



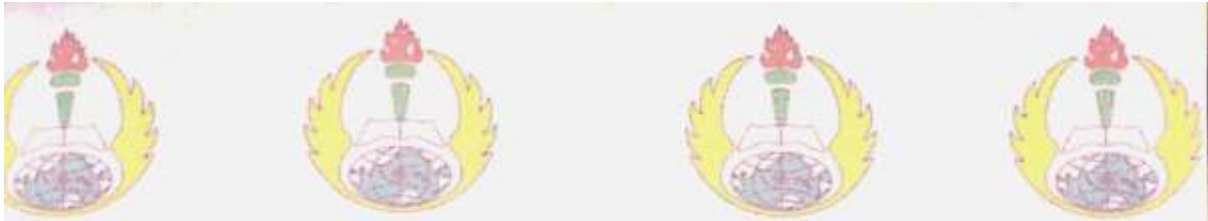
UNIVERSITAS PGRI  
**ADI BUANA**  
SURABAYA

## SKRIPSI

**ANALISA PENGEMBANGAN BRAND EQUITY DENGAN  
PENDEKATAN METODE KANO DI RUMAH CANTIK ALAMANDA  
CABANG SIDOARJO**

**DESSA PUTRI NILAMSARI  
NIM. 163700096**

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNIK  
UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA  
2020**



**Lembar Persetujuan Pembimbing**



**Tugas Akhir ini Dinyatakan Siap diujikan  
Surabaya, 23 Juli 2020  
Pembimbing,**



**( Ir. Titik Koesdijati, M.T.)**



**Lembar Persetujuan Panitia Ujian**

**Tugas Akhir ini telah disetujui oleh Panitia Ujian Tugas Akhir  
Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknik  
Pada tanggal 29 Juli 2020**

**Panitia Ujian,**

**Ketua : Yunia Dwie Nurcahyanie, ST., MT.**

**Dekan**

**Sekretaris : M. Nushron Ali M, ST., MT.**

**Ketua Jurusan/Prodi**

**Anggota : Drs. H. Djoko Adi Waluyo, ST., MM, DBA.**

**Penguji I**

**: Yunia Dwie Nurcahyanie, ST., MT.**

**Penguji II**

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Dessya Putri Nilamsari

NIM : 163700096

Program Studi : Teknik Industri

Judul Tugas Akhir : "Analisa Pengembangan *Brand Equity* Dengan Pendekatan Metode Kano di Rumah Cantik Alamanda Cabang Sidoarjo"

Dosen Pembimbing : Ir. Titik Koedijati, M.T

Menyatakan bahwa Tugas Akhir tersebut adalah bukan hasil menjiplak sebagian maupun keseluruhan, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah disebutkan sumbernya.

Demikian surat pernyataan saya buat dengan sebenarnya

Surabaya, 23 Juli 2020

Dosen Pembimbing

(Ir. Titik Koedijati, M.T)

Mahasiswa,



(Dessya Putri Nilamsari)

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas kehadiran Allah SWT, karena atas ridhoNYA penulis dapat menyelesaikan penulisan Tugas Akhir dengan judul “Analisa Pengembangan *Brand Equity* Dengan Pendekatan Metode Kano di Rumah Cantik Alamanda Cabang Sidoarjo” ini berhasil diselesaikan. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat guna mendapatkan gelar Sarjana Teknik Program Studi Teknik Industri pada Fakultas Teknologi Industri, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.

Ucapan Terima Kasih ditujukan kepada berbagai pihak yang telah memberikan bantuan bimbingan, arahan, saran, dan dukungan dari mulai awal hingga akhir dari penulisan Tugas akhir, terutama disampaikan kepada :

1. Allah SWT dengan segala rahmat serta karunia-Nya yang telah memberikan kekuatan dan kelancaran.
2. Almarhum Ayah yang telah memberikan motivasi dan materi selama hidupnya.
3. Ibu yang telah memberikan dukungan, perhatian, dan materi.
4. Dekan Fakultas Teknik Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
5. Ketua program studi Teknik Industri.
6. Dosen pembimbing Tugas Akhir.
7. Seluruh dosen beserta staf di program studi Teknik Industri.
8. Pihak Rumah Cantik Alamanda Cabang Sidoarjo.
9. Seluruh Rekan Kerja pada PT.MSJ yang memberikan semangat dan motivasi.
10. Seluruh Teman Teknik Industri yang menemani, memberi dukungan dan arahan, khususnya untuk sahabatku Denka, Sabrina, Mimien, dan Edi.
11. Serta masih banyak lagi pihak yang berpengaruh dan yang turut mendoakan kelancaran tugas akhir ini.

