

**Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Salon Pricilia Desa Tanggul
Kulon Kecamatan Tanggul Jember**

Laily Putri Cahya Ningrum, Wahyu ES, Yusron Rozzaid

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Jember

Email : lailyputri1997@gmail.com

ABSTRAK

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati terhadap kepuasan pelanggan Salon Pricilia. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati terhadap kepuasan pelanggan secara parsial. Teori yang dipakai pada penelitian ini adalah teori manajemen pemasaran, teori kualitas pelayanan, dan teori kepuasan pelanggan. Penelitian dilakukan pada pelanggan Salon Pricilia. Jenis penelitian deskriptif kuantitatif dengan menggunakan metode *purposive sampling* dengan sampel 82 orang responden. Adapun sifat dari penelitian adalah penjelasan (*explanatory*). Alat uji yang digunakan adalah regresi linier berganda, dengan perangkat lunak SPSS versi 20.00. Hasil Uji t menunjukkan bahwa bukti fisik (0,003), keandalan (0,006), daya tanggap (0,001), jaminan (0,000), dan empati (0,002) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan secara parsial. Uji regresi menunjukkan bahwa bukti fisik (0,155), keandalan (0,195), daya tanggap (0,189), jaminan (0,220), dan empati (0,210) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dan uji koefisien determinasi sebesar 93,7% kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati sedangkan 6,3% sisanya dipengaruhi variable lain di luar penelitian.

Kata Kunci: bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan kepuasan pelanggan

ABSTRACT

The formulation of the problem in this study is how the influence of physical evidence, reliability, responsiveness, assurance, and empathy to the customer satisfaction of Salon Pricilia. The purpose of this research is to find out and analyze the influence of physical evidence, reliability, responsiveness, assurance, and empathy to customer satisfaction partially. The theory used in this research is marketing management theory, service quality theory, and customer satisfaction theory. The study was conducted on Pricilia Salon customers. This type of quantitative descriptive research using purposive sampling method with a sample of 82 respondents. The nature of the research is explanatory. The test instrument used was multiple linear regression, with SPSS software version 20.00. T Test results show that physical evidence (0.003), reliability (0.006), responsiveness (0.001), guarantee (0,000), and empathy (0,002) have a significant effect on customer satisfaction partially. Regression test shows that physical evidence (0.155), reliability (0.195), responsiveness (0.189), guarantee (0.220), and empathy (0.210) have a positive effect on customer satisfaction and the coefficient of determination test of 93.7% customer satisfaction is influenced by evidence physical, reliability, responsiveness, assurance, and empathy while the remaining 6.3% is influenced by other variables outside the study.

Keywords: physical evidence, reliability, responsiveness, assurance, empathy, and customer satisfaction

1. Pendahuluan

Pertumbuhan sektor industri yang sangat pesat memungkinkannya perusahaan-perusahaan besar yang memiliki modal kuat dan berskala besar serta menimbulkan ketatnya persaingan antar perusahaan dalam industri. Dalam kenyataannya, persaingan tersebut bisa dalam bentuk persaingan yang sehat atau kurang sehat yang dapat menjatuhkan pihak lain. Persaingan yang kurang sehat dapat berupa praktik monopoli atau hambatan masuk ke pasar.

Setiap perusahaan harus siap menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat dengan perusahaan-perusahaan lain dari seluruh dunia untuk menghadapi globalisasi yang sering dikatakan era dunia tanpa batas. Dengan demikian lingkungan yang dihadapi suatu perusahaan juga akan menjadi semakin kompleks. Secara nasional walaupun ekspor merupakan salah satu jenis usaha yang dapat memberikan tambahan atau pemasukan devisa negara, namun kompleksitas persaingan yang dihadapi perusahaan tersebut akan memaksa setiap perusahaan untuk selalu berusaha meningkatkan pelayanannya terhadap konsumen. Dalam persaingan bisnis yang bebas ini, syarat agar suatu perusahaan dapat sukses dalam persaingan tersebut adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Agar tujuan tersebut tercapai, maka setiap perusahaan harus dapat menghasilkan dan menyampaikan barang dan jasa yang diinginkan konsumen sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya (Kotler, 2005).

