

KUALITAS LAYANAN STUDIO MUSIK VOZ DI PAKUALAMAN YOGYAKARTA

Fatikha Yulianisa

Tata Kelola Seni, Pascasarjana Institut Seni Indonesia, Yogyakarta
e-mail: fatikhayulianisa@gmail.com

Diterima : 17 Juli 2021. Disetujui : 5 Oktober 2021. Dipublikasikan : 28 Desember 2021



©2021 – DESKOVI Universitas Maarif Hasyim Latif. Ini adalah artikel dengan akses terbuka di bawah lisensi CC BY 4.0 (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

ABSTRAK

Kualitas layanan merupakan salah satu faktor penting yang menentukan kepuasan pelanggan, sehingga pelanggan bersedia untuk menggunakan layanan kembali, bahkan merekomendasikannya pada orang lain. Meningkatkan kualitas layanan tentu dapat meningkatkan kepuasan dan kesetiaan pelanggan terhadap layanan tersebut. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengukur kualitas layanan studio musik voz yang hasilnya ditindaklanjuti sebagai pertimbangan peningkatan kualitas layanan dalam rangka mengembangkan usaha dan menjaga kesetiaan pelanggan studio musik voz. Penelitian ini melakukan survei terhadap 40 orang penyewa studio musik voz berusia 15 tahun atau lebih dengan frekuensi kunjungan minimal 3 kali dalam jangka waktu 3 bulan terakhir. Penelitian ini merekomendasikan: (1) mengadakan evaluasi kerja karyawan secara berkala sembari berlibur agar dapat *recharge* kembali semangat karyawan dan meningkatkan loyalitas karyawan terhadap perusahaan, (2) mengikutsertakan karyawan pada training/workshop terkait layanan studio musik voz, (3) meningkatkan kemudahan transaksi secara online seperti ovo dan gopay atau *platform* transaksi *online* lainnya, sehingga transaksi tercatat secara otomatis dan meningkatkan rasa aman pelanggan ketika bertransaksi, (4) menambah software mesin kasir dalam gadget agar pembayaran dapat terdokumentasi secara rapi dan jelas sehingga meningkatkan rasa aman pada pelanggan.

Kata kunci: kepuasan pelanggan, kualitas layanan, studio musik

ABSTRACT

Service quality is one of the important factors that determine customer satisfaction, so customers are willing to use the service again, even recommend it to others. Improving service quality can certainly increase customer satisfaction and loyalty to the service. Therefore, this study aims to measure the service quality of the voz music studio. The results will be followed up as a consideration for improving service quality in order to develop the business and maintain the loyalty of voz music studio customers. This study conducted a survey of 40 voz music studio tenants aged 15 years or older with a frequency of visits of at least 3 times in the last 3 months. This study recommends: (1) conducting periodic employee job evaluations while on vacation in order to recharge employee spirit and increase employee loyalty to the company, (2) involve employees in training/workshops related to voz music studio services, (3) improve online transactions using ovo, gopay, or another online transaction platform so the transactions automatically recorded and increase the sense of customer's transacting security, (4) adding cashier machine software in gadgets so payments can be clearly and neatly documented, and increase the sense of customer's transacting security.

Keyword: customer satisfaction, music studio, service quality

PENDAHULUAN

Usaha di bidang seni kian menjamur di Yogyakarta seiring berkembangnya kesenian di Yogyakarta. Usaha-usaha tersebut didirikan dengan berbagai tujuan, baik memfasilitasi dan mendukung para seniman, maupun tujuan komersil yang berlandaskan pada peluang usaha pada bidang terkait. Meskipun bermula dari tujuan memfasilitasi para seniman dalam berkarya, tentu tetap harus memperhatikan aspek-aspek kewirausahaan agar tidak

mengalami kerugian bahkan mampu memperoleh keuntungan.

