berbahaya
3. Perlengkapan tindakan penutup kepala/bando selalu baru
4. Karyawan berpakaian dan tampil rapi
5. Fasilitas ruang tunggu yang menarik
6. Kebersihan dan kenyamanan ruang tindakan
7. Suasana lingkungan klinik bersih dan nyaman

Variabel Reliability (X_2)

1. Prosedur pelayanan pembayaran dan customer service yang cepat tanpa keraguan
2. Prosedur pelayanan pembelian produk yang cepat
3. Selama ini pihak klinik kecantikan tidak pilih kasih dalam memberikan pelayanan
4. Selama ini diagnosa (pemeriksaan) dokter kepada pasien dapat dipertanggung jawabkan
5. Selama ini pihak klinik selalu menepati semua yang dijanjikan

6. Ketika konsumen memiliki masalah, dokter harus menunjukkan minat yang tulus dalam memecahkan masalah

Variabel Responsiveness (X_3)

1. Memberikan pelayanan yang cepat, tepat dan tanggap
2. Karyawan sigap dalam menanggapi pertanyaan / keluhan pasien
3. Kepedulian terhadap kebutuhan pasien
4. Karyawan dapat menjawab segala pertanyaan pasien dengan jelas dan mudah dipahami
5. Karyawan tidak pernah terlalu sibuk untuk menanggapi permintaan maupun keluhan pasien

Variabel Assurance (X_4)

1. Keterampilan pegawai customer service dalam bekerja.
2. Keterampilan pegawai administrasi dalam bekerja.
3. Karyawan klinik kecantikan memiliki pengetahuan untuk menjawab pertanyaan konsumen secara percaya diri.
4. Konsumen merasa aman dalam transaksinya dengan karyawan.
5. Kesan/hadir dokter membangun kepercayaan kepada konsumen.
6. Dokter memberikan informasi (pemeriksaan) dengan jelas dan mudah dipahami.
7. Konsumen merasa percaya diri setelah selesai melakukan treatment tindakan.
8. Keramahan para karyawan dalam memberikan pelayanan.
9. Konsumen merasa aman dengan semua bahan peralatan treatment tindakan.
10. Konsumen akan memberikan rekomendasi tentang klinik kecantikan ini kepada anggota keluarga teman dan orang lain.
11. Konsumen akan datang kembali ke klinik kecantikan ini untuk melakukan perawatan dan tubuh.

Variabel Emphaty (X_5)

1. Dokter dan karyawan memberikan perhatian khusus pada setiap konsumen.
2. Selama ini dokter dan karyawan selalu terbuka menerima keluhan dari konsumen.
3. Selama ini pihak klinik selalu mencari tahu apa yang sebenarnya dibutuhkan oleh konsumen.

C. Metode Analisis Data

1. Perumuaan Masalah dan Tujuan Penelitian
2. Merancang Kuisoner
3. Uji Validitas dan uji Reliabilitas

Uji Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur dan Uji Reliabilitas didefinisikan sebagai indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan [3].

4. Analisis Faktor

5. Analisis Gap dan Indeks Kepuasan CSI

Analisis Gap untuk mengetahui harapan dan kenyataan yang dirasakan selama ini oleh konsumen sedangkan Analisis indeks kepuasan (CSI) untuk mengetahui nilai indeks kepuasan yang dirasakan oleh konsumen

6. Analisis Biplot

Untuk mengetahui variabel dari faktor yang didapatkan hasil dari analisis faktor yang mempengaruhi kepuasan pelayanan dari setiap keanggotaan dengan melihat posisi antara variabel kepuasan

7. Kesimpulan

IV. ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Konsumen

Karakteristik konsumen klinik kecantikan London Beauty Centre cabang Manyar Kertoajo Surabaya yang melakukan tindakan dan membeli produk berdasarkan kartu keanggotaan Kartu Pasien, SEX-C dan EXE-Card dapat dilihat melalui analisis deskriptif.