Dalam upaya mencapai keunggulan kompetitif berkelanjutan perlu kemauan dan upaya keras perusahaan untuk mengubah dan menerapkan perspektif dalam proses manufaktur baru dari konsep *corporate management* menjadi *individual self management* dan dari *process content of strategy* menjadi *day to day operations*. Keunggulan kompetitif diperoleh jika suatu perusahaan dapat memperoleh dan mengembangkan sumber daya manusia dengan lebih cepat dan menerapkan pengetahuannya dengan lebih efektif daripada pesaingnya. Untuk itu, perusahaan perlu menerapkan strategi yang fleksibel terhadap perkembangan dan perubahan yang terjadi sehingga kapabilitas manufaktur dalam mengelola dan memanfaatkan sumber daya yang terbatas menjadi syarat mutlak bagi perusahaan untuk tetap bertahan hidup dan mencapai kompetitif. Strategi berbasis sumber daya (*a resource-based view of strategy*) memberikan solusi bagi perusahaan untuk meraih keunggulan kompetitif secara terus menerus melalui sekumpulan sumber daya unik yang dimiliki perusahaan (Hamel dan Prahalad, 1989).

Strategi pemasaran pada dasarnya merupakan langkah atau cara tepat yang digunakan untuk memasarkan produk atau jasa agar mencapai tujuan yang telah ditentukan oleh perusahaan yang bersangkutan. Kegiatan pemasaran pada dasarnya menggunakan strategi pemenuhan keperluan dan kebutuhan masyarakat. Berawal dari pemenuhan kebutuhan masyarakat, kemudian menetapkan harga barang atau jasa, pendistribusian barang atau jasa yang diperlukan kemudian mempromosikan atau memasarkan. Pemasaran jasa mesti menyesuaikan diri dengan selera konsumen, dipengaruhi jumlah pendapatan, tidak ada fungsi penyimpanan, dan kualitas dipengaruhi barang. Yang penting dalam pemasaran jasa tidak lain keandalan, daya tanggap, kepastian, empati dan berwujud. Menurut Lupiyoadi (2006; 5), pemasaran jasa adalah setiap tindakan yang ditawarkan oleh salah satu pihak kepada pihak lain yang secara prinsip *intangibile* dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun.

Kualitas pelayanan merupakan faktor yang sangat penting. Karena dalam memasarkan produk jasa, interaksi antara produsen dan konsumen terjadi secara langsung.

Menurut Tjiptono (dalam Aditya, 2011 : 23), Kualitas jasa merupakan sesuatu yang dipresepsikan oleh pelanggan. Pelanggan akan menilai kualitas sebuah jasa yang dirasakan berdasarkan apa yang mereka deskripsikan dalam beak mereka. Pelanggan akan beralih ke penyedia jasa lain yang lebih mampu memahami kebutuhan spesifik pelanggan dan memberikan layanan yang lebih baik.

Kualitas layanan yang dapat memuaskan konsumen akan berdampak terjadinya pembelian berulang-ulang yang berarti akan terjadi peningkatan penjualan. Dengan pelayanan yang baik dapat menciptakan kepuasan konsumen serta membantu menjaga jarak dengan pesaing (Kotler, 2010:297). Layanan yang berkualitas adalah persepsi konsumen merasa puas saat terjadinya proses transaksi. Menurut Kotler (2006:176), layanan merupakan suatu perlakuan terhadap konsumen yang berupa tingkah laku dan sikap dalam memuaskan konsumen. Penelitian yang dilakukan oleh Diasari, 2016 yang membahas tentang pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan adalah sebagai alasan untuk menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Dengan memperhatikan kegiatan pemasaran maka diharapkan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan yang dilakukan pelanggan melibatkan keyakinan pelanggan pada suatu produk sehingga timbul rasa percaya diri atas kebenaran tindakan yang diambil. Rasa percaya diri pelanggan atas kepuasan pelanggan yang diambil nya mempresentasikan sejauh mana pelanggan memiliki keyakinan diri atas keputusannya memilih suatu produk. Kotler (2000) mengatakan bahwa Kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan antara kinerja produk yang ia rasakan dengan harapannya. Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen adalah respon terhadap evaluasi ketidaksesuaian atau dikonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaian (Tse dan Wilson dalam Nasution, 2004).

Usaha jasa Salon adalah sebuah usaha perseorangan yang bergerak di bidang jasa perawatan anggota tubuh dan kecantikan, kecantikan rambut dan kecantikan badan. Usaha ini dikhususkan bagi para wanita dan pria baik anak-anak remaja hingga orang dewasa. Jenis jasa yang ditawarkan sangat variatif mengingat kebutuhan akan kecantikan merupakan idaman bagi setiap wanita. Salon merupakan salah satu wadah untuk mewujudkan hal tersebut. Selain itu, pelayanan yang baik menjadi andalan salon tersebut untuk meningkatkan mutu pelayanan bagi pengunjung salon sehingga tidak akan mengecewakan pelanggan. Usaha jasa Salon harus berada di lokasi yang strategis di kota besar atau tempat yang ramai sehingga memudahkan pelanggan dapat mudah unuk mengunjungi salon tersebut. Prospek pengembangan usaha salon ini sangat menjanjikan mengingat pangsa pasar yang cukup besar khususnya bagi perempuan dimana seiring perkembangan jaman, tren dan model gaya rambut yang terus berubah ditambah kebutuhan akan kecantikan diri sangat penting bagi perempuan. Berangkat dari pemikiran ini kami membuat ide untuk membuka usaha salon kecantikan yang cukup menggiurkan di dunia bisnis ini.

