

**SKRIPSI**

**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN PADA JASA  
DEKORASI PERNIKAHAN DENGAN METODE SERVICE QUALITY  
(SEVQUAL) DAN IMPORTANCE PERFORMA ANALYSIS (IPA)  
(STUDI KASUS : RUSTIC DECORATION MEDAN)**

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat-syarat Memperoleh Gelar  
Sarjana Teknik Industri

Oleh

**FACHRIZA IKHSAN TARIGAN**

**NPM : 71180914023**



**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNIK  
UNIVERSITAS ISLAM SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2025**

**UNIVERSITAS ISLAM SUMATERA UTARA**

**FAKULTAS TEKNIK**

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI**

**MEDAN**

**CATATAN ASISTENSI PROPOSAL SKRIPSI**

Nama : Fachriza Ikhsan Tarigan  
Npm : 71180914023  
Pembimbing I : Ir. Siti Rahma Sibuea, M.Si  
Judul Tugas Khusus : “ Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Dekorasi Pernikahan Dengan Metode Service Quality (Sevqual) Dan Importance Performa Analysis (IPA) (Studi Kasus : Rustic Decoration Medan) ”

NO	HARI/TANGGAL	JENIS KEGIATAN	PARAF

Ketua Program Studi  
Teknik Industri,

Medan, Desember 2024  
Pembimbing I

Wirda Novarika AK, ST, MM

Ir. Siti Rahma Sibuea, M.Si

**UNIVERSITAS ISLAM SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS TEKNIK**  
**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI**  
**MEDAN**

CATATAN ASISTENSI PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Fachriza Ikhsan Tarigan  
Npm : 71180914023  
Pembimbing II : Mahrani Arfah, ST, M.MT  
Judul Tugas Khusus : “Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Dekorasi Pernikahan Dengan Metode Service Quality (Sevqual) Dan Importance Performa Analysis (IPA) (Studi Kasus : Rustic Decoration Medan) ”

NO	HARI/TANGGAL	JENIS KEGIATAN	PARAF

Ketua Program Studi  
Teknik Industri,

Medan, Desember 2024  
Pembimbing II

Wirda Novarika AK, ST, MM

Mahrani Arfah, ST, M.MT

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga Penulisan Skripsi berjudul " Analisis Tingkat Kepentingan Dan Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Jasa Dekorasi Pernikahan (Studi Kasus : *Rustic Decoration Medan*) " ini dapat diselesaikan dengan baik.

Adapun tujuan penulisan skripsi ini adalah sebagai syarat untuk mencapai derajat Strata 1 (S1) pada program studi Teknik Industri Fakultas Teknik di Universitas Islam Sumatera Utara. Dalam Penelitian ini penulis banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Ir. Siti Rahma Sibuea, M.Si selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, arahan serta masukan kepada penulis dalam penyelesaian laporan skripsi ini.
2. Ibu Mahrani Arfah, ST, M.MT selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, arahan serta masukan kepada penulis dalam penyelesaian laporan skripsi ini.
3. Ibu Wirda Novarika AK, ST. MM, selaku Ketua Prodi Teknik Industri, Fakultas Teknik Universitas Islam Sumatera Utara
4. Kepada semua pihak yang terkait pada *Rustic Decoration Medan* yang telah memberikan kesempatan bagi penulis untuk melakukan penelitian dan bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan informasi-informasi yang penulis butuhkan untuk pengerjaan laporan skripsi ini.
5. Kedua orang tua saya yang tiada hentinya mendukung penulis baik secara moril maupun materil dan mendoakan penulis selama pengerjaan laporan skripsi dari awal hingga akhir.
6. Teman-teman Angkatan 2018 yang telah memberikan support kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini

Penulis menyadari bahwa laporan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan dikarenakan keterbatasan waktu serta kemampuan yang dimiliki oleh penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang sifatnya membangun demi kesempurnaan laporan skripsi ini.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih dan rasa hormat yang sebesar- besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini. Semoga Skripsi ini bisa memberikan manfaat bagi kita semua terutama bagi penulis dan juga bagi teman-teman mahasiswa Teknik Industri khususnya.