Dapat diinformasikan bahwa untuk variabel karakteristik demografi dan perilaku konsumen dapat diketahui bahwa klinik kecantikan London Beauty Centre cabang Manyar Kertoajo Surabaya banyak yang berasal dari Surabaya daripada Luar Surabaya berdasarkan kartu keanggotaan Kartu Pasien, SEX-C dan EXE-Card sebesar 37%, 13% dan 5%. Dari jenis kelamin, jenis kelamin perempuan paling banyak daripada laki-laki berdasarkan kartu keanggotaan Kartu Pasien, SEX-C dan EXE-Card yaitu sebesar 50%, 14% dan 4%. Untuk status perkawinan diketahui paling banyak belum menikah berdasarkan kartu keanggotaan Kartu Pasien, SEX-C dan EXE-Card yaitu sebesar 48%, 23% dan 4%. Dari segi usia < 20 tahun kartu keanggotaan Kartu Pasien dan SEX-C yaitu 20% dan 10%, usia 20-30 tahun berdasarkan kartu keanggotaan Kartu Pasien, SEX-C dan EXE-Card yaitu 33%, 13% dan 3% sedangkan usia > 30 tahun berdasarkan kartu keanggotaan Kartu Pasien dan EXE-Card yaitu 19% dan 3%. Dari jenis pekerjaan konsumen diketahui paling banyak yaitu Pelajar/Mahasiswa berdasarkan kartu keanggotaan SEX-C dan Kartu Pasien sebesar 23% dan 31% sedangkan jenis pekerjaan Profesional sebesar 2% dari kartu keanggotaan EXE-Card. Latar belakang pendidikan terakhir konsumen dari kartu keanggotaan Kartu Pasien adalah yang terbanyak yaitu tamat SLTA sebesar 22%, paling banyak tamat SLTP 11% dari kartu keanggotaan SEX-C sedangkan pendidikan terakhir paling banyak tamat S1 3% dari kartu keanggotaan EXE-Card. Untuk variabel total pengeluaran keluarga per bulan kurang dari Rp 750.000 sampai Rp 1.500.000 sebesar 23% dari kartu keanggotaan SEX-C, kartu keanggotaan EXE-Card rata-rata pengeluarannya mulai Rp 1.500.000 lebih dari Rp 5.000.000 sebesar 6% sedangkan keanggotaan Kartu Pasien 71% rata-rata pengeluaran setiap bulannya bervariasi kurang dari Rp750.000 sampai lebih dari Rp 5.000.000. Alasan memilih konsumen paling banyak karena harga perawatan dan pembelian produk relatif murah sebesar 32%. Lama menjadi anggota paling banyak lebih dari 1 tahun sebesar 76%. Mengetahui informasi dan datang ke klinik kecantikan London Beauty Centre cabang Manyar Kertoajo Surabaya paling banyak berasal dari teman sebesar 53% dan 31% sedangkan alat transportasi yang paling banyak digunakan konsumen datang klinik kecantikan London Beauty Centre cabang Manyar Kertoajo Surabaya adalah sepeda motor sebesar 57%.

B. Analisis faktor

Dalam penelitian ini dilakukan pemeriksaan kecukupan data dengan menggunakan *Kaiser Meiyer Olkin* (KMO). Hasil pemeriksaan penelitian ini kecukupan data nilai KMO diketahui sebesar 0,642 dapat dikatakan cukup dan layak untuk di analisis selanjutnya. Pengujian *Bartlett's* dapat diketahui bahwa nilai *P_value* kurang dari alpha sebesar 5% sehingga pengujian *Bartlett's* menunjukkan terdapat korelasi antar variabel. Analisis faktor dalam penelitian ini menggunakan metode *Principal*

Component Analysis (PCA) hasilnya mempunyai nilai persentase kumulatif varian sebesar 67,60% dari varian variabel asli. Hasil Analisis Faktor masih sulit untuk diinterpretasikan karena nilai loading faktor pada semua variabel bermuatan tinggi berada dalam satu faktor yaitu faktor 1, sehingga perlu dilakukan rotasi faktor. Metode rotasi faktor yang digunakan adalah metode orthogonal varimax. Hasil setelah rotasi sebagai berikut