Di Kabupaten Jember tepatnya di Tanggul kulon telah berdiri usaha jasa salon yang cukup ramai dikunjungi oleh warga setempat dan warga dari luar Tanggul Kulon tersebut. Salon Pricilia yang bergerak dibidang jasa ini melayani pelanggan dengan menyediakan jasa potong rambut, *rebonding*, *smoothing*, dan *creambath*. Salon Pricilia banyak dikunjungi oleh pelanggan setiap harinya karena harga pelanggan dari salon tersebut sangat baik. Layanan yang diberikan Salon Pricilia kepada pelanggan cukup memuaskan.

Karyawan dari Salon Pricilia juga berpenampilan menarik dan rapi, sikap mereka kepada pelanggan yang datang juga sopan dan ramah. Ketiga aspek itu yang membuat pelanggan yang sebagian besar warga Tanggul Kulon tidak ragu untuk datang ke salon tersebut untuk membeli atau menggunakan jasa yang disediakan oleh salon tersebut.

Persaingan jasa salon di Kecamatan Tanggul ini cenderung cukup ketat, karena di Kecamatan Tanggul terdapat 2 salon pesaing Salon Pricilia yaitu salon king dan salon cantik. Dengan membandingkan banyak pelanggan yang datang dan sudah menjadi pelanggan tetap, penulis mengambil inisiatif untuk meneliti Salon Pricilia yang lebih banyak didatangi pelanggan dari pada salon king dan salon cantik tersebut. Beberapa faktor yang diduga berpengaruh terhadap ramainya Salon Pricilia yaitu meliputi harga dan pelayanan.

2. Metode Penelitian

Menurut Sugiyono (2012) hipotesis diartikan sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Penelitian harus disusun dengan metode yang sistematis yaitu melewati beberapa tahapan. Perumusan hipotesis merupakan langkah ketiga dalam penelitian setelah mengemukakan kerangka berpikir dan landasan teori. Hipotesis merupakan jawaban sementara dari permasalahan yang akan diteliti, disusun dan diuji untuk menunjukkan benar atau salah dengan cara terbebas dari nilai dan pendapat peneliti yang menyusun dan mengujinya. Ada lima hipotesis dalam penelitian ini:

- a. H1: Bukti Fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
- b. H2: Keandalan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
- c. H3: Daya Tanggap berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
- d. H4: Jaminan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
- e. H5: Empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Dalam merancang suatu penelitian, dikenal penelitian eksploratoris dan konklusif, dimana penelitian konklusif dapat diklasifikasikan lagi atas penelitian deskriptif dan kausal. Jika dilihat dari variabelnya yaitu variabel bebas dan terikat, penelitian ini adalah penelitian kausalitas. Penelitian kausalitas bertujuan mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel bebas dan terikatnya. Dengan kata lain penelitian kausalitas mempertanyakan masalah sebab akibat (Kuncoro 2009). Sebagaimana dijelaskan dalam pendahuluan, secara umum tujuan penelitian ini adalah untuk membuktikan dan menganalisis bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan tujuan penelitian tersebut, maka penelitian ini termasuk jenis penelitian penjelasan (*explanatory research*), yang akan menjelaskan hubungan kausal bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati terhadap kepuasan pelanggan.

Populasi ialah sejumlah penduduk atau individu yang paling sedikit mempunyai suatu sifat yang sama. Jadi populasi adalah jumlah keseluruhan dan unit analisis yang ciri-cirinya akan diduga (Kuncoro, 2009). Berdasarkan pendapat ahli tersebut, populasi dalam penelitian ini adalah populasi yang menurut sifatnya merupakan populasi yang homogen. Dan populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Salon Pricilia di Desa Tanggul Kulon Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember yang terakhir tercatat berjumlah 445 pelanggan. Pemilihan lokasi populasi ini berdasarkan pada suatu pertimbangan yang logis yaitu peneliti mendapatkan kemudahan dalam hal memperoleh data yang dipergunakan dalam penelitian sehingga dapat memberikan manfaat berdasarkan keterbatasan biaya, waktu dan tenaga.

