

ABSTRAK

Salon khusus wanita menawarkan pelayanan yang berbeda dengan salon pada umumnya dimana salon khusus wanita hanya melayani konsumen khusus wanita saja. Terdapat beberapa hal yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen yang ditawarkan oleh pemberi jasa salon seperti mulai dari proses layanan masuk salon sampai keluar salon, dari layanan yang ditawarkan tersebut pemberi jasa salon harus mengetahui layanan/atribut mana saja yang dapat membuat konsumen puas/tidak puas, karena tidak semua layanan dapat memuaskan kebutuhan para pelanggannya.

Pada penelitian ini terdapat 28 atribut yang digunakan untuk mengukur kepuasan konsumen salon khusus wanita. Atribut tersebut digunakan untuk mengetahui atribut mana saja yang memiliki pengaruh besar terhadap kepuasan dan ketidakpuasan konsumen.

Penelitian ini menggunakan Model Kano, dimana pada metode ini 20 atribut yang dianggap dapat mempengaruhi kepuasan konsumen dibagi ke dalam 4 kategori yaitu *Must Be*, *One-Dimensional*, *Attractive*, dan *Indifferent*, dalam penelitian ini juga melakukan perhitungan terhadap *CS-Coefficient* untuk mengetahui seberapa besar pengaruh tiap atribut terhadap kepuasan dan ketidakpuasan. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswi Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom Tahun 2014/2015 dengan sampel yang diambil sebanyak 279 orang responden. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner Kano yang dibagikan kepada responden dengan menggunakan teknik *probability sampling*.

Berdasarkan hasil analisis dengan Model Kano menunjukkan dari 20 atribut tersebut 9 atribut diklasifikasikan ke dalam kategori *Must Be*, 8 atribut diklasifikasikan ke dalam kategori *One-Dimensional*, 5 atribut diklasifikasikan ke dalam kategori *Attractive*, 6 atribut diklasifikasikan ke dalam kategori *Indifferent*. Hasil perhitungan *CS-Coefficient* menunjukkan bahwa nilai yang paling tinggi dan yang berpengaruh pada kepuasan konsumen terdapat 2 atribut, dengan nilai *better* sebesar 0.64, yaitu tersedia fasilitas pendukung (mushola, toilet dan ruang tunggu), dan suasana lingkungan salon yang nyaman/tidak berisik. Untuk atribut yang berpengaruh pada ketidakpuasan atau berpengaruh pada penurunan kepuasan konsumen dengan nilai *worse* sebesar -0.82, yaitu kebersihan alat-alat salon yang digunakan terjaga (mis: pengering rambut, sisir, gunting, handuk, dll).

Dalam melakukan perbaikan sebaiknya mengikuti aturan Model Kano yaitu $M > O > A > I$, yang artinya dalam melakukan perbaikan, kategori *must-be* lebih diutamakan, selanjutnya diikuti kategori *one-dimensional*, *attractive*, dan *indifferent*.

Kata Kunci : Kepuasan Konsumen, Model Kano