

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA SALON KECANTIKAN TIARA SURABAYA

Khoirun Nisa¹

Email: khnisa081@gmail.com

Ilya Farida²

Email: ilya.farida@unitomo.ac.id

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Dr. Soetomo Surabaya, Indonesia

ABSTRAK

Pada era globalisasi saat ini persaingan bisnis semakin pesat. Pada hakikatnya perempuan ingin terlihat menarik. Oleh karena itu sebagai pelaku usaha harus selalu memperhatikan harga, perkembangan dan juga peningkatan kualitas pelayanan setiap tahunnya. Penelitian ini dilatarbelakangi adanya peningkatan dan penurunan, Tiara Nail Art Surabaya mengalami penurunan pada tahun 2020 – 2021 dikarenakan banyaknya pesaing yang mulai membuka bisnis kecantikan salah satunya yaitu nail . dalam penelitian ini Tiara Nail Art berada di tengah fenomena persaingan yang semakin ketat. Tujuan penulisan skripsi ini untuk mengetahui dan menganalisis kepuasan konsumen dan strategi pemasaran dengan membentuk pelanggan yang loyal untuk meningkatkan pasar yang lebih luas melalui harga dan kualitas layanan.

Metode penelitian menggunakan Pendekatan kuantitatif. Populasi sampel adalah 80 Pelanggan Tiara Nail Art Surabaya. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik Purposive sampling. Teknik dan instrumen pengumpulan data menggunakan Kuesioner (Angket) dan Wawancara. Teknik analisis yang digunakan regresi linear berganda. Hasil analisis dapat disimpulkan bahwa variabel Harga dan Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh signifikan secara parsial dan simultan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan Tiara Nail Art Surabaya.

Kata Kunci; Harga; Kualitas Pelayanan; Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

In the current era of globalization, business competition is increasing rapidly. In essence, women want to look attractive. Therefore, as a business actor, you must always pay attention to prices, developments and also improve the quality of service every year. The background of this research is that there has been an increase and decrease, Tiara Nail Art Surabaya has experienced a decline in 2020 – 2021 due to the many competitors who have started to open beauty businesses, one of which is nail. in this study Tiara Nail Art is in the midst of an increasingly fierce competition phenomenon. The purpose of writing this thesis is to find out and analyze customer satisfaction and marketing strategies by forming loyal customers to increase the wider market through price and service quality.

The research method uses a quantitative approach. The sample population is 80 customers of Tiara Nail Art Surabaya. The sampling technique used in this research is purposive sampling technique. Data collection techniques and instruments using questionnaires (questionnaires) and interviews. The analysis technique used is multiple linear regression. The results of the analysis can be concluded that the variable Price and

Service Quality have a significant influence partially and simultaneously on the variable Customer Satisfaction of Tiara Nail Art Surabaya.

Keywords; Price; Service Quality; Customer Satisfaction.

I. LATAR BELAKANG

Pada era globalisasi saat ini persaingan bisnis semakin pesat. terbukti berbagai bisnis jasa banyak dijumpai dalam kehidupan sehari-hari, seperti contoh usaha pada bidang salon kecantikan salah satunya perawatan kuku. Pada hakikatnya perempuan ingin terlihat menarik. Oleh karena itu sebagai pelaku usaha harus selalu memperhatikan harga, perkembangan dan juga peningkatan kualitas pelayanan setiap tahunnya, Persaingan yang semakin pesat menuntut para pelaku usaha mempunyai keunggulan yang kompetitif agar bisa bertahan ditengah meningkatnya persaingan usaha. Faktor penting yang harus diperhatikan ialah harga dan kualitas pelayanan sehingga dapat memberikan kepuasan pada pelanggan.

Bisnis yang pesat pada saat ini salah satunya mengarah pada minat konsumen terhadap jasa kecantikan, penelitian ini bertujuan untuk meneliti minat pelanggan terhadap jasa kecantikan dan pelayanan yang terdapat pada bidang kecantikan tersebut. Bisnis adalah keseluruhan aktifitas bisnis yang terkait dengan penjualan dan pemberian pelayanan kepada pelanggan untuk penggunaan yang sifatnya individu sebagai pribadi maupun keluarga agar bisa berhasil dalam bisnis yang kompetitif, pelaku bisnis harus dapat menawarkan produknya.