Sampel adalah merupakan bagian kecil dari suatu populasi. Dalam penelitian ini sampel yang diambil diharapkan dapat menggambarkan hasil yang sesungguhnya dari

populasi. Dalam penelitian ini sampel yang diambil diharapkan dapat menggambarkan hasil yang sesungguhnya dari populasi (Kuncoro, 2009). Dan penulis menggunakan pendapat Slovin dalam menentukan jumlah sampel, sebanyak 82 orang responden. Dari perhitungan tersebut diketahui sampel yang diambil sebanyak 82 orang pelanggan yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Jumlah total pelanggan sebanyak 82 orang yang diambil sebagai sampel didapat dengan menggunakan perhitungan penentuan sampel dengan rumus Slovin (Husein, 2008) di bawah ini:

$$n = \frac{N}{(1 + Ne^2)}$$

$$n = \frac{445}{(1 + 445 \times 0,1^2)}$$

$$= 81,651$$

$$= 82 \text{ pelanggan}$$

4. Hasil Penelitian

Model persamaan regresi yang baik adalah yang memenuhi persyaratan asumsi klasik, antara lain semua data berdistribusi normal, model harus bebas dari gejala multikolinieritas dan terbebas dari heterokedastisitas. Dari analisis sebelumnya telah terbukti bahwa model persamaan yang diajukan dalam penelitian ini telah memenuhi persyaratan asumsi klasik sehingga model persamaan dalam penelitian ini sudah dianggap baik. Analisis regresi digunakan untuk menguji hipotesis tentang pengaruh secara parsial variabel bebas terhadap variabel terikat. Berdasarkan estimasi regresi linier berganda dengan program SPSS versi 20,0 diperoleh hasil sebagai berikut:

- a. Konstanta sebesar 0,439 menunjukkan besarnya kepuasan pelanggan pada saat bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati sama dengan nol.
- b. $b_1 = 0,155$ artinya meningkatnya bukti fisik per satuan akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,155 satuan, dengan asumsi kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati konstan. Hal ini juga mengindikasikan bahwa bukti fisik berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan yang berarti semakin baik bukti fisik akan berdampak pada semakin baiknya kepuasan pelanggan dengan asumsi kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati konstan.
- c. $b_2 = 0,195$ artinya meningkatnya kehandalan per satuan akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,195 satuan, dengan asumsi bukti fisik, daya tanggap, jaminan, dan empati konstan. Hal ini juga mengindikasikan bahwa kehandalan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan yang berarti semakin baik kehandalan akan berdampak pada semakin baiknya kepuasan pelanggan dengan asumsi bukti fisik, daya tanggap, jaminan, dan empati konstan.
- d. $b_3 = 0,189$ artinya meningkatnya daya tanggap per satuan akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,189 satuan, dengan asumsi bukti fisik, kehandalan, jaminan, dan empati konstan. Hal ini juga mengindikasikan bahwa daya tanggap berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan yang berarti semakin baik daya tanggap akan berdampak pada semakin baiknya kepuasan pelanggan dengan asumsi bukti fisik, kehandalan, jaminan, dan empati konstan.
- e. $b_4 = 0,220$ artinya meningkatnya jaminan per satuan akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,220 satuan, dengan asumsi bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, dan empati konstan. Hal ini juga mengindikasikan bahwa jaminan

berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan yang berarti semakin baik jaminan akan berdampak pada semakin baiknya kepuasan pelanggan dengan asumsi bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, dan empati konstan.

- f. $b_5 = 0,210$ artinya meningkatnya empati akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,210 satuan, dengan asumsi bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, dan jaminan konstan. Hal ini juga mengindikasikan bahwa empati berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan yang berarti semakin baik empati akan berdampak pada semakin baiknya kepuasan pelanggan dengan asumsi bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, dan jaminan konstan.
- g. $e = 0,363$ artinya besarnya kesalahan dalam model regresi

Hipotesis dalam penelitian ini diuji kebenarannya dengan menggunakan uji parsial. Pengujian dilakukan dengan melihat statistik t_{hitung} dengan nilai statistik t_{tabel} dan taraf signifikansi (p -value), jika taraf signifikansi yang dihasilkan dari perhitungan di bawah 0,05 maka hipotesis diterima, sebaliknya jika taraf signifikansi hasil hitung lebih besar dari 0,05 maka hipotesis ditolak.

