PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SALON KECANTIKAN ESHAVANT KEDIRI TAHUN 2016

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)
pada Program Studi Manajemen

OLEH :

REFI RIZKI

NPM :12.1.02.02.0148

FAKULTAS EKONOMI (FE)

UNIVERSITAS NUSANTARA PERSATUAN GURU REPUBLIK INDONESIA

UN PGRI KEDIRI

2016

Skripsi Oleh :

REFI RIZKI

NPM : 12.1.02.02.0148

JUDUL :

PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SALON KECANTIKAN ESHAVANT KEDIRI TAHUN 2016

Telah disetujui untuk diajukan kepada

Panitia Ujian / Sidang Skripsi Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi UN PGRI Kediri

Tanggal : 21 Juli 2016

Pembimbing I	Pembimbing II
Drs. Ec, Ichsanudin M.M	**Gesty Ernestivita, S.S.M.M**
NIDN.0723105703	**NIDN.0720059101**

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi oleh :

REFI RIZKI
NPM : 12.1.02.02.0148

Judul :

PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SALON KECANTIKAN ESHAVANT KEDIRI TAHUN 2016

Telah disetujui untuk diajukan kepada Panitia Ujian/ Sidang Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi UN PGRI Kediri
pada tanggal : 09 Agustus 2016

dan dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji :

1. Ketua : Drs. Ec. Ichsannudin, M.M
2. Penguji I : Bambang Agus Sumantri, S.IP., M.M
3. Penguji II : Gesty Ernestivita, S.S., M.M

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi,

Dr. Subagyo
NIDN. 0717066601

iii

PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SALON KECANTIKAN ESHAVANT KEDIRI TAHUN 2016

Refi Rizki
12.1.02.02.0148
Ekonomi-Manajemen
Refirizki99@gmail.com
Drs. Ec. Ichsannudin,M.Mdan Gesty Ernestivita, S.S.,M.M
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

REFI RIZKI: PENGARUH HARGA, KUALITAS PRDUK, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMENSALON KECANTIKAN ESHAVANT KEDIRI TAHUN 2016. Skripsi, Manajemen, FE UN PGRI Kediri, 2016.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Produk, Kualitas pelayanan, dan Kepuasan Konsumen

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh harga, produk, dan pelayanan yang diberikan oleh salon kecantikan Eshavant belum secara maksimal diberikan kepada para konsumen. Maka dari itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Salon Kecantikan Eshavant Kediri tahun 2016. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, teknik pengumpulan data menggunakan angket/kuesioner.Populasi dalam penelitian ini adalah orang yang berkunjung ke salon kecantikan Eshavant pada bulan Juni 2015-Juli 2016 yang berjumlah 500 orang. Sampel yang diambil sebanyak 60 responden yang menggunakan teknik *Sampling purposive*. Teknik analisi yang digunakan adalah regresi linier berganda, analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesisi menggunakan uji t dan uji F dengan program spss versi 20. Hasil penelitian secara parsial menunjukan dari harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen salon kecantikan Elshavant. Secara simultan harga kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen salon kecantikan Eshavant.

I. Latar Belakang

Sejalandengan perkembangan ekonomi, teknologi, dan budaya di era modern ini, perawatan kecantikan telah menjadi kebutuhan yang dianggap penting bagi sebagian masyarakat khususnya pada kaum wanita. Perawatan kecantikan bukan hanya membuat penampilan menjadi menarik saja, melainkan yang terpenting adalah untuk kesehatan kulit. Kulit yang dirawat secara teratur menjadi lebih bersih, terlihat lebih cerah dan terlihat lebih menarik..

Fenomenatersebut mendukung munculnya banyak salon-salon kecantikan yang menawarkan produk dan jasanya untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan perawatan kecantikan. Dengan banyaknya muncul salon-salon kecantikan maka akan ketat pula persaingan yang terjadi antara para pelaku bisnis salon kecantikan.Puas atau tidak puasnya konsumen ini dipengaruhi oleh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan, dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat.