Menurut Kotler dan Armstrong (dalam Krisdayanto 2018:3) Harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan atas jasa, atau jumlah nilai yang konsumen tukar dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa. Harga merupakan faktor penting bagi pelanggan dalam mempertimbangkan jasa mana yang akan digunakan. Harga yang ditetapkan harus sesuai dimata pelanggan, karena jika harga terlalu mahal maka pelanggan akan berbalik arah dan lebih memilih berpindah ke salon lain. Kualitas pelayanan juga bisa menjadi perbandingan seseorang, jika pelayanan tidak sesuai dengan harapan pelanggan, maka pelanggan akan memberikan penilaian buruk pada pelayanan yang diberikan oleh salon tersebut. Dapat diketahui bahwa harga dan kualitas pelayanan bagi pelanggan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. minat pelanggan dapat dijadikan tujuan utama bagi perencanaan strategi pemasaran jasa salon kecantikan.

Kualitas pelayanan merupakan penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. Kuncinya adalah menyesuaikan atau melebihi harapan yang mutu jasa yang diinginkan konsumen. Kepuasan konsumen terpenuhi bila proses penyampaian sesuai dengan yang diprersiapkan konsumen.

Kepuasan konsumen Menurut Keller (dalam Juni, 2017). Menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang diperkirakan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan.

Penelitian ini di latar belakanginya adanya peningkatan dan penurunan, Tiara Nail Art Surabaya mengalami penurunan pada tahun 2020 – 2021 dikarenakan banyaknya pesaing yang mulai membuka bisnis kecantikan salah satunya yaitu *nail art*. Dalam penelitian ini Tiara Nail Art berada di tengah fenomena persaingan

yang semakin ketat.

Tujuan penulisan skripsi ini untuk mengetahui kepuasan konsumen dan strategi pemasaran dengan membentuk pelanggan yang loyal untuk meningkatkan pasar yang lebih luas melalui harga dan kualitas layanan. Berdasarkan tabel pendapatan Tiara Nail art Surabaya mengalami peningkatan dan penurunan setiap tahunnya. Pendapatan mengalami penurunan yang signifikan pada tahun 2021, hal ini disebabkan pada tahun 2020-2021 banyak pesaing yang mulai membuka bisnis salon kecantikan salah satunya perawatan kuku sehingga banyak pelanggan yang beralih ke tempat yang lain sehingga terdapat penurunan pelanggan. Maka diperlukan metode yang efektif yaitu mematok harga yang strategis dan mengutamakan kepuasan konsumen untuk meningkatkan daya tarik konsumen kembali. Salon Kecantikan Tiara Surabaya dalam menjual jasa juga memperhatikan faktor harga sesuai.

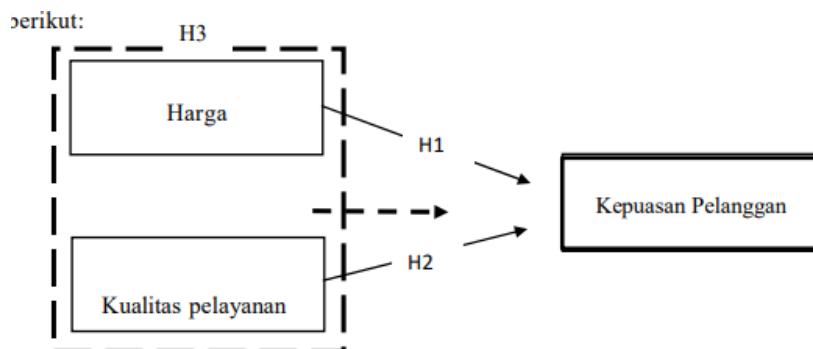
Peneliti mengamati bahwa pada Salon Kecantikan Tiara Surabaya sedang mengalami permasalahan atau kesenjangan dimana menurunnya Pelanggan yang disebabkan oleh banyaknya persaingan bisnis salon kecantikan.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: “Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Salon Tiara Surabaya”.

II. LANDASAN TEORI DAN HIPOTESIS

Berdasarkan pada rumusan masalah yang telah diuraikan di awal mengenai variabel harga, kualitas pelayanan serta pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan, jasa pada salon kecantikan Tiara Surabaya. Maka kerangka konseptual dalam penelitian ini digambarkan sebagai berikut:

Kerangka Konseptual



Berdasarkan rumusan masalah yang ada pada bab sebelumnya dan teori-teori yang diuraikan diatas maka dirumuskan hipotesis dalam penelitian ini adalah:

- H1 =Diduga Harga secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
- H2 =Diduga kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
- H3 =Diduga Harga dan Kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Tiara Surabaya.

III. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2019:17) penelitian kuantitatif diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Sedangkan Pengertian metode penelitian menurut Sugiyono (2017:3) adalah “Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan hal tersebut terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu cara ilmiah, data, tujuan dan kegunaan”.

1. Variabel Bebas (*Independent Variable*) (X)

Variabel independen adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (*dependent*) Sugiono (2017). Variabel independen dalam penelitian ini adalah pengaruh Harga (X₁), dan Kualitas pelayanan (X₂). Variabel terikat (*dependent variable*) (Y)

2. Variabel terikat (*dependent variable*), yaitu variabel yang dijelaskan dan dipengaruhi oleh variabel independen. Variabel terikat (*dependent variable*) dari penelitian ini adalah, Kepuasan pelanggan (Y).

Dalam hal ini yang menjadi populasi penelitian adalah sebagian pelanggan Tiara Nail Art Surabaya dari bulan Maret-Juni yaitu 100 pelanggan.

Untuk menentukan sampel yang digunakan dalam penelitian ini, teknik sampling yang digunakan adalah *Purposive Sampling*. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah menggunakan kuisioner/angket dan wawancara, dimana penulis membagikan kuisioner untuk pengumpulan data.

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Penggunaan jasa Salon Kecantikan Tiara Nail Art Surabaya. Berikut deskripsi data pada penelitian ini:

Tabel 1. Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	Correcte ditem-total _	Sig	Kesimpulan
	X _{1.1}	0.672	0.000	Valid
Harga (X ₁)	X _{1.2}	0.700	0.000	Valid
	X _{1.3}	0.765	0.000	Valid
	X _{1.4}	0.784	0.000	Valid
Kualitas Pelayanan (X ₂)	X _{2.1}	0.863	0.000	Valid
	X _{2.2}	0.763	0.000	Valid
	X _{2.3}	0.916	0.000	Valid
	X _{2.4}	0.871	0.000	Valid
	X _{2.5}	0.765	0.000	Valid
Kepuasan	Y ₁	0.800	0.000	Valid

Pelanggan	Y.2	0.889	0.000	Valid
(Y)	Y.3	0.868	0.000	Valid

Sumber : Lampiran 4, data diolah

Berdasarkan hasil pada tabel diatas menunjukkan bahwa hasil pengujian validitas indikator dari semua variabel bebas Harga (X1), Kualitas Pelayanan (X2) maupun variabel terikat Kepuasan Pelanggan

(Y) menunjukkan valid, karena mempunyai nilai *correlated item-total correlation* > 0,3.

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha	Alpha	Kesimpulan
Harga (X1)	0.709	0.6	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X2)	0.888	0.6	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0.811	0.6	Reliabel

Berdasarkan Tabel di atas menunjukkan bahwa hasil pengujian reliabilitas semua indikator dari variabel bebas Harga (X1), Kualitas Pelayanan (X2) dan variabel terikat Kepuasan Pelanggan (Y) menunjukkan reliabel, karena nilai *Cronbach's Alpha if Item Delete* semua lebih besar dari *Cronbach's Alpha* sebesar 0,6 sehingga dinyatakan bahwa semua indikator telah Reliabel.

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

Kolmogorov-Smirnov	Asymp. Sig	A	Keterangan
1.491	0,053	0,05	Normal

Berdasarkan Tabel di atas, hasil uji *One-Sample Kolmogorov- Smirnov* terlihat bahwa nilai signifikansi adalah lebih besar dari 0,05, maka data tersebut berdistribusi normal.

Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
Constant	0.807	0.345	

Harga (X1)	0.250	0.118	0.218
Kualitas Pelayanan (X2)	0.599	0.104	0.595

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut diatas, diperoleh persamaan regresi linier berganda yang signifikan sebagai berikut:

$$Y = 0,807 \alpha + 0.250 X_1 + 0,599 X_2 \quad (1)$$

Dimana :

Y : Kepuasan Pelanggan

A : Konstanta Persamaan Regresi

X₁ : Harga

X₂ : Kualitas Pelayanan

Interprestasi dari model regresi diatas adalah sebagai berikut:

Nilai konstanta (α) Nilai konstanta = 0,807, nilai konstanta positif menunjukkan pengaruh positif variabel independen naik atau berpengaruh dalam satu satuan, maka Kepuasan Pelanggan akan naik atau terpenuhi.

Variabel Harga mempunyai nilai sebesar 0,250, Artinya apabila variabel Harga naik satu satuan akan menambah Kepuasan Pelanggan sebesar 0,250 satuan. Nilai tersebut bernilai diatas nol, artinya bernilai positif sehingga semakin tinggi Harga, maka akan semakin tinggi juga Kepuasan Pelanggan.