- a. Hasil uji bukti fisik mempunyai nilai signifikansi hitung sebesar 0,003 dan lebih kecil dari 0,05 dan $t_{hitung} (3,066) > t_{tabel} (1,6641)$ yang berarti bahwa hipotesis bukti fisik mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan diterima. Hal ini juga menunjukkan bahwa bukti fisik mempengaruhi kepuasan pelanggan yang berarti semakin baik bukti fisik akan berdampak pada semakin baiknya kepuasan pelanggan.
- b. Hasil uji kehandalan mempunyai nilai signifikansi hitung sebesar 0,006 dan lebih kecil dari 0,05 dan $t_{hitung} (2,826) > t_{tabel} (1,6641)$ yang berarti bahwa hipotesis kehandalan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan diterima. Hal ini juga menunjukkan bahwa kehandalan mempengaruhi kepuasan pelanggan yang berarti semakin baik kehandalan akan berdampak pada semakin baiknya kepuasan pelanggan.
- c. Hasil uji daya tanggap mempunyai nilai signifikansi hitung sebesar 0,001 dan lebih kecil dari 0,05 dan $t_{hitung} (3,415) > t_{tabel} (1,6641)$ yang berarti bahwa hipotesis daya tanggap mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan diterima. Hal ini juga menunjukkan bahwa daya tanggap mempengaruhi kepuasan pelanggan yang berarti semakin baik daya tanggap akan berdampak pada semakin baiknya kepuasan pelanggan.
- d. Hasil uji jaminan mempunyai nilai signifikansi hitung sebesar 0,000 dan lebih kecil dari 0,05 dan $t_{hitung} (4,033) > t_{tabel} (1,6641)$ yang berarti bahwa hipotesis jaminan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan diterima. Hal ini juga menunjukkan bahwa jaminan mempengaruhi kepuasan pelanggan yang berarti semakin baik jaminan akan berdampak pada semakin baiknya kepuasan pelanggan.
- e. Hasil uji empati mempunyai nilai signifikansi hitung sebesar 0,002 dan lebih kecil dari 0,05 dan $t_{hitung} (3,155) > t_{tabel} (1,6641)$ yang berarti bahwa hipotesis empati mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan diterima. Hal ini juga menunjukkan bahwa empati mempengaruhi kepuasan pelanggan yang berarti semakin baik empati akan berdampak pada semakin baiknya kepuasan pelanggan.

6. Pembahasan

- a. Pengaruh bukti fisik terhadap kepuasan pelanggan.

Kualitas layanan melalui bukti fisik mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa Salon Pricilia Desa Tanggul Kulon Kecamatan Tanggul. Bukti fisik yang meliputi Karyawan Salon Pricilia Desa Tanggul Kulon Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember berpenampilan rapi dan formal, Peralatan yang digunakan Salon Pricilia Desa Tanggul Kulon Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember canggih dan modern, dan Karyawan Salon Pricilia Desa Tanggul Kulon Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember mempunyai kartu ID memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh taraf signifikansi sebesar 0,003 dan lebih kecil dari 0,05 dan t hitung (3,066) > t tabel (1,6641) yang berarti hipotesis diterima. Pengujian secara statistik ini membuktikan bahwa bukti fisik yang meliputi penampilan petugas yang rapi dan formal, peralatan dan perlengkapan yang digunakan modern, dan adanya kartu ID karyawan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Artinya bahwa ada pengaruh bukti fisik terhadap kepuasan pelanggan. Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Eryanto (2011), Ulum (2011), Eko (2012), Rattu (2012), Nostib (2013), Fattah (2016), Fitrih (2016) yang menyatakan ada pengaruh bukti fisik terhadap kepuasan pelanggan.

b. Pengaruh kehandalan terhadap kepuasan pelanggan.

Kualitas layanan melalui kehandalan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa Salon Pricilia Desa Tanggul Kulon Kecamatan Tanggul. Kehandalan yang meliputi Karyawan Salon Pricilia Desa Tanggul Kulon Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember mempunyai kemampuan untuk mengatasi keluhan pelanggan, Apabila ada masalah segera diatasi oleh karyawan Salon Pricilia Desa Tanggul Kulon Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember, dan Penanganan masalah dikerjakan secara profesional memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh taraf signifikansi sebesar 0,006 dan lebih kecil dari 0,05 dan t hitung (2,826) > t tabel (1,6641) yang berarti hipotesis diterima. Pengujian secara statistik ini membuktikan bahwa adanya pengaruh kehandalan yang meliputi kemampuan petugas untuk mengatasi keluhan pelanggan, penanganan masalah secara segera, dan penanganan masalah dikerjakan secara profesional terhadap kepuasan pelanggan. Artinya bahwa ada pengaruh kehandalan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Eryanto (2011), Ulum (2011), Eko (2012), Rattu (2012), Nostib (2013), Fattah (2016), Fitrih (2016), yang menyatakan ada pengaruh kehandalan terhadap kepuasan pelanggan.

c. Pengaruh daya tanggap terhadap kepuasan pelanggan.