Hal yang berbeda dirasakan oleh konsumen salon kecantikan Eshavant yang merasakan kinerja dan kualitas pelayanan klinik kecantikan tersebutmasih dibawah harapannya, sehingga muncul rasa ketidakpuasan. Konsumen sering mengeluh akan antrian yang sangat lama ataupun sudah memakai produk sesuai dengan anjuran dari pemilik salon tetapi hasil yang didapat tidak maksimal.

Dari uraian diatas, maka penulis memutuskan untuk melakukan penelitian dengan judul "**Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Salon Kecantikan Eshavant Kediri Tahun 2016.**

II. KAJIAN TEORI DAN HIPOTESIS

A. Kepuasan Konsumen

1. Pengertian Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Tjiptono (2011:26).

Pengukuran kepuasan konsumen merupakan elemen penting dalam menyediakan pelayanan yang lebih baik, lebih

efisien dan lebih efektif.Apabila konsumen merasa tidak puas terhadap suatu pelayanan yang disediakan, maka pelayanan tersebut dapat dipastikan tidak efektif dan efisien.

Apabila konsumen merasa puas atau harapannya sesuai dengan kenyataan yang diharapkan maka konsumen menunjukan besar kemungkinannya untuk kembali menggunakan kembali produk atau produk yang sama. Konsumen yang merasa puas akan lebih cenderung untuk memberikan referensi yang baik terhadap produk atau roduk kepada orang lain. Tidak demikian jika konsumen tersebut tidak puas.Konsumen yang tidak puas dapat melakukan tindakan pengembalian produk atau secara ekstrim dapat engajukan gugatan terhadap perudahaan.

Kepuasan dan ketidakpuasan konsumen akan suatu produk sebagai akibat dari suatu proses penjualan memberikan dampak tersendiri kepada perilaku konsumen terhadap produk tersebut. Bagaiman perilaku konsumen dalam melakukan pembelian kembali, bagaiman konsumen dalam mengekspresikan produk yang dipkainya dan produk yang diperolehnya dan perilaku lain yang menggambarkan reaksi konsumen atas produk dan produk yang telah dirasakan.

Dan kepuasan konsuman selain dipengaruhi oleh pelayanan juga ditentukan oleh kualitas produk, nilai, harga dan faktor-faktor lain yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat.

B. Harga

1. Pengertian Harga

Menurut Tjiptono (2008;151) harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukar agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Harga bisa diungkapkan dengan berbagai istilah, misalnya iuran, tariff, sewa, bunga, premium, upah, dan gaji.

Selanjutnya Kotler dan Armstrong (2009;339) menyatakan bahwa harga adalah sejumlah uang yang dibebankan untuk sebuah produk atau jasa. Lebih luas

lagi, harga adalah jumlah nilai yang konsumen pertukarkan untuk mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa.

Berdasarkan urain pengertian di atas dapat disumpulkan bahwa harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan konsumen untuk mendapatkan barang atau jasa yang diinginkan, guna memenuhi kebutuhannya.

C. Kualitas Produk

1. Pengertian Kualitas Produk

Menurut Cannon, dkk (2008:63) dari sudut pandang pemasaran, kualitas produk berarti kemampuan produk untuk memuaskan kebutuhan atau keinginan pelanggan. Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan.

D. Kualitas Pelayanan

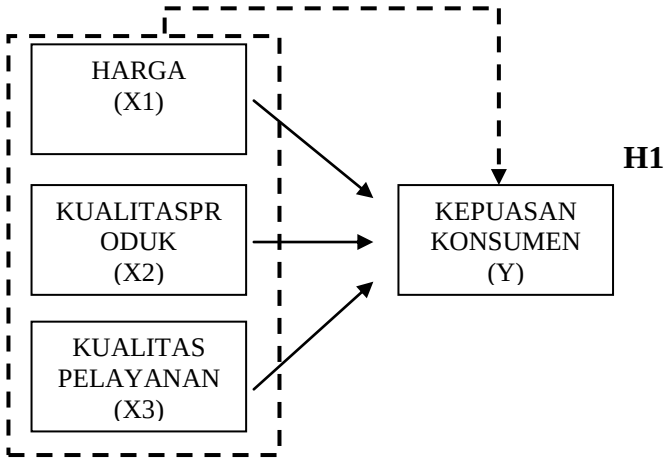
1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Salah satu faktor yang menentukan tingkat keberhasilan perusahaan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan kualitas pelayanan kepada pelanggan.Definisi kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Tjiptono (2008:31). Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan.