Salah satu usaha di bidang seni yang mampu memfasilitasi para seniman bidang musik dalam berkarya yaitu studio musik. Usaha ini menjamur karena banyak musisi baru bermunculan yang kemudian direspon oleh beberapa penyedia alat musik bahkan studio musik dengan membuka usaha persewaan alat dan studio musik. Studio musik bergerak di bidang jasa dengan menyewakan tempat dan alat guna menunjang para musisi berlatih. Saat ini

sangat mudah untuk menjumpai studio musik, baik di kota maupun di kabupaten dengan kualitas yang bervariasi, termasuk di Kota Yogyakarta.

Kualitas layanan dan kualitas produk merupakan faktor penentu kepuasan pelanggan karena pelayanan dan kualitas produk yang baik akan menciptakan kepuasan pelanggan (Nuridin, 2018). Oleh karena itu, selain kelengkapan dan jenis alat sebagai yang menjadi penilaian penting bagi konsumen untuk setia pada satu penyedia jasa sebagai cerminan dari kualitas produk, pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa menjadi poin penting terhadap kepuasan pelanggan dan berdampak terhadap kepercayaan atau kesetiaan pelanggan.

Manusia akan cenderung memenuhi keinginan dan kebutuhan pribadi dalam melakukan berbagai macam hal dalam hidupnya sehingga kualitas layanan yang mereka konsumsi akan sangat penting bagi mereka untuk memenuhi kebutuhan, keinginan, dan ekspektasi dalam mengonsumsi barang dan jasa.. Kualitas layanan juga merupakan salah satu hal yang cukup penting menunjang keberhasilan suatu layanan. Semakin baik kualitas layanan yang diberikan, semakin baik pula layanan tersebut dimata pelanggan.

Perusahaan penyedia jasa persewaan studio di Yogyakarta jumlahnya tergolong banyak, namun studio musik vok merupakan salah satu persewaan studio musik yang berada di tengah kota Yogyakarta dan cukup ramai dikunjungi. Setiap hari selalu ada pelanggan yang datang menggunakan layanannya. Lebih dari satu kelompok setiap harinya menggunakan layanan studio musik vok, namun untuk bersaing dengan studio musik lain yang semakin lama semakin banyak, perlu diketahui bagaimana kualitas layanan studio musik vok sehingga peningkatan kualitas layanan dapat dilakukan secara efektif berdasarkan survei kualitas layanan di studio musik vok.

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur kualitas layanan studio vok yang hasilnya ditindaklanjuti sebagai pertimbangan peningkatan kualitas layanan dalam rangka mengembangkan usaha dan menjaga kesetiaan pelanggan studio vok. Kualitas layanan studio vok diukur dengan pengukuran kualitas layanan menurut Parasuraman (1988) yang membagi dimensi kualitas layanan menjadi 5 yaitu, wujud nyata, keandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati.

Tabel 1. Daftar dimensi kualitas layanan

No	Dimensi	Keterangan
1.	Wujud Nyata	Fasilitas fisik, peralatan penampilan personel
2.	Keandalan	Kemampuan untuk melakukan layanan yang andal dan akurat
3.	Ketanggapan	Kesediaan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan
4.	Jaminan	Pengetahuan dan kesopanan karyawan, dan kemampuan mereka untuk menginspirasi kepercayaan dan keyakinan
5.	Empati	Perhatian bersifat individual/pribadi yang diberikan perusahaan terhadap pelanggan

Sumber: Parasuraman (1988)

Literatur yang relevan dengan penelitian ini meliputi Shafiq (2019) “Using SERVQUAL to determine Generation Y’s satisfaction towards hoteling industry in Malaysia”. Relevansi penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan adalah konsep pengukuran kualitas layanan oleh Parasuraman menggunakan SERVQUAL sehingga dapat digunakan sebagai landasan teori. Penelitian ini dan penelitian yang dilakukan membahas usaha dalam bidang jasa (service) persewaan tempat, sehingga dapat penelitian ini mampu memberikan perspektif mengenai layanan yang bergerak di bidang jasa. Oleh karena itu, penelitian ini juga mampu menjadi pedoman pembuatan instrumen penelitian. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan terletak pada jenis jasa yang ditawarkan kepada konsumen, sehingga meskipun memiliki persamaan di bidang persewaan tempat, perlu diperhatikan juga perbedaan mendasar jenis layanan yang ditawarkan. Penelitian ini juga fokus pada generasi Y sebagai responden, sedangkan penelitian yang dilakukan mengambil responden musisi yang menggunakan jasa persewaan studio, sehingga karakteristik responden yang berbeda memungkinkan interpretasi yang berbeda terhadap hasil penelitian.

