

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada Ruby Lash Salon Cabang Tembalang

Erlina Aprilia

Fakultas Ekonomi Institut Teknologi & Bisnis (ITB), Semarang, Indonesia

Abstract Service quality & price are important factors and roots that can provide satisfaction for its customers. So that customers feel satisfied with the service provided. The purpose of this study is to determine the effect of service quality and price on consumer satisfaction. This study uses a field research method whose sampling is done by distributing questionnaires to 100 consumers which are then analyzed using multiple linear analysis. The results of the study show that Service Quality and Price simultaneously or Together have a positive and significant effect on Consumer Satisfaction at Ruby Lash Salon, Tembalang Branch

Keywords: Service Quality, Price, and Consumer Satisfaction.

Abstrak Kualitas pelayanan & harga merupakan factor dan akar penting yang mampu memberikan kepuasan bagi pelanggannya. Sehingga pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini menggunakan metode penelitian lapangan (field research) yang pengambilan sampelnya lakukan dengan membagikan angket/kuesioner kepada 100 orang konsumen yang selanjutnya di analisis menggunakan analisis linier berganda. Hasil penelitian menunjukan Kualitas Pelayanan dan Harga secara simultan atau Bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Ruby Lash Salon Cabang Tembalang

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Harga, dan Kepuasan Konsumen.

I. PENDAHULUAN

Bisnis salon kecantikan merupakan salah satu dari sekian banyak bisnis jasa yang berkembang pesat saat ini yang muncul seiring dengan adanya ide yang kreatif dan inovatif yang membuat konsep pemasaran pada bisnis salon kecantikan lebih berkembang dan tepat sasaran. Konsep pemasaran sudah mulai difokuskan untuk memberikan kepuasan pada konsumen sehingga menghasilkan keuntungan yang tinggi (Rayhaniah, 2022). Terdapat juga faktor lain yang mendorong pengusaha untuk mendirikan bisnis salon kecantikan, yaitu adanya perubahan pada gaya hidup dalam masyarakat.

Gaya hidup dalam masyarakat telah mengalami perubahan untuk mulai terbuka dan terbiasa untuk selalu merawat diri dan tampil menarik (Arumugam et al., 2018). Pergi ke salon juga dapat dijadikan sebagai sarana refreshing, baik bersama keluarga, teman maupun kerabat. Peluang usaha ini dimanfaatkan oleh banyak pengusaha atau pemilik modal. RUBY lash Salon Cabang Tembalang juga ikut memanfaatkan peluang tersebut.

Banyak strategi yang dapat dilakukan oleh pengusaha atau pemilik modal dalam menghadapi persaingan yang semakin kuat, salah satunya bagaimana mereka memahami perilaku konsumen yang akan atau telah menggunakan jasa mereka. Pengusaha atau pemilik modal juga harus mengetahui karakteristik konsumen secara umum untuk memberikan output—produk yang baik dan layak kepada konsumen, sehingga konsumen merasa puas dan tidak kecewa bila menggunakan output tersebut. Pengaruh kualitas pelayanan, dan harga dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan mempertahankan loyalitas konsumen terhadap produk atau jasa yang digunakan (Amalia & Putra, 2021; Maharsi et al., 2021; Sumarlinah et al., 2022).

Masalah kualitas pelayanan atau jasa ikut menentukan perkembangan usaha dalam berbisnis. Pelayanan yang baik dan sesuai dengan yang diharapkan akan memberikan kepuasan pada konsumen. Menurut (Nyan et al., 2020; Prashar & Kalotra, 2021; Tani et al., 2021) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan konsumen. Sudah menjadi kewajiban perusahaan untuk memberikan pelayanan yang baik dalam menghadapi konsumen. Perusahaan harus mampu meninjau kembali hal-hal yang dibutuhkan konsumen dan melakukan upaya yang maksimal dalam memberikan pelayanan yang terbaik.