Kualitas layanan melalui daya tanggap mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa Salon Pricilia Desa Tanggul Kulon Kecamatan Tanggul. Daya tanggap yang meliputi Karyawan Salon Pricilia Desa Tanggul Kulon Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember selalu siap melayani pelanggan, Ada kemauan dari petugas untuk melayani pelanggan, dan Informasi diberikan dengan jelas memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh taraf signifikansi sebesar 0,001 dan lebih kecil dari 0,05 dan t hitung (3,415) > t tabel (1,6641) yang berarti hipotesis diterima. Pengujian secara statistik ini membuktikan bahwa adanya pengaruh daya tanggap yang meliputi kesiapan petugas dalam melayani pelanggan, adanya

kemauan dari petugas untuk melayani pelanggan, dan pemberian informasi dengan jelas terhadap kepuasan pelanggan. Artinya bahwa ada pengaruh daya tanggap terhadap kepuasan pelanggan. Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Eryanto (2011), Ulum (2011), Eko (2012), Rattu (2012), Nostib (2013), Fattah (2016), Fitrih (2016) yang menyatakan ada pengaruh daya tanggap terhadap kepuasan pelanggan.

d. Pengaruh jaminan terhadap kepuasan pelanggan.

Kualitas layanan melalui jaminan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa Salon Pricilia Desa Tanggul Kulon Kecamatan Tanggul. Jaminan yang meliputi Pelanggan percaya kepada karyawan Salon Pricilia Desa Tanggul Kulon Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember, Anda merasa aman ketika melakukan transaksi dengan karyawan Salon Pricilia Desa Tanggul Kulon Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember, dan Salon Pricilia Desa Tanggul Kulon Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember bercitra baik di mata pelanggan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh taraf signifikansi sebesar 0,000 dan lebih kecil dari 0,05 dan t hitung (4,033) > t tabel (1,6641) yang berarti hipotesis diterima. Pengujian secara statistik ini membuktikan bahwa adanya pengaruh jaminan yang meliputi kepercayaan pelanggan kepada petugas, perasaan aman pelanggan ketika melakukan transaksi dengan petugas, dan citra baik perusahaan di mata pelanggan terhadap kepuasan pelanggan. Artinya bahwa ada pengaruh jaminan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Eryanto (2011), Ulum (2011), Eko (2012), Rattu (2012), Nostib (2013), Fattah (2016), Fitrih (2016) yang menyatakan ada pengaruh jaminan terhadap kepuasan pelanggan.

e. Pengaruh empati terhadap kepuasan pelanggan.

Kualitas layanan melalui empati mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa Salon Pricilia Desa Tanggul Kulon Kecamatan Tanggul. Empati yang meliputi Karyawan Salon Pricilia Desa Tanggul Kulon Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember memperlakukan pelanggan dengan penuh perhatian, Kemudahan untuk menghubungi karyawan Salon Pricilia Desa Tanggul Kulon Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember, dan Karyawan Salon Pricilia Desa Tanggul Kulon Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember selalu mengutamakan kepentingan pelanggan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil pengujian hipotesis telah membuktikan terdapat pengaruh empati terhadap kepuasan pelanggan. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh taraf signifikansi sebesar 0,002 dan lebih kecil dari 0,05 dan t hitung (3,155) > t tabel (1,6641) yang berarti hipotesis diterima. Pengujian secara statistik ini membuktikan bahwa adanya pengaruh empati yang meliputi perlakuan petugas kepada pelanggan penuh perhatian, kemudahan untuk menghubungi petugas, dan petugas selalu mengutamakan kepentingan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan. Artinya bahwa ada pengaruh empati terhadap kepuasan pelanggan. Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Eryanto (2011), Ulum (2011), Eko (2012), Rattu (2012), Nostib (2013), Fattah (2016), Fitrih (2016) yang menyatakan ada pengaruh empati terhadap kepuasan pelanggan.