Hal ini berarti citra kualitas yang baik bukanlah berdasarkan pada sudut pandang atau persepsi dari penyedia jasa melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi pelanggan.Seringkali juga kita mendengar peribahasa yang menyatakan bahwa pelanggan adalah raja yang harus dilayanan dengan sebaik mungkin.Unggulnya kualitas layanan diharapkan mampu menarik konsumen untuk kembali memiliki kecenderungan melakukan

perawatan ulang terhadap jasa yang ditawarkan.

E. KERANGKA KONSEP



Gambar 2.1

Kerangka Konsep

Keterangan :

⟶ = secara parsial

—··—··→ = secara simultan/bersama-sama

F. Hipotesis Penelitian

Menurut Sugiyono (2008:64) pengertian hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan.Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.

Hipotesis dirumuskan atas dasar kerangka pikir yangmerupakan jawaban sementara atas masalah yang dirumuskan.Penelitian yang merumuskan hipotesis adalah penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif. Berdasarkan landasan teori serta kajian penelitian yang dijelaskan di atas, hipotesis penelitian ini adalah:

H1 : Ada pengaruh yang signifikan antara harga terhadap kepuasan konsumen Salon Kecantikan Eshavant Kediri tahun 2016.

H2 : Ada pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Salon Kecantikan Eshavant Kediri tahun 2016.

H3 : Ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Salon Kecantikan Eshavant Kediri tahun 2016.

H4 : Ada pengaruh yang signifikan antara harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama atau simultan terhadap kepuasan konsumen Salon Kecantikan Eshavant Kediri tahun 2016.

III. METODE PENELITIAN

A. VARIABEL PENELITIAN

1. Identifikasi Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2007:38), variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.

a. Variabel Dependen

Menurut Sugiyono (2007:39), variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah Kepuasan Konsumen(Y).Kepuasan konsumen, yaitu kepuasan perasaan senang atau kecewa antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya.

b. Variabel Independen

Menurut Sugiyono (2007:39), variabel bebas adalah merupakan varibel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat. Variabel independen dalam penelitian ini adalah :

1) Harga (X1)
   Yaitu sejumlah uang yang dibebankan untuk sebuah produk atau jasa.
2) Kualitas produk (X2)
   Yaitu segala sesuatu yang dapat ditawarkan untuk memuaskan suatu kebutuhan dan keinginan.
3) Kualitas Pelayanan (X3)
   Yaitu tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

B. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis penelitian

Jenis peelitian yang digunakan dalam penelitian dalam penelitian ini adalah studi kasus.

2. Pendekatan Penelitian

Dengan permasalahan yang menjadi fokus dalam penelitian ini yaitu Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada maka dalam penelitian ini pendekatan

yang digunakan adalah pendekatan Kuantitatif.

C. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Temapat yang diteliti dalam penelitian ini yakni ada di salon kecantikan Eshavant yang berada tepat dikelurahan bujel kecamatan mojoroto kota kediri

2. Waktu Penelitian

Waktu yang diperlukan dalam penelitian adalah pada tahun 2016, berdasarkan pengerjaan dari awal pengajuan judul sampai penyeleseian skripsi tersebut.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2006:80) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini mengacu pada seluruh konsumen yang mengunakan jasa dan produk dari salon kecantikan Eshavant kediri pada bulan Juni 2015 sampai bulan Juli 2016 yang jumlahnya 500.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2006:81) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Pengukuran sampel merupakan langkah untuk menentukan besarnya sampel yang akan diambil dalam melaksanakan penelitian dalam suatu obyek. Karena jumlah populasi yang finite/atau dapat diketahui maka peneliti mengambil sampel sebanyak 60 orang.Pengambilan sampel tersebut didasarkan pada pendapat Roscoe dalam Sugiyono (2006:90) yang menyatakan bahwa ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai 500 orang.