Harga (price) merupakan suatu nilai tukar yang dapat disamakan dengan uang atau barang lain untuk memperoleh manfaat dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu (Rusmiyati et al., 2020; Widyastuti et al., 2020). Penetapan harga dalam suatu produk dilihat dari standar kualitas produk atau jasa yang dihasilkan perusahaan. Dalam hal ini, perusahaan harus menentukan harga sesuai dengan daya beli konsumen dan kualitas yang diberikan.

Setiap konsumen pasti memiliki sejumlah harapan (expectation). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga diharapkan dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan mempertahankan loyalitas konsumen terhadap produk atau jasa yang digunakan. Kepuasan dan loyalitas konsumen terhadap produk atau jasa dapat dilihat dari kebiasaan konsumen dalam melakukan penggunaan jasa secara berulang. Perusahaan perlu mengamati kepuasan dan loyalitas konsumen untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen, serta tercapainya tujuan dari perusahaan.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada RUBY lash Salon Cabang Tembalang?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada RUBY lash Salon Cabang Tembalang?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan harga selama ini terhadap kepuasan konsumen pada RUBY lash Salon Cabang Tembalang?

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis:

1. untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada RUBY lash Salon Cabang Tembalang
2. untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada RUBY lash Salon Cabang Tembalang
3. untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga secara Bersama-sama terhadap kepuasan konsumen pada RUBY lash Salon Cabang Tembalang

2. TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Menurut Supriyanto & Octafian (2021), kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya

pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan dalam penyampaian dalam menyeimbangi harapan konsumen.

Indikator Kualitas Pelayanan Menurut Delima et al.,(2019), Dermawan, (2019), Lesnussa et al., (2021), dalam mengevaluasi jasa yang bersifat intangible, konsumen umumnya menggunakan beberapa dimensi sebagai berikut:

- 1) Bukti Langsung (*Tangible*) Bukti langsung meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.
- 2) Keandalan (*Reliability*) Keandalan yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
- 3) Daya tanggap (*Responsiveness*) Tanggapan yaitu keinginan para staf dan karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.

Peranan Harga

Harga merupakan unsur penting dalam sebuah perusahaan, dengan adanya harga maka perusahaan akan mendapatkan pemasukan bagi keberlangsungan perusahaan. Selain itu, harga juga merupakan alat yang nantinya dijadikan proses pertukaran terhadap suatu barang atau jasa oleh konsumen.

Menurut Ramadhan & Ryandono (2015), menyebutkan ada empat indikator harga pasar yaitu:

- a. Harga yang terjangkau aspek penetapan harga yang dilakukan oleh produsen sesuai dengan kemampuan beli konsumen.
- b. Harga sesuai dengan kualitas aspek penetapan harga yang dilakukan oleh produsen sesuai dengan kualitas produk yang diterima konsumen.
- c. Daya saing harga yaitu penawaran harga yang diberikan oleh produsen berbeda dan bersaing dengan harga yang diberikan oleh produsen lain dengan produk sejenis.
- d. Potongan pembelian Yaitu harga yang diberikan oleh produsen penyedia produk atau jasa kepada konsumen atau pengguna jasa yang sudah berlangganan.

Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya jika apa yang diharapkan sesuai dengan ekspektasi maka pelanggan akan puas (Mahrizal & Maisur, 2021; Nurhadi, 2020; Rinalda Laia, 2021).

Dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen menurut Lisdiyanto et al., (2020), Nikmah et al., (2018), Telaumbanua et al., (2021) terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan yaitu :

a. Kualitas Produk

Konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

b. Kualitas Pelayanan

Pada industri jasa konsumen akan merasa puas jika mereka mendapatkan pelayanan yang baik

atau sesuai dengan apa yang diharapkan.

c. Emosional

Konsumen akan merasa bangga mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan merasa kagum terhadap apa yang dia pakai jika menggunakan produk tersebut atau memakai produk tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.

d. Harga

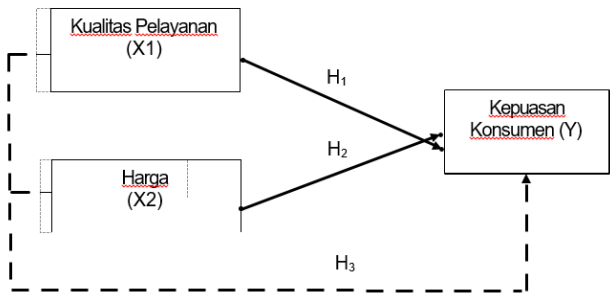
Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumennya.

e. Biaya

Konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa itu.