Suminar (2017) “Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen Hypermarket”. Relevansi penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan adalah penelitian ini mengukur kualitas layanan berdasarkan konsep pengukuran kualitas layanan oleh Parasuraman, sehingga dapat digunakan sebagai pedoman pelaksanaan pengukuran kualitas layanan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan terletak pada variabel penelitian ini yang tidak hanya mengenai kualitas layanan, tetapi juga korelasinya dengan kepuasan konsumen. Penelitian ini meneliti usaha yang menjual barang kebutuhan sehari-hari, sedangkan penelitian yang dilakukan meneliti layanan yang menjajakan jasa persewaan studio sehingga mampu memberikan perspektif lain tentang pengukuran kualitas layanan.

Midor (2018) “Improving the Service with the Servqual Method”. Penelitian ini menemukan bahwa survei kepuasan pelanggan dapat membantu meningkatkan layanan yang diberikan. Penelitian ini menguatkan penelitian yang dilakukan untuk melakukan survei kepuasan pelanggan sebagai upaya mengidentifikasi bagian-bagian yang membutuhkan peningkatan/perbaikan guna meningkatkan kepuasan pelanggan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan terletak pada subjek penelitian. Subjek penelitian ini merupakan usaha yang bergerak di bidang penjualan bahan medis/obat-obatan, sedangkan penelitian yang dilakukan memiliki subjek penelitian sebuah usaha di bidang jasa persewaan studio, sehingga perhatian konsumen terhadap setiap dimensi akan sangat berbeda mengingat jenis layanan yang berbeda. Hal ini sangat berkaitan dengan tindak lanjut hasil survei berupa rekomendasi/saran guna meningkatkan kepuasan layanan yang harus mempertimbangkan jenis layanan dan biaya (cost).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei dengan teknik pengambilan data menggunakan kuisioner. Data yang diperoleh diolah menggunakan analisis statistik deskriptif dan disajikan dalam bentuk persentase.

Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian ini adalah kualitas layanan Studio Musik Voz.

Subjek Penelitian

A. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh penyewa studio musik voz yang berusia minimal 15 tahun dengan frekuensi kunjungan minimal 3 kali dalam jangka waktu 3 bulan terakhir.

B. Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh penyewa studio musik voz yang berusia minimal 15 tahun dengan frekuensi kunjungan minimal 3 kali dalam jangka waktu 3 bulan terakhir.

Sampel pada penelitian ini adalah 40 orang penyewa studio musik voz berusia 15 tahun atau lebih dengan frekuensi kunjungan minimal 3 kali dalam jangka waktu 3 bulan terakhir. Sampel penelitian ini harus memenuhi syarat awal yaitu berusia minimal 15 tahun dengan alasan pada usia ini seseorang telah mampu memberi penilaian terhadap suatu layanan secara objektif. Frekuensi kunjungan minimal 3 kali dengan pertimbangan responden sudah memiliki pengalaman yang cukup untuk mencerminkan kualitas layanan yang ada di studio musik voz, sedangkan jangka waktu 3 bulan bertujuan untuk menghindari sifat manusiawi seseorang yang sangat berkaitan dengan waktu yaitu lupa. Jangka waktu 3 bulan ditetapkan agar responden mampu mengisi dengan yakin tanpa ragu-ragu sehingga jawaban responden dapat dipercaya.

Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada 23-25 September 2019 pukul 14.00 – 24.00 WIB dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 2. Daftar waktu penelitian

No	Hari, tanggal	Waktu Penelitian
1.	Senin, 23 September 2019	20.00 – 24.00 WIB
2.	Selasa, 24 September 2019	17.00 – 18.00 WIB
3.	Rabu, 25 September 2019	18.00 - 22.00 WIB

Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di studio musik voz yang beralamat di Jl Gajahmada no 58E Yogyakarta, mendatangi rumah responden, dan menemui responden di kampus Pascasarjana ISI Yogyakarta.

Instrumen Penelitian

Penelitian tentang “Kualitas Layanan Studio Musik Voz di Pakualaman Yogyakarta” memiliki dua instrumen dalam pengumpulan data, yaitu:

1. Instrumen untuk mengukur harapan pengunjung terhadap kualitas layanan studio musik voz.
2. Instrumen untuk mengukur persepsi pengunjung terhadap kualitas layanan studio musik voz.

Kedua instrument dalam penelitian “Kualitas Layanan Studio Musik Voz di Pakualaman Yogyakarta” ini berdasarkan kaidah pengukuran kualitas layanan (servqual) oleh Parasuraman. Berdasarkan servqual, terdapat 22 item pernyataan dalam setiap kuisioner harapan dan persepsi yang memuat 5 dimensi di dalamnya. 22 item tersebut dioperasikan dengan skala bipolar 7 dari sangat setuju (7) hingga sangat tidak setuju (1), namun pada penelitian ini skala yang digunakan hanya 5 yaitu sangat setuju (5) hingga sangat tidak setuju (1) dengan penjelasan seperti berikut: (5) sangat setuju, (4) setuju, (3) netral, (2) tidak setuju, (1) sangat tidak setuju.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah kuisioner. Kuisioner dibagi menjadi 2 yaitu kuisioner harapan terhadap kualitas layanan di studio musik voz dan kuisioner persepsi terhadap kualitas layanan di studio musik voz. Berikut langkah-langkah penelitian “Survei Kualitas Layanan Studio Musik Voz”:

A. Penyusunan Instrumen Penelitian

Penyusunan instrumen penelitian berupa kuisioner berdasarkan skala parasuraman merupakan tahap awal dalam penelitian ini. 22 item harapani dan harapan yang merupakan bagian dalam 5 dimensi disusun dan disesuaikan dengan objek penelitian. 5 dimensi tersebut yaitu wujud nyata yang terindera, keandalan, ketanggapan, jaminan dan empati dengan skala bipolar 5.

B. Uji Coba

Uji coba dilakukan dengan menyebar kuisioner kepada 3 orang yang memenuhi kriteria sebagai responden. Uji coba dilaksanakan dengan mendatangi responden secara langsung maupun memberikan kuisioner secara online. Hasil uji coba digunakan sebagai bahan evaluasi kesiapan kuisioner sebagai instrumen penelitian. Setelah uji coba, beberapa poin item diperjelas pernyataannya agar tidak mengandung ambiguitas bagi responden dan mencapai kesamaan pemahaman antara responden dengan peneliti terkait item yang ada pada kuisioner.

C. Kerja Lapangan

1. Datang ke Studio Musik Voz
 - a. Senin, 23 September 2019

Peneliti datang untuk meminta izin terlebih dahulu dilanjutkan pembagian kuisioner. Sebelum membagikan kuisioner, peneliti bertanya pada calon responden untuk memastikan calon responden memenuhi syarat sebagai sampel penelitian, kemudian

menjelaskan maksud dan tujuan penelitian sambil dilanjutkan menanyakan kesediaan calon responden. Penelitian ini dilaksanakan pukul 20.00 – 24.00 WIB dan mendapatkan responden sejumlah 14 orang.

b. Selasa, 24 September 2019

Hari kedua penelitian, peneliti hanya mendapatkan responden sejumlah 4 orang karena banyak calon responden yang tidak memenuhi syarat sebagai sampel penelitian. Jumlah penyewa studio musik yang sedikit juga merupakan salah satu factor minimnya responden pada hari tersebut. Penelitian pada hari kedua dilaksanakan pada pukul 17.00 – 18.00 WIB.

c. Rabu, 25 September 2019

Hari ketiga penelitian, peneliti mendapatkan responden sejumlah 18 orang. Penelitian dilaksanakan pukul 18.00-22.00 WIB.