Dalam pengambilan sampel, peneliti menggunakan metode *nonprobability sampling*. Teknik yang digunakan adalah *Sampling purposive*. *Sampling purposive* merupakan teknik pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu. Sedangkan kriteria sampel dalam penelitian ini sebagai beriku :

a. Konsumen yang menggunakan jasa dan produk kecantikan Eshavant.
b. Konsumen yang menjadi member aktif.
c. Member aktif yang datang dua kali atau lebih dari dua kali dalam seminggu.
d. Member aktif yang bersedia dijadikan responden.

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Kuesioner

a. Uji Validitas

Menurut Umar (2005:167) uji validitas adalah suatu uji yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mampu mengukur apa yang ingin diukur.

b. Uji Reliabilitas

Menurut Nugroho (2005:79), reliabilitas adalah keandalan yang merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab pertanyaan yang merupakan suatu dimensi dari variabel dan disusun dalam bentuk kuisioner.

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Gambaran Umum Subjek Penelitian

Salon Eshavant merupakan salon kecantikan yang berada Jalan Suparjan Mangun Wijaya No. 84 RT: 01 RW: 03 kelurahan Bujel kecamatan Mojoroto Kediri. Salon Ehavant tidak hanya menawarkan jasa seperti salon lainnya yang berada disekitar tempat yang sama yaitu kelurahan bujel, misalnya jasa pemotongan rambut, rebonding maupun jasa salon lainnya. Tetapi salon Eshavant juga menawarkan jasa perawatan kecantikan seperti *facial*, dan juga menawarkan produk sebagai kelanjutan perawatan yang dilakukan disalon.

2. Gambaran Umum Responden

Berdasarkan kuisioner oleh 60 responden tersebut diperoleh profil responden sesuai kelompok usia, jenis kelamin, pekerjaan, dan frekuensi berkunjung. Berikut ini akan disajikan deskripsi masing-masing karakteristik responden :

1. Usia Responden

Responden yang berada diusia <26 sebanyak 33 orang, diusia 26-30 sebanyak 18 orang, sedangkan yang berada diusia >30

sebanyak 9 orang, total ada 60 orang.

2. **Jenis Kelamin Responden**

Responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 10 orang, dan yang berjenis kelamin sebanyak 50 orang, total ada 60 orang.

3. **Pekerjaan Responden**

responden yang bekerja sebagai pelajar sebanyak 5 orang, responden yang bekerja sebagai mahasiswa sebanyak 11 orang, responden yang bekerja sebagai wiraswasta sebanyak 21 orang, dan yang bekerja sebagai ibu rumah tangga sebanyak 23 orang.

4. **Frekuensi Berkunjung Responden**

Responden yang berkunjung du kali sebanyak 31 orang, dan yang berkunjung lebih dua kali sebanyak 29 orang, total ada 60 orang.

3. **Uji Asumsi Klasik**

1. **Uji Normalitas**

menunjukkan tingkat signifikansi sebesar 0,794. Angka ini lebih besar dari α = 0,05, sehingga hasil ini menunjukkan data berdistribusi normal.

2. **Uji Multikolineritas**

variabel Strategi Penetapan Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan memiliki nilai *tolerance* yang lebih besar dari 0,1, yaitu masing-masing sebesar 0,577, 0,269, dan 0,322, sedangkan VIF lebih kecil dari 10, yaitu masing-masing sebesar 1,734, 3,723, dan 3,106. Dengan demikian dalam model ini tidak terdapat multikolinieritas.