7. Kesimpulan Dan Saran

Dari pengujian secara statistik yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- a. Hasil uji bukti fisik mempunyai nilai signifikansi hitung sebesar 0,003 dan lebih kecil dari 0,05 dan t hitung (3,066) > t tabel (1,6641) yang berarti bahwa hipotesis bukti fisik mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan diterima. Hal ini juga menunjukkan bahwa bukti fisik mempengaruhi kepuasan pelanggan yang berarti semakin baik bukti fisik akan berdampak pada semakin baiknya kepuasan pelanggan.
- b. Hasil uji kehandalan mempunyai nilai signifikansi hitung sebesar 0,006 dan lebih kecil dari 0,05 dan t hitung (2,826) > t tabel (1,6641) yang berarti bahwa hipotesis kehandalan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan diterima. Hal ini juga menunjukkan bahwa kehandalan mempengaruhi kepuasan pelanggan yang berarti semakin baik kehandalan akan berdampak pada semakin baiknya kepuasan pelanggan.
- c. Hasil uji daya tanggap mempunyai nilai signifikansi hitung sebesar 0,001 dan lebih kecil dari 0,05 dan t hitung (3,415) > t tabel (1,6641) yang berarti bahwa hipotesis daya tanggap mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan diterima. Hal ini juga menunjukkan bahwa daya tanggap mempengaruhi kepuasan pelanggan yang berarti semakin baik daya tanggap akan berdampak pada semakin baiknya kepuasan pelanggan.
- d. Hasil uji jaminan mempunyai nilai signifikansi hitung sebesar 0,000 dan lebih kecil dari 0,05 dan t hitung (4,033) > t tabel (1,6641) yang berarti bahwa hipotesis jaminan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan diterima. Hal ini juga menunjukkan bahwa jaminan mempengaruhi kepuasan pelanggan yang berarti semakin baik jaminan akan berdampak pada semakin baiknya kepuasan pelanggan.
- e. Hasil uji empati mempunyai nilai signifikansi hitung sebesar 0,002 dan lebih kecil dari 0,05 dan t hitung (3,155) > t tabel (1,6641) yang berarti bahwa hipotesis empati mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan diterima. Hal ini juga menunjukkan bahwa empati mempengaruhi kepuasan pelanggan yang berarti semakin baik empati akan berdampak pada semakin baiknya kepuasan pelanggan.

Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, maka saran yang dapat diberikan kepada pihak Salon Pricilia dari penelitian ini, yaitu: hendaknya perusahaan dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan lebih meningkatkan kualitas pelayanannya, sehingga dengan lebih memerhatikan kualitas pelayanannya diharapkan akhirnya akan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan sehingga memperoleh hasil yang lebih baik lagi.

Adapun yang perlu diperhatikan oleh Salon Pricilia terkait aspek-aspek kualitas pelayanannya meliputi:

1. Bukti fisik
 - a. Penampilan karyawan Salon Pricilia harus rapi dan formal,
 - b. Modernisasi peralatan dan perlengkapan yang digunakan karyawan Salon Pricilia, dan
 - c. Setiap karyawan Salon Pricilia harus mempunyai kartu ID

2. Keandalan
 - a. Kemampuan karyawan Salon Pricilia agar lebih ditingkatkan untuk mengatasi keluhan pelanggan,
 - b. Setiap ada masalah segera diatasi oleh karyawan Salon Pricilia, dan
 - c. Penanganan masalah dikerjakan secara profesional
3. Daya Tanggap
 - a. Selalu siap melayani pelanggan,
 - b. Kemauan yang tinggi dari petugas untuk melayani pelanggan, dan
 - c. Pemberian informasi dengan jelas kepada pelanggan
4. Jaminan
 - a. Membangun kepercayaan pelanggan,
 - b. Memberikan rasa aman kepada pelanggan ketika melakukan transaksi, dan
 - c. Membangun citra baik di mata pelanggan
5. Empati
 - a. Memperlakukan pelanggan dengan penuh perhatian,
 - b. Kemudahan untuk menghubungi karyawan Salon Pricilia, dan
 - a. Karyawan Salon Pricilia selalu mengutamakan kepentingan pelanggan



DAFTAR PUSTAKA

- Afrilianti, Nur. 2016. *Kepuasan Pasien terhadap Mutu Pelayanan Rawat Inap berdasarkan Metode Servqual di Rumah Sakit Umum Daerah Cilegon*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Anggraini, 2017. *Analisis Persepsi Konsumen Menggunakan Metode Importance Performance Analysis Dan Customer Satisfaction Index*. Jurnal Industri Vol 4 No 2 Hal 74 – 81.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bata Y.W., Arifin M.A., Darmansyah., 2013. *Hubungan Kualitas Pelayanan Kesehatan dengan Kepuasan Pasien Pengguna Akses Sosial Pada Pelayanan Rawat Inap di RSUD Lakipadada Kabupaten Tana Toraja Tahun 2013*. Makassar: Universitas Hasanuddin.
- Eko, 2012. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Asuransi Bangun Askrida Jember*. Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
- Ferdinand, A.. 2005. *Structural Equation Modeling dalam Penelitian Manajemen*. Edisi ke 2. Semarang: BP UNDIP.
- Gibson. 2007. *Perilaku organisasi*. Jakarta: Penerbit Rineka Cipta.
- Hartono, Bambang. *Manajemen Pemasaran untuk Rumah Sakit*. Jakarta: PT Rineka Cipta. 2010
- Julita, 2001. *Menuju Kepuasan Pelanggan Melalui Penciptaan Kualitas Pelayanan*, Jurnal Ilmiah Manajemen
- Kotler, Philip, 2001, *Principle Of Marketing*, A Simon And Suster Chompany Englewood Cliff, New Jersy.
- , 2005. *Manajemen Pemasaran*. PT. Indeks, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Keller, Lane Kevin, 1997. *Marketing Management*, Cetakan KeTiga Belas, Jilid Pertama, Erlangga, Jakarta
- Kotler, Philip dan A.B Susanto. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa Di Indonesia (Buku 2)*. Salemba Empat, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2007. *Manajemen Pemasaran: Analisis Perencanaan Implementasi Kontrol Jilid I*. Prenhalindo, Jakarta.
- Kuncoro, Mudrajat. 2009. *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*. Erlangga. Jakarta.