Tabel 1.
Hasil Analisis Faktor Setelah Rotasi

Faktor	Nilai Loading Faktor	Indikator Penyusun
Faktor 1	0,747	X _{4,5}
	0,676	X _{4,6}
	0,595	X _{4,7}
	0,874	X _{4,8}
	0,551	X _{4,9}
	0,747	X _{4,10}
Faktor 2	0,590	X _{4,11}
	0,822	X _{1,1}
	0,622	X _{1,2}
	0,616	X _{1,4}
	0,704	X _{1,5}
Faktor 3	0,654	X _{1,7}
	0,842	X _{4,1}
	0,673	X _{4,2}
Faktor 4	0,694	X _{4,3}
	0,796	X _{3,1}
	0,560	X _{3,3}
Faktor 5	0,880	X _{3,5}
	0,813	X _{5,1}
	0,662	X _{5,2}
Faktor 6	0,818	X _{5,3}
	0,812	X _{2,1}
	0,657	X _{2,3}
Faktor 7	0,775	X _{2,5}
	0,627	X _{2,2}
	0,756	X _{2,4}
Faktor 8	0,802	X _{2,6}
	0,859	X _{1,3}
Faktor 9	0,720	X _{1,6}
	0,737	X _{3,2}
Faktor 10	0,643	X _{3,4}
	0,789	X _{4,4}

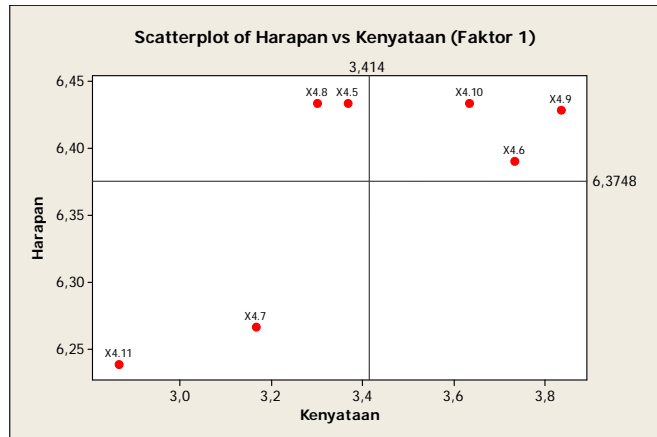
Hasil analisis faktor menunjukkan bahwa banyaknya faktor hasil reduksi adalah sebanyak sepuluh faktor setelah itu memberi nama pada faktor yang terbentuk

Tabel 2.
Nama Faktor

Faktor	Nama Faktor
1	Aman Jasa Profesional
2	Update dan Lingkungan Layanan
3	Tinggi Kinerja Layanan
4	Pasien Berorientasi
5	Perhatian Individu
6	Adil Layanan
7	Taat Prosedur
8	Kesan Hygienis
9	Responsif
10	Keramahan

C. Analisis Gap dan CSI

Melakukan perhitungan berdasarkan faktor yang terbentuk yaitu faktor satu (aman jasa profesional), faktor dua (update dan lingkungan layanan), dan faktor tiga (tinggi kinerja layanan). Hasil analisis gap dari faktor satu (aman jasa profesional), faktor dua (update dan lingkungan layanan), dan faktor tiga (tinggi kinerja layanan) dapat diperoleh dari faktor satu (aman jasa profesional)



Gambar. 2. Hasil Analisis Biplot Gap Faktor Satu Aman Jasa Profesional .