3. **Uji Heteroskedastisitas**

Titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini menunjukkan bahwa dalam model regresi ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

4. **Uji Autokorelasi**

nilai Uji *Durbin-Watson* sebesar 1,821. Nilai tersebut dibandingkan dengan nilai tabel d (*Durbin-Watson*) pada taraf signifikansi 0,05 dengan jumlah sampel 60 dan jumlah variabel independen 3 (k=3) diperoleh nilai batas atas (dU) 1,6889. Pengambilan keputusannya yaitu jika d terletak antara dU dan (4-dU), maka hipotesis nol diterima, yang berarti

tidak ada autokorelasi. Diperoleh nilai d sebesar 1,821 nilai (4-1,6889= 2,3115) sehingga dapat dilihat bahwa nilai d (1,821) berada dintara 1,6889 dan 2,3114, jadi dalam persamaan regresi yang digunakan tidak terdapat autokorelasi.

5. **Analisi Regrsi Linier Berganda**

Dari hasil pengolahan data dengan SPSS versi 20 diperoleh hasil koefisien beta yang dimasukkan ke persamaan berikut ini :

$Y = 0,117 + 0,125X_1 + 0,236 X_2 + 0,115 X_3+e$

6. **Analisis Koefisien Determinasi**

nilai*R* adalah sebesar 0,817. Hal ini menunjukan bahwa hubungan variabel bebas dan variabel terikat adalah sempurna.Sementara itu diketahui nilai *Adjust R Square* adalah sebesar 0,667. Hal ini menunjukan besarnya pengaruh strategi penetapan harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen adalah sebesar 64,9%, berarti masih ada variabel lain yang mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 35,1% akan tetapi variabel tersebut tidak diteliti dalam penelitian ini.

7. **Uji Hipotesis**

a. Uji t

b. Pengujian hipotesis 1

diperoleh nilai signifikansi harga 0,007. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya, harga (X_1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y).Kesimpulannya adalah hipotesis yang berbunyi “Ada pengaruh antaraharga terhadap kepuasan konsumensalon kecantikan Eshavant kediri tahun 2016” terbukti kebenarannya.

c. Pengujian hipotesis 2

nilai signifikansi kualitas produk 0,026.Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 berarti H_0 ditolak dan H_2 diterima. Artinya, kualitas produk(X_2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan konsumen(Y).

Kesimpulannya adalah hipotesis yang berbunyi "Ada pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumensalon kecantikan Eshavant kediri tahun 2016" terbukti kebenarannya.

d. Pengujian hipotesis 3

nilai signifikansi periklanan 0,035. Karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 berarti H_0ditolak dan H_3 diterima. Artinya, kualitas pelayanan (X_3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen(Y).Kesimpulannya adalah hipotesis yang berbunyi "Ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumensalon kecantikan Eshavant kediri tahun 2016" tidak terbukti kebenarannya.

1. Uji f (Simultan)

nilai F hitung sebesar 33,441 dengan signifikansi 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi uji F variabel harga (X_1), kualitas produk (X_2), dan kualitas pelayanan (X_3) < 0,05. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya, harga (X_1), kualitas produk (X_2),dan kualitas pelayanan (X_3), secara bersama-sama mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Kesimpulannya adalah hipotesis yang berbunyi "Ada pengaruh antara harga, kualitas produk, dan periklanan secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen salon kecantikan Eshavant kediri tahun 2016" terbukti kebenarannya.

8. **Pembahasan**

1. Pengaruh Hargaterhadap Kepuasan Konsumen

Hasil pengujian terhadap hipotesis 1 menunjukkan bahwa secara parsial strategi penetapan harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.

2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil pengujian terhadap hipotesis 2 menunjukkan bahwa secara parsial kualitas produk

berpengaruh secara signifikan terhadapkepuasan konsumen.Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil pengujian terhadap hipotesis 3 menunjukkan bahwa secara parsial kualitas pelayana berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.

4. Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Secara Simultan terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil pengujian terhadap hipotesis 4 menunjukkan bahwa secara simultan strategi penetapan harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.

V. SIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

A. Kesimpulan

Kesimpulan dari hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya adalah sebagai berikut :

1. Harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.
2. Kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.
3. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.
4. Harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama atau simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

B. Implikasi

Implikasi yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Implikasi Teoritis

Hasil analisis data dalam penelitian ini dapat diambil implikasinya baik teori maupun praktik sebagai berikut :

a. Harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.
b. Kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.
c. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

2. Implikasi Praktis

Harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan pada salon kecantikan Eshavant di kalangan pelajar, mahasiswa pekerja maupun ibu rumah tangga cukup baik.