2. Bertemu dengan Responden di Luar Studio Musik Voz

Langkah awal yaitu menghubungi responden yang dianggap memenuhi kriteria sebagai sampel, kemudian memastikan responden merupakan orang yang tepat sebagai sampel, lalu menanyakan kesediannya, membuat janji, bertemu, dan tahap terakhir yaitu pengisian kuesioner. Responden yang ditemui di luar studio musik voz sebanyak 4 orang dengan rincian sebagai berikut: 1 orang ditemui pada tanggal 23 September 2019, 4 orang pada tanggal 25 September 2019, namun 1 kuesioner tidak dapat digunakan karena terdapat beberapa poin item yang tidak diisi.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis statistik deskriptif. Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2011). Data yang terkumpul mengenai harapan dan persepsi pengunjung terhadap kualitas layanan studio musik voz disajikan dalam bentuk prosentase keseluruhan layanan, setiap item, serta setiap dimensi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Lembaga

Studio musik voz merupakan studio yang beralamat di Jl Gajagmada no 58E Yogyakarta. Letaknya cukup strategis karena berada di tengah kota, aksesnya juga cukup mudah dijangkau dari arah manapun.

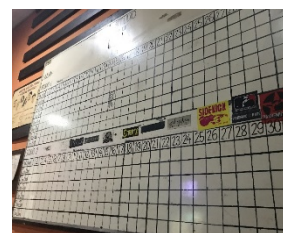


Gambar 1. Peta studio musik voz

Studio musik ini memiliki 3 ruang studio yang disewakan untuk umum, namun saat ini hanya 2 ruang yang disewakan karena 1 studio sedang dalam masa perbaikan. Studio ini buka dari 14.00-24.00 pada hari senin-sabtu. Studio musik voz mematok harga sewa yang berbeda pada ketiga studionya. Studio 1 Rp 60.000 /2 jam, studio 2 Rp 50.000/2 jam, studio 3 Rp 40.000/2 jam. Perbedaan ketiga studio terdapat pada luas ruangan studio dan spesifikasi alat yang tersedia pada tiap studio. Setiap harinya ada lebih dari 1 grup menggunakan layanan persewaan studio di studio musik voz. Jadwal penyewaan terpampang jelas di bagian depan studio. Penulisan jadwal sewa di papan setelah proses pembayaran uang muka dilaksanakan. Selain menyewakan ruangan latihan, studio musik voz juga melayani persewaan alat musik untuk acara-acara komersil.



Gambar 2. Bagian dalam studio 1



Gambar 3. Papan penulisan jadwal



Gambar 4. Bagian dalam studio 2



Gambar 5. Studio tampak depan

Komponen Demografi

Komponen demografi dalam penelitian ini meliputi jenis kelamin. Adapun jumlah pengunjung VOZ Studio Musik sejumlah 40 orang dengan komposisi 34 orang laki-laki dan 6 orang perempuan.

Tabel 3. Prosentase jenis kelamin responden

Jenis Kelamin	Jumlah (orang)	Presentase
Laki-laki	34	85%
Perempuan	6	15%

Mutu Layanan

A. Secara Umum

Tabel 4. Tabel mean P-E secara umum

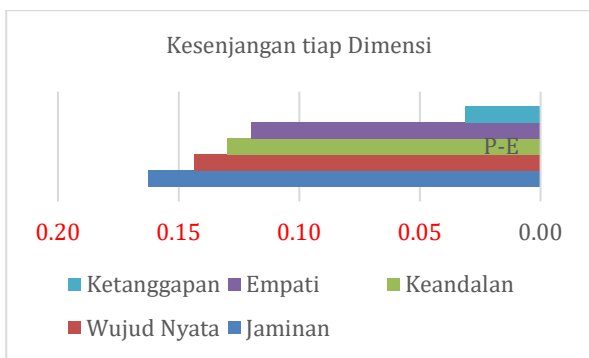
Mean P-E
-0.12

Mean P-E secara keseluruhan mempresentasikan kualitas layanan yang ada di studio musik voz secara umum. Kesenjangan antara harapan dengan persepsi sebesar -0,12. Tanda minus berarti harapan pelanggan lebih tinggi dari persepsi mereka terhadap kualitas layanan, sedangkan angka 0,12 merupakan cerminan sejauh mana kesenjangan antara harapan dan persepsi pengunjung terhadap kualitas layanan studio musik voz berdasarkan skala bipolar 5.