Surabaya, 13 Juli 2020

## DAFTAR ISI

Halaman Judul .....	i
Halaman Pengajuan Tugas Akhir .....	ii
Halaman Persetujuan Pembimbing .....	iii
Halaman Pengesahan Berita Acara Ujian .....	iv
Surat Pernyataan Keaslian Tulisan.....	v
Kata Pengantar .....	vi
Daftar Isi .....	vii
Daftar Tabel .....	xi
Daftar Gambar .....	xii
Daftar Lampiran .....	xiii
Abstrak .....	xii

## BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Dan Manfaat .....	3
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	3
1.3.2 Manfaat Penelitian.....	3
1.4 Ruang Lingkup dan Batasan Masalah .....	4

1.4.1 Ruang Lingkup .....	4
1.4.2 Batasan Masalah .....	4

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

2.1 Jasa .....	5
2.1.1 Ciri-ciri Jasa .....	5
2.1.2 Karakteristik Jasa .....	6
2.1.3 Klasifikasi Jasa .....	6
2.1.4 Jenis-jenis Jasa .....	7
2.2 Ekuitas Merek .....	8
2.2.1 Pengertian Merek .....	8
2.2.2 Fungsi dan Manfaat Ekuitas Merek .....	8
2.2.3 Dimensi Ekuitas Merek .....	9
2.3 Kepuasan Pelanggan .....	10
2.3.1 Macam-Macam Kepuasan Pelanggan .....	11
2.3.2 Mengukur Kepuasan Pelanggan .....	11
2.3.3 Faktor-faktor Kepuasan Pelanggan .....	12
2.3.4 Ciri-ciri Pelanggan Merasa Puas .....	13
2.3.5 Manfaat Kepuasan Pelanggan .....	13
2.4 Kano Model .....	14
2.5 Penelitian Terdahulu .....	17

## **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

3.1 Rancangan Penelitian .....	20
3.2 Variabel dan Definisi Operasional Variabel .....	21
3.2.1 Variabel Penelitian .....	21
3.2.2 Definisi Operasional Variabel .....	22
3.3 Tempat dan Waktu Penelitian .....	23
3.3.1 Tempat Penelitian .....	23
3.3.2 Waktu Penelitian .....	23
3.4 Populasi dan Penentuan Sample .....	23
3.5 Metode Pengumpulan Data .....	24

#### **BAB IV HASIL ANALISA DAN PEMBAHASAN**

4.1 Rumah Cantik Alamanda .....	26
4.2 Pengumpulan Data .....	26
4.2.1 Data Responden .....	27
4.2.1.1 Berdasarkan Usia Responden .....	27
4.2.1.2 Berdasarkan Lama Berlangganan .....	28
4.2.1.3 Berdasarkan Jenis Pekerjaan .....	29
4.2.1.4 Berdasarkan Intensitas Penggunaan Jasa .....	30
4.2.1.5 Berdasarkan Pendapatan Perbulan .....	31
4.2.2 Kuisisioner Dengan Model Kano .....	32
4.3 Uji Validitas dan Reabilitas Data .....	36
4.3.1 Uji Validitas .....	36
4.3.2 Uji Reabilitas Data .....	39
4.4 Pengolahan Data .....	40



4.4.1 Pengolahan Data Kuisisioner dalam Metode Kano.....	40
4.4.2 Pemetaan kebutuhan pelanggan ke dalam kuadran Kano .....	44
4.4.3 Menghitung Tingkat Kepentingan Atribut .....	46
4.5 Pembahasan.....	48
4.5.1 Penggunaan Model Kano Untuk meningkatkan Kepuasan pelanggan .....	48
4.5.2 Analisa Pengkategorian Atribut Berdasarkan Model Kano .....	49
4.5.3 Klasifikasi Model Kano.....	50
4.5.4 Pengintegrasian Pengukuran Kepuasan Pelanggan dalam Model Kano.....	53
4.5.5 Kepuasan Pelanggan pengembangan <i>Brand Equity</i> pada Alamanda.....	55