Medan, Juli 2025

Fachriza Ikhsan Tarigan

71180914023



## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>vii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	I-1
1.2 Rumusan Masalah .....	I-2
1.3 Tujuan Penelitian .....	I-3
1.4 Manfaat Penelitian .....	I-3
1.5 Batasan dan Asumsi .....	I-3
1.6 Sistematika Penulisan .....	I-6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Kualitas Jasa.....	II-1
2.1.1 Kualitas .....	II-7
2.1.2 Kualitas Layanan.....	II-12
2.2 Kepuasan Pelanggan .....	II-15
2.3 Konsep <i>Importance Performance Analysis</i> .....	II-17
2.4 Model SERVQUAL .....	II-18
2.5 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan dan Ekspektasi Pelanggan .....	II-19
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	III-1
3.2 Langkah Penelitian.....	III-1
3.3 Tahap Persiapan Penelitian .....	III-4
3.4 Tahap Pengumpulan Data .....	III-4
3.5 Pengolahan Data .....	III-6
3.5.1 IPA .....	III-6
3.5.2 SERVQUAL .....	III-7

3.6	Analisa dan Evaluasi .....	III-9
3.7	Kesimpulan dan Saran .....	III-9

#### **BAB IV PENGUMPULAN DATA DAN PENGOLAHAN DATA**

4.1	Profil Perusahaan .....	IV-1
4.2	Pengumpulan Data .....	IV-1
4.2.1	Dimensi dan Pertanyaan Persepsi (X).....	IV-2
4.2.2	Dimensi dan Pertanyaan Harapan .....	IV-2
4.2.3	Uji Kecukupan Data.....	IV-3
4.3	Pengolahan Data .....	IV-20
4.3.1	Uji Validitas Variabel Persepsi (X) .....	IV-20
4.3.2	Uji Validitas Variabel Harapan (Y) .....	IV-22
4.3.3	Uji Reabilitas Variabel Persepsi (X).....	IV-25
4.3.4	Uji Reabilitas Variabel Harapan (Y).....	IV-26
4.3.5	Analisa Tingkat Kesesuaian ( X vs Y).....	IV-28
4.3.6	Tingkat Kesesuaian <i>Tangible</i> .....	IV-28
4.3.7	Tingkat Kesesuaian <i>Reliability</i> .....	IV-29
4.3.8	Tingkat Kesesuaian <i>Responsiveness</i> .....	IV-29
4.3.9	Tingkat Kesesuaian <i>Assurance</i> .....	IV-30
4.3.10	Tingkat Kesesuaian <i>Empathy</i> .....	IV-30
4.3.11	Perhitungan <i>Customer Satisfaction Index</i> .....	IV-32

#### **BAB V ANALISA DAN EVALUASI**

5.1	Analisa .....	V-1
5.1.1	Analisa Tingkat Kesesuaian Pelayanan .....	V-1
5.1.2	<i>Customer Satisfaction Index</i> .....	V-1
5.1.3	IPA .....	V-1
5.2	Evaluasi.....	V-3

#### **BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN**

6.1	Kesimpulan .....	VI-1
6.2	Saran .....	VI-2

**DAFTAR PUSTAKA.....**

**LAMPIRAN.....**

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 2.1 Interpretasi Nilai CSI .....	22
Tabel 4.1 Dimensi dan Pertanyaan Pada Variabel Persepsi (X) .....	36
Tabel 4.2 Dimensi dan Pertanyaan Pada Variabel Harapan (Y) .....	37
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi (X) .....	42
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Harapan (Y) .....	42
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Persepsi (X) .....	43
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harapan (Y) .....	43
Tabel 4.9 Tingkat Kesesuaian Layanan Pada Dimensi Tangible .....	44
Tabel 4.10 Tingkat Kesesuaian Layanan Pada Dimensi Reliability .....	45
Tabel 4.11 Tingkat Kesesuaian Layanan Pada Dimensi Responsiveness .....	46
Tabel 4.12 Tingkat Kesesuaian Layanan Pada Dimensi Assurance .....	47
Tabel 4.13 Tingkat Kesesuaian Layanan Pada Dimensi Empathy .....	48
Tabel 4.14 Perhitungan Customer Satisfaction Index (CSI) .....	50

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 2.1 Analisis Kuadran IPA .....	16
Gambar 2.2 Model Konsep SERVQUAL .....	18
Gambar 3.1 Flowchart Penelitian .....	21
Gambar 3.2 Flowchart Pemecah Masalah .....	23
Gambar 5.1 Diagram Kartesius .....	55

## DAFTAR PUSTAKA

- Mosadeghrad, A. M. 2013. *Occupational Stress and Turnover Intention: Implications for Nursing Management. International Journal of Health Policy dan Management*, 1(2), 169–176.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management Sixteenth* (16th ed.). United Kingdom: Pearson Education Limited.
- Halim, F. et.al. (2021). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Kotler, Philip., dan Gary Armstrong (2021), *Principles of Marketing*, 18th Edition, England: Pearson Global Edition.
- Felix, R. (2017). *Service Quality and Customer Satisfaction in Selected Banks in Rwanda*. Business & Financial Affairs, 5.
- Ong, I. A., & Sugiharto, S. (2013). Analisa Pengaruh Strategi Diferensiasi, Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Di Cincin Station Surabaya. *Manajemen Pemasaran*, 1(2), 1–11.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *What Are Services?* (7th ed.). Mc Graw Hi Education.
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*. Yogyakarta: ANDI
- Maulana, A. S. (2016). *The Influence Of Service Quality And Price On Customer Satisfaction* PT. TOI. *Jurnal Ekonomi* , 113-125.
- Hidayat, Arief. et al. 2017. *The Effect of Product Quality, Service Quality and Attributes Related to Service as Brand Switching Anticipation and Their Implication on Customers' Satisfaction* (Empirical Study on The Customers of Clean Water in Nizam Zachman Ocean Fisheries Port Area – Jakarta). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 16 (3). 203-220.