C. Saran

Saran yang bisa disampaikan dari hasil penelitian yang didapat adalah sebagai berikut :

1. Saran Bagi Perusahaan

   Karena terbukti semua variabel harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, maka salon kecantikan Eshavant harus tetap mempertahankan harga, kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan dari para konsumennya dan bahkan ditingkatkan menjadi lebih baik lagi.

2. Saran Bagi Peneliti Lain

   Berdasarkan dari hasil penelitian ini, diketahui bahwa masih ada pengaruh lain diluar variabel yang ada dalam penelitian ini yaitu sebesar 35,1%, maka pada para peneliti mendatang dapat melakukan penelitian tentang kepuasan konsumen dengan menambahkan jumlah variabel penelitian dan memasukkan faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen yang belum ada dalam penelitian ini agar hasil penelitian dapat lebih maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

Afifah, R. 2014 *Analisis pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan..*

http://eprints.undip.ac.id/39672/1/AFIFAH.pdf di akses pada tanggal 26 April 2016.

Assauri, S. 2011. *Manajemen Pemasaran, Dasar, Konsep, dan Strategi*. Jakarta : Rajawali Pers.

Fitria, A. 2012.*Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merk Samsung Pada mahasiswa Faklutas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri tahun 2014.*

Ghozali, I.2007. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang:Badan Penerbit UniversitasDiponegoro.

Guntur, M. 2010.*Transformasi Manajemen Pemasaran+Membangun Citra Negara*.Cetakan ke satu. Jakarta: Sagung Seto.

Husein, U. 2008. *Metode Penelitian*. Jakarta: Salemba Empat.

Hardianti, R. 2010.*Analisis Pengaruh Kualitas Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Penginapan (Villa) Agrowisata Kebun Teh Pagilaran.* http://eprints.undip.ac.id/22549/HARDIANTI.PDF diakses pada tanggal 26 Mei 2016.

Jayanti, D. 2012. Pengaruh Faktor Pelayanan, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pudakit Indah Kediri.

Kotler, P dan Gary Armstrong. 2001. *Prinsip-Pinsip Pemasaran*.Jilid IEdisi Kedelapan. Jakarta: Erlangga.

Kotler, P & Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen pemasaran*. Edisi 12.Jilid 1 dan 2. Jakarta: Indeks.

Kotler, P. 2005. *Manajamen Pemasaran*.Edisi 11.Jilid 1. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.

Nugroho.2005. *Strategi Jitu Memilih Metode Statistik Penelitian dengan SPSS*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Priyatno, D. 2008. *Mandiri Belajar SPSS untuk Analisis Data & Uji Statistik*.Cetakan Kedua. Yogyakarta: Mediakom.

Sangadji, M dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen- Pendekatan Praktis Disertai*

HimpunanJurnal Penelitian. Yogyakarta: Andi.

Simamora, H. 2008.*Manajemen Pemasaran Internasional*.Jilid II. Jakarta: Salemba Empat.

Sugiyono. 2004.*Metode Penelitian Bisnis*.Bandung: CV. Alfabeta.

Suharsimi, A. 2006.*Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rhineka Cipta.

Sumarwan, U. 2006. *Perilaku Konsumen, Teori & Penerapannya dalam Pemasaran*. Bandung : Ghalia Indonesia, MMA-IPB.

Swasta, B dan T Hani Handoko. 2006.*Manajemen Pemasaran: Analisa dan Perilaku Konsumen.* Yogyakarta: BPFE.

Tanwijaya, M. 2013. *Pengaruh Kualitas Layanan dan Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pipop Copy*.

Tjiptono, F. 2011. Strategi Pemasaran. Edisi Kedua. Cetakan Kelima. Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, F dan Anastasia Diana.2008. *Total Quality Managemen*.(Edisi Revisi). Yogyakarta : Andi Ofsset