PENGARUH KUALITAS JASA DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN SALON FEBRI GRIYA AYU KEDIRI

(Studi Kasus pada Pelanggan Salon Febri Griya Ayu Kediri)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperolah Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
pada Progam Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Nusantara PGRI Kediri

OLEH :

NAVIK ISTIQOMAH

NPM : 11.1.02.02.0064

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

2016

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi oleh:

Navik Istiqomah
NPM: 11.1.02.02.0064

Judul:
PENGARUH KUALITAS JASA DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN SALON FEBRI GRIYA AYU

Telah disetujui untuk Dilanjutkan Kepada
Panitia Sidang Skripsi Jurusan Manajemen
Fakultas Ekonomi UNP Kediri

Tanggal: 12 Desember 2015

Dosen Pembimbing I	Dosen Pembimbing II
Drs. Ec. Ichsanudin,M.M	Poniran Yudho Leksono S.E., M.M
NIDN.0723105703	NIDN. 0704047301

ii

Skripsi Oleh :

NAVIK ISTIQOMAH
NPM: 11.1.02.02.0064

Judul :

PENGARUH KUALITAS JASA DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN SALON FEBRI GRIYA AYU
(Studi kasus pada Salon Febri Griya Ayu Kediri)

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri
Pada tanggal:4Februari 2016

Dan Dinyatakan telah memenuhi persyaratan

Panitia Penguji:

1. Ketua :Ema Nurzaimul Hakimah,S.E., M.M
2. Penguji I :Dr.H Samari SE.,MM
3. Penguji II :Poniran Yudho Leksono SE.,M.M

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. Subagyo
NIDN. 0717066601

iii

PENGARUH KUALITAS JASA DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN SALON FEBRI GRIYA AYU KEDIRI

Navik Istiqomah
11.1.02.02.0064
Ekonomi - Manajemen
navikistiqomah42@gmail.com
Drs. Ec. Ichsanudin,M.M dan Poniran Yudho Leksono S.E., M.M
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Pertumbuhan bisnis dalam beberapa tahun terakhir ini diwarnai dengan berbagai macam persaingan di segala bidang, tidak terkecuali pada bisnis salon kecantikan. Perkembangan ini diketahui dengan meningkatnya jumlah bisnis salon kecantikan yang semakin banyak berkembang dari tahun ke tahun. Kualitas jasa dan kepuasan pelanggan merupakan kunci dari strategi pemasaran guna nenarik calon pelanggan untuk menjadi pelanggan tetap.

Permasalahan penelitian ini adalah: (1) Apakah ada pengaruh kualitas jasa terhadap loyalitas pelanggan Pelanggan Salon Febri Griya Ayu Kediri? (2) Apakah ada pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Pelanggan Salon Febri Griya Ayu Kediri? (3) Apakah ada pengaruh kualitas jasa dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Salon Febri Griya Ayu Kediri?

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner. Sampel yang digunakan adalah sebanyak 60 responden. Teknik analisis data menggunakan uji validitas, uji realibilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji f,uji t dan koefisien determinasi.

Berdasarkan hasil analisis deperoleh hasilkualitas jasa (X1) mempunyai koefisien regresi 0,241 dan signifikan pada 0,000. kepuasan pelanggan (X2) mempunyai koefisien regresi 0,273 dan signifikan pada 0,000. Variabel kualitas jasa (X1)dan kepuasan pelanggan (X2) mempunyai Fhitung (52,761) > Ftabel (3,159) dengan nilai probabilitas sebesar 0,000 < 0,05.

Kesimpulan hasil penelitian ini adalah: (1) Ada pengaruh kualitas jasa terhadap loyalitas pelanggan Pelanggan Salon Febri Griya Ayu Kediri (2) ada pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Pelanggan Salon Febri Griya Ayu Kediri (3) ada pengaruh kualitas jasa dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Salon Febri Griya Ayu Kediri.

Kata Kunci : *Kualitas Jasa, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan*

LATAR BELAKANG

Usaha jasa salon kecantikan tetap mampu bertahan di masa krisis dikarenakan pada era modernisasi kecantikan merupakan suatu kebutuhan sekunder yang akan mendekati kebutuhan pokok. Kebutuhan akan kecantikan lebih menonjol bagi wanita khususnya kelas sosial menengah keatas. Jasa yang ditawarkan oleh salon kecantikan sangat bervariasi mulai dari perawatan rambut, perawatan wajah, perawatan kaki, dan lain – lain. Penawaran yang bervariasi bertujuan untuk melakukan differensiasi dengan usaha jasa lain yang sejenis. Di samping itu ada beberapa usaha jasa salon kecantikan yang menawarkan perawatan yang lengkap seluruh tubuh.