Hasil analisis gap dalam kuadran I ($X_{4,5}$, dan $X_{4,8}$) yaitu keramahan para karyawan dalam memberikan pelayanan perlu ditingkatkan karena belum sesuai dengan harapan konsumen dan kesan/hadir dokter membangun kepercayaan kepada konsumen. Kuadran II variabel yang masuk $X_{4,6}$, $X_{4,9}$, $X_{4,10}$, yaitu dokter memberikan informasi (pemeriksaan) dengan jelas dan mudah dipahami, konsumen merasa aman dengan semua bahan peralatan treatment tindakan, konsumen akan memberikan rekomendasi tentang klinik kecantikan ini kepada anggota keluarga teman dan responden lain sedangkan dalam kuadran III prioritas rendah karena dianggap kurang penting pengaruhnya tetapi kenyataannya biasa saja memuat variabel $X_{4,7}$, dan $X_{4,11}$ adalah konsumen merasa percaya diri setelah selesai melakukan treatment tindakan dan konsumen akan memberikan rekomendasi tentang klinik kecantikan ini kepada anggota keluarga teman dan responden lain, selanjutnya untuk Faktor dua (update dan lingkungan layanan) hasil dari analisis gap yang masuk dalam kuadran I kuadran I pelayanan perlu ditingkatkan karena belum sesuai dengan harapan konsumen ($X_{1,1}$, $X_{1,5}$, $X_{1,7}$, $X_{1,2}$ $X_{1,4}$) yaitu klinik kecantikan memiliki up-to-date alat dalam perawatan wajah dan tubuh, fasilitas ruang tunggu yang menarik, suasana lingkungan klinik bersih dan nyaman, alat tindakan (ekstraktor, jarum, vapozone dll) steril dan tidak berbahaya dan karyawan berpakaian dan tampil rapi sedangkan faktor tiga (tinggi kinerja layanan) yang masuk pada kuadran I pelayanan perlu ditingkatkan karena belum sesuai dengan harapan konsumen $X_{4,3}$ yaitu karyawan klinik kecantikan memiliki pengetahuan untuk menjawab pertanyaan konsumen secara percaya diri dan variabel yang masuk pada kuadran III ($X_{4,1}$, $X_{4,2}$) prioritas rendah karena dianggap kurang penting pengaruhnya tetapi kenyataannya biasa saja yaitu keterampilan pegawai customer service dalam bekerja dan keterampilan pegawai administrasi dalam bekerja.

Perhitungan indeks kepuasan (CSI) dari faktor satu (aman jasa profesional), faktor dua (update dan lingkungan layanan), dan faktor tiga (tinggi kinerja layanan) sebagai berikut

Tabel 3. Hasil Indeks Kepuasan

Faktor	Indikator	Skala Jawaban		
		Ketidakpuasan 1,2 (%)	Between 3,4,5 (%)	Kepuasan 6,7 (%)
Faktor 1	$X_{4,5}$	33,33	56,67	10
	$X_{4,6}$	13,33	80	6,67
	$X_{4,7}$	36,67	56,67	6,67
	$X_{4,8}$	30	66,67	3,33
	$X_{4,9}$	16,67	73,33	10
	$X_{4,10}$	26,67	66,67	6,67
	$X_{4,11}$	43,33	56,67	0
Faktor 2	$X_{1,1}$	43,33	52,85	3,81
	$X_{1,2}$	10	82,38	7,62
	$X_{1,4}$	6,67	85,71	7,62
	$X_{1,5}$	43,33	50	6,67
	$X_{1,7}$	36,19	57,14	6,67
Faktor 3	$X_{4,1}$	43,33	50	6,67
	$X_{4,2}$	40	60	0
	$X_{4,3}$	23,33	73,33	3,33

Tabel 3 dapat diketahui bahwa perhitungan indeks kepuasan pada faktor aman jasa profesional, update dan lingkungan dan faktor tinggi kinerja layanan nilai tingkat tidak kepuasan sebesar 0 persen-43,33 persen sedangkan nilai tingkat kepuasan sebesar 0 persen-7,62 persen. Indikator yang terkait dengan kepuasan yaitu $X_{1,2}$, $X_{1,4}$ dan indikator yang terkait dengan nilai ketidak kepuasan yaitu $X_{4,11}$, $X_{1,1}$ dan $X_{1,5}$.