- Kuntoro, 2017. *Kepuasan Pasien Terhadap Kualitas Pelayanan di Tempat Pendaftaran Pasien Rawat Jalan Puskesmas Kretek Bantul Yogyakarta*. Universitas Gajah Mada.
- Kusumastuti, 2011. *Komunikasi Bisnis*. IPB Press. Bogor.
- Lesmana, Januari. 2018. *Analisis Kesenjangan Antara Kinerja dan Kepuasan Pasien Pada Instalasi Farmasi Puskesmas PAGESAHAN*. Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Mataram.
- Lupiyoadi, Rambat, 2007. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Salemba Empat, Jakarta.
- Mangkunegara, Anwar Prabu. 2006. *Perilaku Konsumen*. Bandung: Refika Aditama.
- Mangkunegara, Anwar Prabu. 1988, *Perilaku Konsumen*, PT. Eresco, Bandung
- Manullang. 1991. *Manajemen Personalia*. Ghalia Indonesia, Medan.
- Mowen, John C. dan Michael Minor, 2002, *Perilaku Konsumen*, Erlangga, Jakarta.
- Parasuraman, A., Zeinhaml, V., and Berry, L. (1990). *A conceptual model of service quality and its implications for future research*. Journal of Marketing, Vol. 49, pp. 41-50.
- Pohan.2007. *Jaminan Mutu Layanan Kesehatan*. EGC. Jakarta
- Simbolo, Wiwien. 2014. *Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Perawat dengan Tingkat Kepuasan Pasien di Ruang Rawat Inap Rumah Sakit Islam Siti Maryam Kota Manado*. Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Sam Ratulangi.
- Suryawati, Dina.2013. *Kualitas pelayanan pada Puskesmas Yosomulyo Kecamatan Gambiran Kabupaten Banyuwangi*. Unej : 1-9.
- Sugiyono, 2010, *Statistika Untuk Penelitian*, Cetakan Ketujuh, Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono, 2010, *Statistika Untuk Penelitian*, Cetakan Ketujuh, Bandung: CV. Alfabeta.
- Suliantoro, 2016. *Analisis Kualitas Pelayanan Dengan Menggunakan Integrasi Importance Performance Analysis (Ipa) Dan Model Kano (Studi Kasus Di Pt. Perusahaan Air Minum Lyonnaise Jaya Jakarta)*. DOI: 10.12777/jati.5.3.185-198.
- Suryani, Tatik. 2008. *Perilaku Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Swastha, Basu, Irawan. 2011. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.

- Swastha, Basu, T. Hani Handoko. 2010. *Manajemen Pemasaran (Analisa Perilaku Konsumen)*. Yogyakarta : BPFE UGM.
- Stanton William, J, 2010, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Erlangga, Jakarta.
- Swastha, Basu. 1997, *Azas-Azas Marketing*, Liberty: Jakarta.
- Swasta, Basu Dan Irawan, 1998, *Managemen Pemasaran Modern*, Liberty, Yogyakarta
- Tasunar. 2007. *Kualitas Layanan Sebagai Strategi Menciptakan Kepuasan pada Pangkalan Pendaratan Ikan (PPI) Morodemak*. Jurnal Sains Pemasaran Indonesia Vol. V No. 1 Mei 2006, hal 41-62.
- Taliziduhu, Ndara. 2002. *Pengantar Teori Pengembangan SumberDaya Manusia*, Rineka Cipta, Jakarta
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran (Edisi II)*. Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorius. 2005. *Service Quality Satisfaction*. Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Umar, Husein, 2003. *Metodologi Penelitian Aplikasi Dalam Pemasaran*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Umar, H. (2007). *Pengertian Jasa*. Jakarta. Gramedia Pustaka Umum.
- Ulum, 2011. *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan TV Kabel Prabayar (Studi Kasus Pada Zaini TV Kabel Lampeji Mumbulsari Jember)*. Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
- Wardhana, Arif. *Analisa Kepuasan pasien Di Instalasi Rawat Inap Paviliun Kartika Jakarta Pusat Periode November 2012*. Tesis Fakultas kesehatan Masyarakat Program Studi Kajian Admistrasi Rumah Sakit Universitas Indonesia Depok: 2011.