Oleh karena banyaknya usaha sejenis di bidang jasa salon kecantikan, maka persaingan yang terjadi sangat ketat. Dalam kondisi demikian salon kecantikan perlu melakukan strategi – strategi khusus untuk dapat bertahan dari ketatnya persaingan tersebut.

Penerapan strategi yang dilakukan oleh usaha jasa salon kecantikan banyak sekali, diantaranya adalah strategi produk, strategi harga, dan strategi promosi. Namun dari sekian banyak strategi yang diterapkan oleh usaha jasa salon, pada akhirnya mereka mengharapkan dapat memberikan kepuasan bagi pelanggannya.

Setiap strategi yang diformulasikan untuk mencapai kepuasan pelanggan perlu dilakukan, karena kepuasan pelanggan merupakan kunci utama dari strategi pemasaran. Kepuasan pelanggan selain memberikan dasar bagi pelanggan untuk melakukan pembelian ulang, juga dapat menarik calon pelanggan untuk menjadi pelanggan tetap.

Namun, tercapainya kepuasan pelanggan ini tidak ditentukan oleh perusahaan. Kepuasan ini lebih ditentukan oleh bagaimana penilaian konsumen terhadap kinerja yang dilakukan oleh perusahaan, apakah konsumen merasa puas atau tidak atas pelayanan jasa yang diberikan oleh usaha jasa salon kecantikan.

Berdasarkan pada latar belakang tersebut, maka peneliti melakukan penelitian dengan judul **”Pengaruh Kualitas Jasa dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Salon Febri Griya Ayu Kediri”.**

METODE PENELITIAN

Variabel Penelitian

Identifikasi Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2014:38), bahwa “variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang terbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk mempelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan”.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu

variabel terikat (*dependent variable*) dan variabel bebas (*independent variable*).

Variabel Terikat

Menurut Sugiyono (2014:39) variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Disebut Variabel Terikat karena variabel ini dipengaruhi oleh variabel bebas atau variabel independen. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah Loyalitas Pelanggan (Y).

Variabel Bebas

Menurut Sugiyono (2014:39) variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau variabel yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya Variabel Terikat atau Variabel Dependen. Dinamakan sebagai Variabel bebas karena bebas dalam mempengaruhi variabel lain. Dalam penelitian ini yang menjadi Variabel Bebas adalah Kualitas Jasa (X1) dan Kepuasan Pelanggan (X2).

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu korelasional. Menurut Reksoatmodjo (2007:129) Penelitian dengan korelasional ini merupakan penelitian yang dimaksudkan untuk mengukur tingkat kedekatan hubungan antar variabel-variabel. Teknik tersebut digunakan dengan tujuan mengetahui hubungan antara variabel bebas, kualitas jasa dan kepuasan pelanggan terhadap variabel terikat, loyalitas pelanggan Salon Febri Griya Ayu di kediri.

Pendekatan Penelitian

Metode penelitian mempunyai peranan penting dalam suatu penelitian karena berhasil tidaknya pengujian suatu hipotesis sangat tergantung pada ketepatan dan ketelitian dalam menentukan metode yang digunakan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Arikunto (2006:147) kuantitatif adalah penelitian yang datanya dinyatakan dalam bentuk jumlah atau angka yang dapat dihitung secara sistematik dan di dalam penelitian dilakukan menggunakan rumus statistik.

Tempat dan Waktu Penelitian

Dalam penulisan skripsi ini penulis melakukan penelitian pada pelanggan Salon Febri Griya Ayu Kediri yang beralamat di Jl. Mastip no. 23A Ds. Waung Kec. Mojoroto Kota Kediri. Pelaksanaan penelitian ini pada bulan Oktober sampai dengan November.

Populasi

Populasi adalah “wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan” (Sugiyono, 2014:80).Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah semua pengguna jasa dari Salon Febri Griya Ayu Kediri yang jumlahnya tidak bisa dihitung.

Sampel

Sampel adalah "bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut" (Sugiyono, 2014:81). Sampel diambil karena tidak mungkin peneliti meneliti seluruh anggota populasi. Penarikan sampel dilakukan mengingat keterbatasan waktu, tenaga, dan biaya, menghadapi populasi begitu banyak. Data yang diperoleh dari sampel tersebut kemudian dipelajari dan ditarik kesimpulan dan kesimpulan tersebut berlaku untuk populasi. Karena sampel ini merupakan sebagian jumlah yang mewakili populasi, maka sampel harus benar-benar representatif.

Menurut Roscoe (2014:90), ukuran sampel yang layak berkisar antara 30 dan 500, dan jumlah minimum yang diperkenankan adalah 10 kali jumlah variabel. Dalam penelitian ini terdapat 3 variabel (independen dan dependen), jika dikalikan 10 maka jumlah minimal ada 30 sampel. Dengan dasar perhitungan tersebut maka pada penelitian ini peneliti memutuskan menggunakan 60 responden.