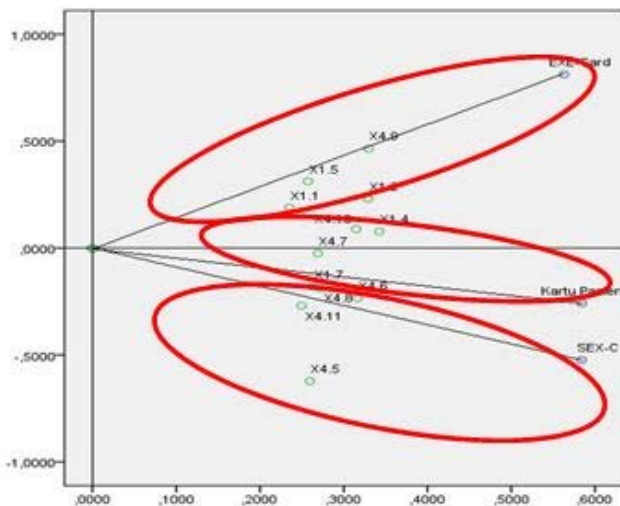
D. Analisis Biplot

Analisis biplot ini dilakukan untuk memberikan informasi variabel-variabel mana saja yang mempengaruhi kepuasan. Analisis biplot dalam penelitian ini pada tiga keanggotaan yaitu Kartu Pasien, SEX-C dan EXE terhadap sepuluh faktor yaitu faktor pertama aman jasa profesional, faktor dua update dan lingkungan layanan, faktor tiga tinggi kinerja layanan, faktor empat pasien berorientasi, faktor lima perhatian individu, faktor enam adil layanan, faktor tujuh taat prosedur, faktor sembilan kesan higienis, responsif dan faktor sepuluh keramahan.

Berikut adalah faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dari setiap keanggotaan yakni kartu keanggotaan Kartu Pasien, SEX-C dan EXE-Card dengan menggunakan analisis biplot dengan melihat posisi antara variabel kepuasan pada faktor pertama (aman jasa profesional) dan faktor dua (update lingkungan layanan) terhadap kartu keanggotaan yakni kartu keanggotaan Kartu Pasien, SEX-C dan EXE-Card.

Kepuasan konsumen berdasarkan kartu keanggotaan Kartu Pasien dipengaruhi oleh variabel yaitu konsumen akan memberikan rekomendasi tentang klinik kecantikan ini kepada anggota keluarga teman dan responden lain dan karyawan berpakaian dan tampil rapi dan konsumen merasa percaya diri setelah selesai melakukan treatment tindakan. Pada kartu keanggotaan SEX-C variabel yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah variabel kesan/hadir dokter membangun kepercayaan kepada konsumen, dokter memberikan informasi (pemeriksaan) dengan jelas dan mudah dipahami, keramahan para karyawan dalam memberikan pelayanan, konsumen akan datang kembali ke klinik kecantikan ini untuk melakukan perawatan dan tubuh dan suasana lingkungan klinik bersih dan nyaman sedangkan kepuasan konsumen terhadap kartu

keanggotaan EXE-Card dipengaruhi oleh variabel klinik kecantikan memiliki up-to-date alat dalam perawatan wajah dan tubuh, alat tindakan (ekstraktor, jarum, vapozone dll) steril dan tidak berbahaya, fasilitas ruang tunggu yang menarik dan konsumen merasa aman dengan semua bahan peralatan treatment tindakan. Untuk selanjutnya juga dikerjakan analisis biplotnya seperti faktor satu dan faktor dua hasilnya sebagai berikut faktor tiga dan faktor empat kartu keanggotaan Kartu Pasien dipengaruhi oleh variabel yaitu kepedulian terhadap kebutuhan pasien ($X_{3,3}$). Pada kartu keanggotaan SEX-C variabel yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah keterampilan pegawai customer service dalam bekerja ($X_{4,1}$), keterampilan pegawai administrasi dalam bekerja ($X_{4,2}$) dan karyawan klinik kecantikan memiliki pengetahuan untuk menjawab pertanyaan konsumen secara percaya diri ($X_{4,3}$). Sedangkan kepuasan konsumen berdasarkan kartu keanggotaan EXE-C dipengaruhi oleh variabel memberikan pelayanan yang cepat ($X_{3,1}$), tepat dan tanggap dan karyawan tidak pernah terlalu sibuk untuk menanggapi permintaan maupun keluhan pasien ($X_{3,5}$).



Gambar. 3. Hasil Analisis Biplot Pada Faktor Aman Jasa Profesional dan Update Lingkungan Layanan.