B. Tiap Dimensi

Tabel 4. Tabel kesenjangan dimensi

No	Dimensi	P	E	P-E	Urutan Berdasarkan P-E
1.	Wujud Nyata	3.8875	4.03125	-0.14375	2
2.	Keandalan	4.32	4.45	-0.13	3
3.	Ketanggapan	4.26875	4.3	-0.03125	5
4.	Jaminan	4.13125	4.29375	-0.1625	1
5.	Empati	3.695	3.815	-0.12	4



Gambar 6. Grafik kesenjangan dimensi

Kualitas Layanan pada tiap dimensi dinyatakan dengan P-E dari tiap dimensi yaitu wujud nyata, keandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati.

1. Kesenjangan antara harapan dan persepsi pelanggan paling tinggi terdapat pada dimensi jaminan yaitu sebesar -0,16. Apabila dilihat dari harapan serta persepsi pengunjung terhadap dimensi ini, harapan dan persepsi pengunjung sama-sama berada di atas angka 4 yang berarti harapan dan persepisnya tinggi, sehingga dapat diartikan bahwa item-item dalam dimensi ini sangat diharapkan oleh

pengunjung namun persepsi pengunjung menyatakan bahwa layanan yang diberikan belum sesuai harapan dengan kesenjangan sebesar -0,16.

2. Kesenjangan paling rendah terdapat pada dimensi ketanggapan yaitu sebesar -0,03. Harapan pada dimensi ini tinggi yaitu sebesar 4,3 yang berarti item-item dalam dimensi ini sangat diharapkan oleh pengunjung, sedangkan persepsi sebesar 4.26875 sehingga didapati harapan lebih tinggi daripada persepsi namun kesenjangan cukup kecil karena layanan yang diberikan sudah hampir memenuhi harapan pelanggan.
3. Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan terbaik terdapat pada dimensi ketanggapan, sedangkan kualitas layanan terburuk pada dimensi jaminan.

C. Kesenjangan antara harapan dan persepsi

Tabel 5. Tabel kualitas layanan studio musik voz

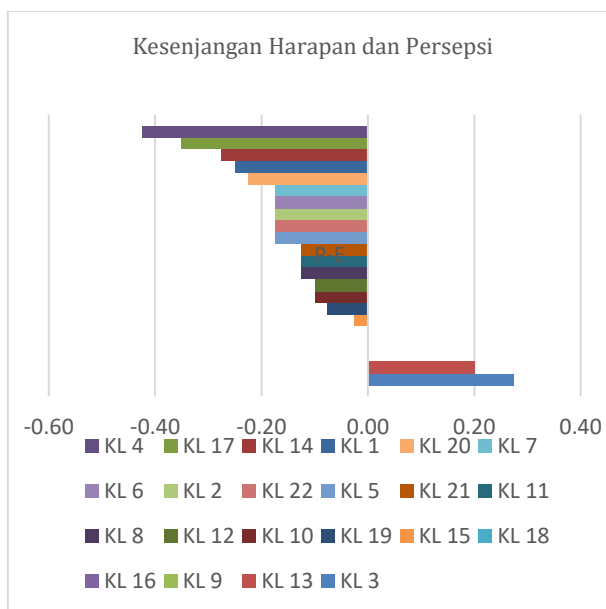
No item	P	E	P-E
<i>Wujud Nyata</i>			
KL 1	4.10	4.35	-0.25
KL 2	3.90	4.08	-0.18
KL 3	3.60	3.33	0.28
KL 4	3.95	4.38	-0.43
<i>Keandalan</i>			
KL 5	4.30	4.48	-0.18
KL 6	4.35	4.53	-0.18
KL 7	4.35	4.53	-0.18
KL 8	4.30	4.43	-0.13
KL 9	4.30	4.30	0.00
<i>Ketanggapan</i>			
KL 10	4.28	4.38	-0.10
KL 11	4.23	4.35	-0.13
KL 12	4.38	4.48	-0.10
KL 13	4.20	4.00	0.20
<i>Jaminan</i>			
KL 14	4.00	4.28	-0.28
KL 15	4.30	4.33	-0.03
KL 16	4.35	4.35	0.00
KL 17	3.88	4.23	-0.35
<i>Empati</i>			
KL 18	3.25	3.25	0.00
KL 19	3.45	3.53	0.07
KL 20	3.78	4.00	-0.23
KL 21	3.85	3.98	-0.13
KL 22	4.15	4.33	-0.18