Variabel Kualitas Pelayanan mempunyai nilai sebesar 0,599, Artinya apabila variabel Kualitas Pelayanan naik satu satuan akan menambah Kepuasan Pelanggan sebesar 0,599 satuan. Nilai tersebut bernilai diatas nol, artinya bernilai positif sehingga semakin tinggi Kualitas Pelayanan, maka akan semakin tinggi juga Kepuasan Pelanggan karyawan

Tabel 5. Uji T (Uji Parsial)

Model	t	Sig
Constant	2.339	0.022
Harga (X1)	2.112	0.038
Kualitas Pelayanan (X2)	5.766	0.000

Sumber: Lampiran 7, Olahan Peneliti, (2023)

Berdasarkan tabel Uji t diatas :

1. Berdasarkan Tabel besarnya nilai signifikansi variabel bebas Harga pada uji t adalah 0,038 atau < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa H₀ ditolak dan H₁ diterima. Sehingga Variabel bebas Harga (X1) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan.
2. Berdasarkan Tabel besarnya nilai signifikansi variabel bebas Kualitas Pelayanan pada uji t adalah 0,000 atau < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa H₀ ditolak dan H₁ diterima Sehingga Variabel bebas Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan.

Tabel 6. ANOVA

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	24.188	2	12.094		
Residual	17.362	77	0.225	53.636	0,000
Total	41.550	79			

Berdasarkan hasil penelitian diatas dapat diketahui bahwa variabel bebas Harga dan Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel terikat Kepuasan Pelanggan, karena nilai signifikansi sebesar 0,000 menunjukkan lebih kecil dari 0,05.

V. PENUTUP

Berdasarkan analisis dan hasil penelitian yang diperoleh, maka kesimpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan pada perawatan kuku Tiara Nail Art Surabaya. Menunjukkan bahwa hipotesis “Harga dan Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan Karyawan”, dinyatakan diterima dan terbukti kebenarannya,
2. Harga dan Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel terikat Kepuasan Pelanggan pada perawatan kuku Tiara Nail Art Surabaya. Menunjukkan bahwa hipotesis penelitian yang berbunyi “Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan simultan terhadap Kepuasan Pelanggan” adalah terbukti kebenarannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Bilgies, A. F. (2016). “Peran Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Billagio Skincare Klinik Sidoarjo”. *Jurnal Ekonika: Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 1(1).
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). “Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace: Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan (Literature Review Manajemen Pemasaran)”. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 211-224.
- Hartatik, H., & Susanti, A. (2022). “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Klinik Kecantikan Ella Skincare”. *Jurnal Akuntansi & Bisnis*, 8(1).
- Irdiana, I., Armin, R., & Hidayat, M. S. (2019). “Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Klinik Klinik Clarice Mojokerto”. (*Doctoral dissertation, Universitas Islam Majapahit*).
- Junaidi, R., & Susanti, F. (2019). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai Pada UPTD Baltekkomdik Dinas Pendidikan Provinsi Sumatera Barat.
- Kinasih, P. A. (2020). “Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Ella Skin Care (Studi pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta)”. (*Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta*).
- Meithiana, I. (2019). "Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan." Unitomo Press. Jawa Timur.

- Miladiah, M. (2022). "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Klinik Kecantikan Noorika Beauty Metland Cibitung". (*Doctoral dissertation, Universitas Islam "45" Bekasi*).
- Mufarokhah, N. (2022). "Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Klinik Kecantikan Violetta Beauty & Health Center Gresik". *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Kreatif*, 7(01), 40-55.
- Pinaraswati, S, O, dan Farida, I. (2021). "Analisis Keputusan Pembelian Fastfood Berdasarkan Kualitas Layanan, Harga Dan Kualitas Produk Di Masa Pandemi." *Jurnal Eksekutif* 18.2: 268-278.
- Pratama, R. B. (2019). "Realisasi Penerimaan Pajak Pertambahan Nilai Yang Dipengaruhi Oleh Pencairan Tunggakan Pajak Atas Penagihan Pajak Dan Jumlah Pengusaha Kena Pajak (Studi Kasus Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Bandung Cibeunying Tahun 2014- 2017)". (*Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia*).
- Salsabila, E. A. Z. (2022). "Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Klinik Kecantikan Mecca Beauty Center". (*Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Malang*).
- Trianto, F. E., Azhad, M. N., & Hermawan, H. (2022). "Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Salon Sheryl". *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 1(7), 1440-1449.