## **KUESIONER PENELITIAN**

### **ANALISIS TINGKAT KEPENTINGAN DAN KEPUASAN PELANGGAN PADA PERUSAHAAN JASA DEKORASI PERNIKAHAN (STUDI KASUS : RUSTIC DECORATION MEDAN)**

Kepada Yth. Bapak/Ibu/Saudara/Saudari Pelanggan Pada Rustic Decoration Medan Medan Tembung Kota Medan Sumatera Utara. Dengan Ini Mohon Bantuannya Dapat Mengisi Kuisisioner Penelitian Berikut Ini Dengan Sejujur-Jujurnya Untuk Kebutuhan Penelitian Sripsi Yang Harus Diselesaikan Pada Fakultas Teknik Prodi Teknik Industri Universitas Islam Sumatera Utara Yang Berjudul “ Analisis Tingkat Kepentingan Dan Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Jasa Dekorasi Pernikahan (Studi Kasus : Rustic Decoration Medan) “. Data Bapak/Ibu/Saudara/Saudari Akan Dijaga Kerahasiannya. Atas Bantuannya Saya Ucapkan Terima Kasih

#### **A. Identitas Responden**

Umur                    :  
Jenis Kelamin       :  
Tanggal                :

#### **B. Petunjuk Pengisian Kuisisioner**

Berilah tanda ceklis (✓) pada kolom yang tersedia dan pilih sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Ada empat alternatif jawaban dalam bentuk skala rating, yaitu:

- 1) Skala 1 : Sangat Tidak Setuju
- 2) Skala 2 : Cukup Tidak Setuju
- 3) Skala 3 : Setuju
- 4) Skala 4 : Cukup Setuju
- 5) Skala 5 : Sangat Setuju

## KUESIONER PENELITIAN

### ANALISIS TINGKAT KEPENTINGAN DAN KEPUASAN PELANGGAN PADA PERUSAHAAN JASA DEKORASI PERNIKAHAN (STUDI KASUS : RUSTIC DECORATION MEDAN)

No	Dimensi	Pertanyaan	Nilai				
			1	2	3	4	5
1	<b>Tangible</b> <b>(Bukti Fisik)</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Kebersihan dan kerapian dekorasi selama acara berlangsung</li><li>2. Penampilan Fisik peralatan dan bahan dekorasi</li><li>3. Ketersediaan Fasilitas pendukung seperti kursi, meja dan lampu dekorasi</li><li>4. Desain dekorasi yang sesuai dengan trend dan tema yang diinginkan pelanggan</li></ol>					
2	<b>Reliability</b> <b>(Keandalan)</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Ketepatan Waktu dalam menyelesaikan sesuai dengan jadwal yang dijanjikan</li><li>2. Kesesuaian hasil dekorasi dengan konsep yang telah disepakati</li><li>3. Konsistensi Kualitas Layanan Dekorasi pada setiap acara</li></ol>					
3	<b>Responsiveness</b> <b>(Daya Tanggap)</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Kecepatan tanggapan dari permintaan atau perubahan mendadak dari pelanggan</li><li>2. Kesiapan karyawan untuk membantu selama proses dekorasi berlangsung</li><li>3. Kemampuan karyawan untuk merespons keluhan pelanggan dengan cepat dan tepat</li></ol>					

4	<b>Assurance (Jaminan)</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengetahuan dan keterampilan karyawan dalam memberikan informasi terkait dekorasi</li> <li>2. Sikap ramah dan sopan dari karyawan kepada pelanggan</li> <li>3. Rasa aman yang dirasakan pelanggan terhadap layanan <i>Rustic Decoration Medan</i></li> </ol>					
5	<b>Empathy (Empati)</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pemahaman karyawan terhadap kebutuhan dan preferensi khusus pelanggan</li> <li>2. Kemudahan Komunikasi dengan pihak <i>Rustic Decoration Medan</i> selama proses pemesanan hingga pelaksanaan</li> <li>3. Perhatian Khusus yang diberikan kepada pelanggan tanpa membeda – bedakan pelanggan</li> </ol>					