HASIL ANALISIS DATA

Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinearitas

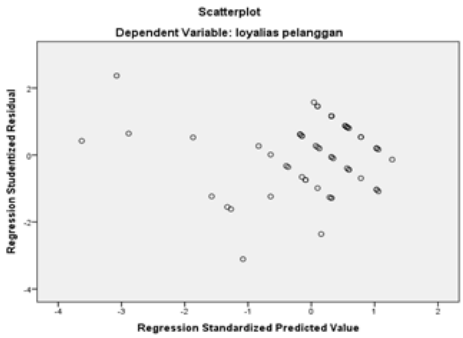
Coefficients[a]

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	kualitas jasa	,661	1,513
	kepuasan pelanggan	,661	1,513

a. Dependent Variable: loyalias pelanggan

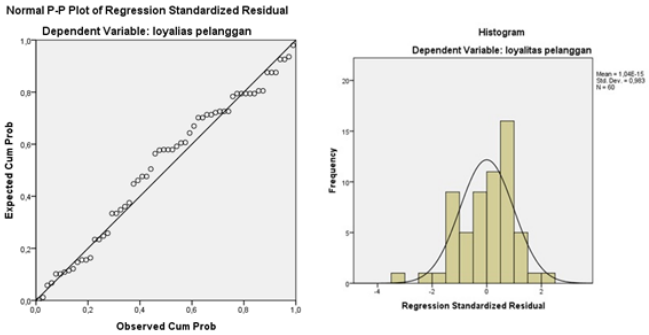
Data primer di olah peneliti, 2015

Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Data primer di olah peneliti, 2015

Uji Normalitas



Sumber : Data primer di olah peneliti, 2015

Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	6,171	2,003
	kualitas jasa	,241	,049
	kepuasan pelanggan	,273	,061

a. Dependent Variable: loyalias pelanggan

Sumber : Data primer di olah peneliti, 2015

Berdasarkan hasil tabel diatas maka dapat dibuat persamaan regresi berganda sebagai berikut : Y = 6,171 + 0,241X1 + 0,273X2

Uji Hipotesis

Uji F (Simultan)

Hasil Uji F
ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	71,810	2	35,905	52,761	,000[b]
	Residual	38,790	57	,681		
	Total	110,600	59			

a. Dependent Variable: loyalias pelanggan
b. Predictors: (Constant), kepuasan pelanggan, kualitas jasa
Sumber : Data primer di olah peneliti, 2015

Berdasarkan hasil analisis uji F diperoleh Fhitung (52,761) > Ftabel (3,159) dengan nilai probabilitas sebesar 0,000 < 0,05. Maka Ho ditolak dan Ha diterima, artinya bahwa variabel kualitas jasa dan kepuasan pelanggan berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan.

Uji t (Parsial)

Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	,883	1,244		,710	,482
Komptensi	,112	,046	,107	2,435	,019
Motivasi	,964	,056	,979	1,234	,000
Kepuasan Kerja	,101	,043	,103	2,359	,023

a. *Dependent Variable:* Y
Sumber : Data primer (Kuisioner), diolah 2015

Berdasarkan tabel di atas maka diketahui bahwa :

1. Variabel kualitas jasa memperoleh nilai thitung (4,895) > ttabel (2,002) dengan nilai probabilitas 0,000 <0,05 yang artinya Ho ditolak dan Ha diterima. Terbukti bahwa kualitas jasa (X¬1) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan (Y).
2. Variabel kepuasan pelanggan memperoleh nilai thitung (4,490) > ttabel (2,002) dengan nilai probabilitas 0,000 <0,05 yang artinya Ho ditolak dan Ha diterima. Terbukti bahwa kepuasan pelanggan (X¬2) berpengaruh terhadap loyalias pelanggan (Y).

Koefisien Determinasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,806[a]	,649	,637	,825

a. Predictors: (Constant), kepuasan pelanggan, kualitas jasa
b. Dependent Variable: loyalias pelanggan
Sumber : Data primer di olah peneliti, 2015

Berdasarkan tabel diatas diketahui nilai Adjust R Square adalah sebesar 0,637. Hal ini menunjukkan besarnya pengaruh kualitas jasa dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan dalah sebesar 64%, berarti masih ada variabel lain yang mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 36%. Akan tetapi variabel tersebut tidak diteliti dalam penelitian ini.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada Salon Febri Griya Ayu Kediri, serta dari teori yang dipelajari, maka dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Dengan meningkatkan kualitas jasa maka loyalitas pelanggan juga akan meningkat. Sehingga berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan diperoleh hasil bahwa kualitas jasa berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Salon Febri Griya Ayu Kediri.
2. Dengan mengutamakan kepuasan pelanggan maka loyalitas pelanggan akan turut meningkat. Sehingga berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan diperoleh hasil bahwa kepusan pelanggan berpengaruh

signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Salon Febri Griya Ayu Kediri.