Berikut ini adalah faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelayanan klinik kecantikan London Beauty Centre cabang Manyar kertoajo Surabaya berdasarkan jenis kelamin konsumen dari faktor aman jasa profesional dan faktor update dan lingkungan layanan. Kepuasan konsumen berdasarkan jenis kelamin perempuan dipengaruhi oleh variabel kesan/hadir dokter membangun kepercayaan kepada konsumen ($X_{4,5}$), dokter memberikan informasi (pemeriksaan) dengan jelas dan mudah dipahami ($X_{4,6}$), keramahan para karyawan dalam memberikan pelayanan ($X_{4,8}$), konsumen merasa aman dengan semua bahan peralatan treatment tindakan ($X_{4,9}$), konsumen akan memberikan rekomendasi tentang klinik kecantikan ini kepada anggota keluarga teman dan orang lain ($X_{4,10}$), konsumen akan datang kembali ke klinik kecantikan ini untuk melakukan perawatan dan tubuh ($X_{4,11}$) dan fasilitas ruang tunggu yang menarik ($X_{1,5}$) sedangkan kepuasan konsumen terhadap jenis kelamin laki-laki dipengaruhi oleh variabel konsumen merasa percaya diri setelah selesai melakukan treatment tindakan ($X_{4,7}$), klinik kecantikan memiliki up-to-date alat dalam perawatan wajah dan tubuh ($X_{1,1}$),

alat tindakan (ekstraktor, jarum, vapozone dll) steril dan tidak berbahaya ($X_{1,2}$), karyawan berpakaian dan tampil rapi ($X_{1,4}$) dan suasana lingkungan klinik bersih dan nyaman ($X_{1,7}$). Faktor tiga dan faktor empat kepuasan konsumen berdasarkan jenis kelamin perempuan dipengaruhi oleh variabel yaitu keterampilan pegawai customer service dalam bekerja ($X_{4,1}$), keterampilan pegawai administrasi dalam bekerja ($X_{4,2}$), memberikan pelayanan yang cepat, tepat dan tanggap ($X_{3,1}$) dan karyawan tidak pernah terlalu sibuk untuk menanggapi permintaan maupun keluhan pasien ($X_{3,5}$). Sedangkan kepuasan konsumen terhadap jenis kelamin laki-laki dipengaruhi oleh variabel karyawan klinik kecantikan memiliki pengetahuan untuk menjawab pertanyaan konsumen secara percaya diri ($X_{4,3}$) dan kepedulian terhadap kebutuhan pasien ($X_{3,3}$).

Berikut ini adalah faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelayanan klinik kecantikan London Beauty Centre cabang Manyar kertoajo Surabaya berdasarkan jenis pekerjaan konsumen dari faktor aman jasa profesional dan faktor update dan lingkungan layanan. Kepuasan konsumen berdasarkan jenis pekerjaan karyawan swasta dipengaruhi oleh variabel yaitu keramahan para karyawan dalam memberikan pelayanan ($X_{4,8}$), konsumen merasa aman dengan semua bahan peralatan treatment tindakan ($X_{4,9}$), alat tindakan (ekstraktor, jarum, vapozone dll) steril ($X_{1,2}$) dan tidak berbahaya dan karyawan berpakaian dan tampil rapi ($X_{1,4}$) sedangkan kepuasan konsumen berdasarkan jenis pekerjaan pegawai negeri dipengaruhi oleh variabel yaitu klinik kecantikan memiliki up-to-date alat dalam perawatan wajah dan tubuh ($X_{1,1}$) dan fasilitas ruang tunggu yang menarik ($X_{1,5}$). Sedangkan kepuasan konsumen terhadap jenis pekerjaan wiraswasta/pengusaha dipengaruhi oleh variabel konsumen merasa percaya diri setelah selesai melakukan treatment tindakan ($X_{4,7}$) dan konsumen akan memberikan rekomendasi tentang klinik kecantikan ini kepada anggota keluarga teman dan orang lain ($X_{4,10}$) dan kepuasan konsumen terhadap jenis pekerjaan pelajar/mahasiswa dipengaruhi oleh variabel dokter memberikan informasi (pemeriksaan) dengan jelas dan mudah dipahami ($X_{4,6}$) dan suasana lingkungan klinik bersih dan nyaman ($X_{1,7}$) sedangkan kepuasan konsumen terhadap jenis pekerjaan profesional dipengaruhi oleh variabel kesan/hadir dokter membangun kepercayaan kepada konsumen ($X_{4,5}$) dan konsumen akan datang kembali ke klinik kecantikan ini untuk melakukan perawatan dan tubuh ($X_{4,11}$). Faktor tiga dan faktor empat Kepuasan konsumen berdasarkan jenis pekerjaan ibu rumah tangga dipengaruhi oleh variabel yaitu karyawan tidak pernah terlalu sibuk untuk menanggapi permintaan maupun keluhan pasien ($X_{3,5}$) sedangkan kepuasan konsumen berdasarkan jenis pekerjaan pegawai negeri dipengaruhi oleh variabel yaitu memberikan pelayanan yang cepat, tepat dan tanggap ($X_{3,1}$). Sedangkan kepuasan konsumen terhadap jenis pekerjaan wiraswasta/pengusaha dipengaruhi oleh variabel kepedulian terhadap kebutuhan pasien ($X_{3,3}$). Kepuasan konsumen terhadap jenis pekerjaan profesional dipengaruhi oleh variabel keterampilan pegawai customer service dalam bekerja ($X_{4,1}$) dan karyawan klinik kecantikan memiliki pengetahuan untuk menjawab pertanyaan konsumen secara percaya diri ($X_{4,3}$) sedangkan kepuasan konsumen terhadap jenis pekerjaan karyawan swasta dipengaruhi oleh variabel keterampilan pegawai administrasi dalam bekerja ($X_{4,2}$).