Keterangan:

Warna merah paling tinggi

Warna biru paling rendah

KL = Kualitas layanan



Gambar 7. Grafik kesenjangan item

Berdasarkan tabel dan diagram tersebut,

1. Kesenjangan tertinggi terdapat pada kualitas layanan no 4 sebesar -0,43 yang berarti nilai negatif mendefinisikan harapan pelanggan lebih tinggi dari persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan studio musik voz. Apabila dilihat dari ekspektasi item no 4 sebesar 4,38 maka dapat diartikan bahwa item no 4 yaitu penampilan fasilitas fisik studio (kebersihan, akustik ruangan dll) sangat diharapkan oleh pelanggan. Persepsi pelanggan sebesar 3,95 lebih rendah dari harapan pelanggan yang artinya layanan yang diberikan belum bisa memenuhi harapan pelanggan.

Berdasarkan uraian tersebut, item no 4 yaitu penampilan fasilitas fisik studio (kebersihan, akustik ruangan dll) sangat penting dan merupakan inti layanan persewaan studio musik.

2. Kesenjangan terendah terdapat pada kualitas layanan no 3 sebesar 0,28 yang berarti nilai positif menyatakan bahwa persepsi melebihi harapan atau dapat diartikan bahwa kualitas layanan yang diberikan melebihi keinginan pelanggan. Hal ini terjadi karena harapan pengunjung sebesar 3,33 dengan artian item no 3 yaitu kerapian pakaian yang dikenakan oleh karyawan tidak lebih diharapkan daripada item-item yang lain, dan persepsinya sebesar 3,6 yang juga tidak sebaik persepsi pada item-item lain.

Hal tersebut membuktikan bahwa item no 3 bukan merupakan inti dari layanan persewaan studio musik, atau dapat dikatakan bahwa kerapian karyawan bukan merupakan suatu hal yang penting di mata pelanggan studio musik voz.

3. Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan terbaik terdapat pada kualitas layanan item no 3 sebesar 0,28, sedangkan kualitas layanan terburuk terdapat pada item no 4 sebesar -0,43.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan analisis data dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan yang diberikan studio musik voz tertinggi dan terendah terdapat pada dimensi wujud nyata yaitu item nomor tiga tentang seragam karyawan. Pelanggan merasa bahwa pakaian yang dikenakan karyawan melebihi ekspektasi mereka. Apabila dilihat dari jenis layanan yang ditawarkan dan jenis konsumennya yaitu musisi yang ada di Yogyakarta, pelanggan cenderung tidak mementingkan seragam yang digunakan karyawan. Kualitas layanan terendah terdapat pada item nomor empat yaitu tentang penampilan fasilitas fisik studio musik sesuai dengan jenis pelayanan yang disediakan (kebersihan, akustik ruangan dll). Pelanggan mengharapkan penyediaan fasilitas yang lebih baik lagi dari studio musik voz. Oleh karena itu, peningkatan fasilitas akan meningkatkan kepuasan, loyalitas dan kesetiaan pelanggan.