3. Dengan meningkatkan kualitas jasa dan selalu mengutamakan kepuasan pelanggan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Sehingga berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan diperoleh hasil bahwa kualitas jasa dan kepusan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Salon Febri Griya Ayu Kediri.

Kualitas jasa yang baik dan kepuasan pelanggan yang selalu terpenuhi tentu akan berpengaruh terhadap meningkatnya loyalitas pelanggan. Hal ini tentu saja konsisten dengan teori yang diungkapkan Menurut Shert dan Mittal dalam Fandy Tjiptono (2007:387) mengemukakan loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merk, toko dan pemasok berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang positif.

DAFTAR PUSTAKA

Aaker, David A. 1996. *Building Strong Brands. New York: Free Press.*

Abdul Majid, Suharto, 2009, *Customer Service Dalam Bisnis Jasa Transportasi, Rajawali Press, Jakarta.*

Agus, Sunyoto. (2008). *Manajemen Sumber Daya Manusia, Jakarta: Badan Penerbit IPWI.*

Dharmmesta. B.S. (1999). *Loyalitas Pelanggan: Sebuah Kajian Konseptual Sebagai Panduan Bagi Peneliti. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia.*

Djarwo PS, dan Subagyo, Pangestu. 2005. *Statistik Induktif. Edisi Kelima. Yogyakarta: BPFE.*

Endraswara, Suwardi. 2011. *Metodologi Penelitian Sastra: Epistemologi, Model, Teori, dan Aplikasi. Yogyakarta: Caps.*

Fandy Tjiptono. 2007. *Service, Quality & Satisfaction. Andi: Yogyakarta*

Fandy Tjiptono, 2002, *Strategi Pemasaran, Andy Offset, Yogyakarta*

Fandy Tjiptono,2008, *Strategi Bisnis Pemasaran. Andi. Yogyakarta.*

Gerson, Richard F. 2002. *Mengukur Kepuasan Pelanggan, Cetakan kedua, Jakarta: PPM.*

Gerson, Richard. F. 2004. *Mengukur Kepuasan Pelanggan, PPM, Jakarta.*

Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS, Cetakan IV. Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.*

Husain Umar. 2005. *Manajemen Riset dan Perilaku Konsumen. PT. Gramedia Pusat: Jakarta.*

Husein Umar, 2005. *Metode Penelitian. Jakarta : Salemba Empat*

Kotler, P. & Keller, K.L. (2007). *Manajemen Pemasaran, Ed12. Jilid 2. Penerbit PT Indeks : Jakarta.*

Kotler, P., dan Keller, K. L. 2006. *Marketing Management. Prentice Hall; 12th.*

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, (2006), *Marketing Management, Pearson Education Inc.*

Kotler, Philip, (2000), *Manajemen Pemasaran, PT. Prenhallindo, Jakarta.*

Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol, terj : Hendra Teguh dan Ronny Antonius Rusly, Edisi 9, Jilid 1 dan 2, PT Prenhalindo, Jakarta.*

Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran. Jakarta : Erlangga*

Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.*

Kotler, Phillip, dan Keller. (2007). *Manajemen Pemasaran, Edisi kedua belas. Jilid 1 PT Indeks : Jakarta.*

Parasuraman, A. Valerie, 2001. *(*Diterjemahkan oleh Sutanto*) Delivering Quality Service. The Free Press, New York.*

Rakhmat, Cakra Aditia, 2011. *Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Pelanggan.*

Silvi, Aulia, 2011. *Analisis Pengaruh Kualitas Jasa dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Telkom Speedy di Semarang. Universitas Diponegoro Semarang.*

Sophia, Amaliana,2006. *Pengaruh Kualitas Jasa terhadap Loyalitas Konsumen Pada Hotel Panghear Bandung. Bandung*

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods). Bandung: Alfabeta.*

Sunyoto, Danang. 2013 . *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan Perusahaan. Yogyakarta: CAPS*

Utomo, Priyanto Doyo, 2006, *Analisis Terhadap Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Pada Operator Telepon Seluler. Thesis: Universitas Gadjah Mada*

Yamit, Zulian. (2005). *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa. Edisi Pertama, Cetakan Keempat, Penerbit Ekonisia, Kampus Fakultas Ekonomi UII Yogyakarta.*

Yamit, Zulian. (2005). *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa. Edisi Pertama, Cetakan Keempat, Penerbit Ekonisia, Kampus Fakultas Ekonomi UII Yogyakarta.*

Zeithaml, Valarie A and Mary Jo Bitner. 2000. *Service Marketing. Singapore: McGraw-Hill Companies Inc.*

Zeithaml, Valarie A and Mary Jo Bitner. 2000. *Service Marketing. Singapore: McGraw-Hill Companies Inc.*