

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini yaitu mengetahui bagaimana kualitas pelayanan dari barbershop The Tjoekoer berdasarkan lima dimensi kualitas pelayanan (*Service Quality*), yaitu Tangibles, Empathy, Responsiveness, Reliability, dan Assurance. Lalu, bagaimana kesenjangan (gap) antara harapan pelanggan (*Expected*) dengan persepsi layanan yang diterima oleh pelanggan (*Perceived*). Lalu, apa saja atribut pelayanan yang dianggap penting oleh pelanggan guna menganalisis usulan prioritas tindakan yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan barbershop The Tjoekoer.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif dengan pendekatan *user-approach*, yang berdasarkan pada pemikiran bahwa kualitas dari suatu bisnis usaha tergantung pada orang yang memandangnya, sehingga jasa yang paling memuaskan preferensi seseorang merupakan jasa yang berkualitas tinggi. Artinya, yang dapat sesuai dengan harapan pelanggan. Teknik sampling dalam penelitian ini menggunakan *Non-probability Sampling* dengan jenis *Purposive Sampling*. Responden dalam penelitian ini yaitu pelanggan barbershop The Tjoekoer yang berjumlah 100 orang (*anonymous*) berdasarkan rumus Lemeshow. Teknik dalam pengumpulan data menggunakan wawancara dan kuisioner. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis Gap dan analisis Importance-Performance (IPA).

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

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