## **BAB V SIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan .....	56
5.2 Saran.....	57

<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	58
-----------------------------	----

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Evaluasi KANO .....	16
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu .....	17
Tabel 3.1 Variabel Penelitian.....	22
Tabel 4.1 Usia Responden.....	28
Tabel 4.2 Lama Berlangganan .....	28
Tabel 4.3 Pekerjaan Responden .....	29
Tabel 4.4 Intensitas Penggunaan Jasa .....	30
Tabel 4.5 Pendapatan Perbulan .....	31
Tabel 4.6 Tabel Evaluasi Kano .....	33
Tabel 4.7 Atribut pelayanan berdasarkan kategori fungsional dan disfungsional	34
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Kuesioner Pertanyaan Fungsional.....	37
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Kuesioner Pertanyaan Disfungsional .....	38
Tabel 4.10 Hasil Uji Reabilitas Pertanyaan Fungsional.....	39
Tabel 4.11 Hasil Uji Reabilitas Pertanyaan disfungsional.....	40
Tabel 4.12 Hasil Pengisian Kuisisioner .....	41
Tabel 4.13 Contoh Klasifikasi ke dalam Tabel Kano .....	42
Tabel 4.14 Kategori klasifikasi atribut menurut jawaban responden.....	43
Tabel 4.15 Hasil Perhitungan <i>Cs-Coefficient</i> .....	45
Tabel 4.16 Hasil Perhitungan Tingkat Kepentingan Atribut .....	47
Tabel 4.17 Hasil perhitungan <i>Cs-Coefficient</i> dan tingkat kepentingan.....	50

Tabel 4.18 Perbaikan Kualitas dengan Model Kano.....	51
--	----

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Dimensi Brand Equity-----	9
Gambar 2.2 Kano Model-----	14
Gambar 3.1 Alur Penelitian -----	21
Gambar 4.1 Karakteristik pelanggan berdasarkan Usia -----	28
Gambar 4.2 Karakteristik pelanggan berdasarkan lama berlangganan-----	29
Gambar 4.3 Karakteristik pelanggan berdasarkan jenis pekerjaan -----	30
Gambar 4.4 Karakteristik pelanggan berdasarkan intensitas penggunaan jasa ---	31
Gambar 4.5 Karakteristik pelanggan berdasarkan Pendapatan perbulan -----	32
Gambar 4.6 Grafik Tingkat Kepentingan Atribut -----	48
Gambar 4.7 Pemetaan Atribut ke Dalam Kuadran Kano-----	52

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Fungsional dan Disfungsional -----	60
Lampiran 2 Data 40 Responden -----	63
Lampiran 3 Hasil Jawaban Responden Pertanyaan Fungsional Kategori Tangible & Reability -----	64
Lampiran 4 Hasil Jawaban Responden Pertanyaan Fungsional Kategori Responsive, Assurance, dan Empathy -----	65
Lampiran 5 Hasil Jawaban Responden Pertanyaan Disfungsional Kategori Tangible & Reability -----	66
Lampiran 6 Hasil Jawaban Responden Pertanyaan Disfungsional Kategori Responsive, Assurance, dan Empathy -----	67
Lampiran 7 Validasi Fungsional Kategori Tangible -----	69
Lampiran 8 Validasi Fungsional Kategori Reability -----	70
Lampiran 9 Validasi Fungsional Kategori Responsive -----	70
Lampiran 10 Validasi Fungsional Kategori Assurance -----	71
Lampiran 11 Validasi Fungsional Kategori Empathy -----	72
Lampiran 12 Validasi Reliability Fungsional (Pertanyaan Positif) -----	72
Lampiran 13 Validasi Reliability Disfungsional (Pertanyaan Negatif) -----	73
Lampiran 14 Hasil Jawaban Responden Tingkat Kepentingan Atribut -----	74
Lampiran 15 Data Klasifikasi Model Kano -----	75