Apabila dilihat dari dimensi kualitas layanan yang ada, kualitas layanan tertinggi terdapat pada dimensi ketanggapan. Hal ini dapat diartikan bahwa pelanggan paling puas dengan ketanggapan karyawan terhadap permasalahan yang terjadi pada pelanggan saat menggunakan layanan. Kualitas layanan terendah terdapat pada dimensi jaminan. Hal ini dapat diartikan bahwa studio musik voz perlu meningkatkan kualitas layanan yang dapat memberikan rasa aman ketika menggunakan layanan tersebut.

Berdasarkan kesenjangan harapan dan persepsi pelanggan pada setiap item, penyediaan peningkatan fasilitas studio menjadi hal yang sangat penting untuk meningkatkan kualitas layanan, namun peningkatan fasilitas studio tentu membutuhkan biaya yang cukup besar. Peningkatan kualitas layanan akan sangat memperhatikan biaya yang perlu dikeluarkan dengan anggaran yang ada. Oleh karena itu, terdapat beberapa rekomendasi yang diusulkan kepada studio musik voz berdasarkan kepuasan pelanggan pada tiap dimensi untuk meningkatkan kualitas layanan dengan mempertimbangkan biaya (cost) sebagai berikut:

Rekomendasi

1. Dilihat dari kualitas layanan tiap dimensi yang dinyatakan dalam kesenjangan P dan E, maka dimensi yang sangat perlu ditingkatkan kualitas layanannya yaitu dimensi jaminan mengingat kesenjangan paling tinggi dibandingkan dimensi yang lain. Item-item dimensi jaminan dengan kesenjangan cukup tinggi adalah item no 14 yaitu kemampuan karyawan yang terpercaya sesuai jenis layanan dan item no 17 yaitu dukungan perusahaan terhadap kinerja karyawan (berupa bantuan teknis pelaksanaan kerja, pelatihan yang menunjang keprofesionalitasan karyawan) sehingga rekomendasi yang peneliti berikan yaitu dengan mengadakan evaluasi kerja karyawan secara

berkala sembari berlibur agar dapat men-charge kembali semangat karyawan dan meningkatkan loyalitas karyawan terhadap perusahaan, kemudian mengikutsertakan karyawan pada training/workshop audio maupun training/workshop pengoperasian alat. Sertifikat training/workshop dapat dipajang di studio sehingga menambah kepercayaan pelanggan terhadap keprofesionalitasan karyawan.

2. Untuk meningkatkan kualitas layanan item no 15 yang masih termasuk dalam dimensi jaminan yaitu rasa aman kepada pelanggan ketika melakukan transaksi, maka perusahaan dapat meningkatkan kemudahan transaksi secara online seperti ovo dan gopay sehingga transaksi tercatat secara otomatis dan meningkatkan rasa aman pelanggan ketika bertransaksi. Dapat juga menambahkan software mesin kasir dalam gadget sehingga pencatatan pembayaran dapat terdokumentasi secara rapi dan jelas sehingga meningkatkan rasa aman pelanggan ketika melakukan transaksi.

DAFTAR PUSTAKA

- Parasuraman, A.; Zeithaml, V.A.; Berry, L.L. Servqual: A multiple-item scale for measuring consumer perc. *J. Retail.* 1988, 64, 12.
- Midor, K., & Kučera, M. (2018). Improving the Service with the Servqual Method. *Management Systems in Production Engineering*, 26(1), 60–65.
- Nuridin, S. M. (2018). Effect of service quality and quality of products to customer loyalty with customer satisfaction as intervening variable in PT. nano coating Indonesia. *International Journal of Business and Applied Social Science*, 4(1), 19-31.
- Shafiq, A., Mostafiz, M. I., & Taniguchi, M. (2019). Using SERVQUAL to determine Generation Y's satisfaction towards hoteling industry in Malaysia. *Journal of Tourism Futures*, 5(1), 62–74.
- Sugiyono.(2011). *Metode Penelitian Pendidikan*. Alfabeta, Bandung.
- Suminar, Ratna. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen Hypermarket. *Jurnal Sekretari*, 4(1), 1-27.