V. KESIMPULAN/RINGKASAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut.

1. Berdasarkan hasil analisis deskripsi konsumen London Beauty Centre cabang Manyar Kertoajo Surabaya memiliki karakteristik responden yang saling berkaitan meliputi usia, status perkawinan, asal, jenis kelamin, pekerjaan konsumen dan pendidikan terakhir konsumen.
2. Berdasarkan hasil analisis faktor dapat diketahui mempunyai nilai total varian persentase kumulatif sebesar 67,60% dan terbentuk sepuluh faktor yang dimana total variabilitasnya terbesar bernilai 3,55% pada faktor pertama.
3. Berdasarkan hasil analisis gap yang mengukur harapan dan kenyataan yang diterima konsumen selama ini dari faktor satu (aman jasa profesional), faktor dua (update lingkungan layanan) dan faktor tiga (tinggi kinerja layanan) kebanyakan plotnya berada kuadrannya I sehingga harus diperbaiki lagi pelayanan. Hasil perhitungan nilai indeks kepuasan (CSI) dan dari faktor yang terbentuk dari faktor pertama (aman jasa profesional), faktor dua (update lingkungan) dan faktor tiga (tinggi kinerja pelayanan) nilai tingkat tidak kepuasan sebesar 43,33% yaitu variabel Klinik kecantikan memiliki up-to-date alat dalam perawatan wajah dan tubuh, Fasilitas ruang tunggu yang menarik dan Karyawan klinik kecantikan memiliki pengetahuan untuk menjawab pertanyaan konsumen secara percaya diri sedangkan nilai tingkat kepuasan sebesar 7,62% yaitu Alat tindakan (ekstraktor, jarum, vapozone dll) steril dan tidak berbahaya dan Karyawan berpakaian dan tampil rapi.
4. Berdasarkan hasil analisis biplot dapat diketahui dari faktor satu (aman jasa profesional) dan faktor dua (update dan lingkungan layanan), faktor tiga (tinggi kinerja layanan) dan faktor empat (pasien berorientasi) berdasarkan latar belakang konsumen London Beauty centre kartu keanggotaan, jenis kelamin, pekerjaan memiliki hubungan yang saling keterkaitan.

Saran dari hasil penelitian dapat memberikan masukan terhadap klinik kecantikan LBC cabang Manyar Kertoajo Surabaya agar dapat memperbaiki kepuasan pelayanan di masa yang akan datang, kepuasan pelayanan ini dapat berubah sesuai dengan tindakan dari management klinik kecantikan LBC cabang Manyar Kertoajo Surabaya tersebut. Adanya tiga kartu keanggotaan tersebut pihak management bisa mengetahuinya dan dari terbentuknya banyak faktor yang paling penting adalah faktor aman jasa profesional karena di dalam faktor tersebut yang perlu diperhatikan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Johnson, R. A. dan Wichern D. W. (2007). *Applied Multivariate Statistical Analysis*. Edisi keenam, Prentice Hall, Englewood Cliffs. Ne. New Jersey
- [2] Gabriel, K. R. (1971), *The Biplot Graphic Display of Matrices with Application to Principal Component Analysis*, *Journal of Biometrika*. 58, 453-467.
- [3] Albercht, J. (1998). *Service Management and Operations*, 2nd ed, Prentice-Hall, Inc.