Kerangka Berfikir Teoritis

Menurut Sugiyono (2020) Kerangka berfikir merupakan sintesa tentang hubungan antara variabel yang disusun dari berbagai teori yang telah dideskripsikan. Variabel dibedakan menjadi dua, yaitu variabel independen atau variabel bebas (X) dan variabel dependen atau variabel terikat (Y). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independennya adalah Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2), sedangkan yang menjadi variabel dependennya adalah Kepuasan Konsumen (Y).



Gambar 1

Kerangka Pemikiran teoritis

Hipotesis

Ha1: Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen.

Ha2: Harga berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen.

Ha3: Kualitas pelayanan dan Harga secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen

3. METODOLOGI PENELITIAN

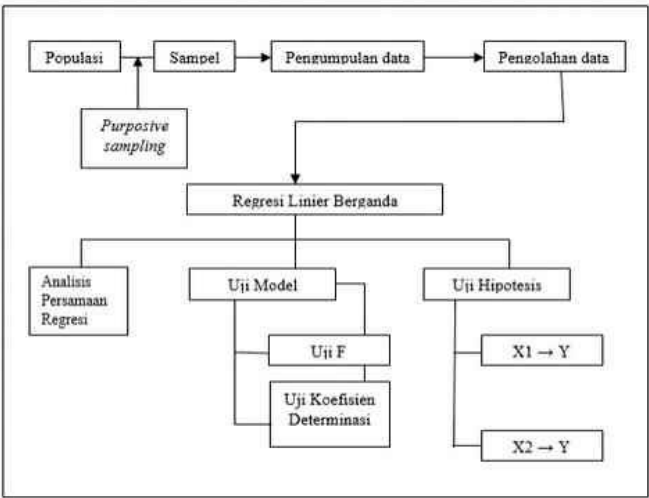
Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian kuantitatif. Penelitian ini dimaksudkan untuk menguji pengaruh antar variabel bebas yaitu kualitas pelayanan dan harga dengan variabel terikat yaitu

kepuasan konsumen. Penelitian ini menggunakan penelitian lapangan (*field Research*) yang dilakukan dengan mengumpulkan data dan informasi yang diperoleh langsung dengan cara membagikan kuisioner melalui angket ke konsumen yang menggunakan jasa RUBY lash Salon Cabang Tembalang.

Desain Penelitian

Menurut Sugiyono (2020) Desain penelitian merupakan suatu strategi yang digunakan dalam penelitian yang digunakan untuk perancangan dan mengidentifikasi masalah dalam pengumpulan data serta digunakan untuk mendefinisikan struktur penelitian yang akan dilaksanakan.



Gambar 3.1
Desain Penelitian

Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan ciri tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk dipelajari lalu ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2020)

Menurut Sugiyono (2020), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sedangkan populasi dan sampel pada penelitian ini adalah konsumen RUBY lash Salon Cabang Tembalang. Pada penelitian ini, populasi yang diambil dalam ukuran besar dan tidak diketahui secara pasti, sehingga dalam penentuan sampel pada penelitian ini menggunakan rumus lameshow :

$$n = \frac{Z^2}{4 (moe)^2}$$

Keterangan:

N = Jumlah Sampel

Z²= tingkat kepercayaan 95% berarti Z = 1,96

Moe = *Margin of Error*, yaitu tingkat kesalahan maksimal yang dapat ditoleransi, ditentukan sebesar 10%

Berdasarkan perhitungan yang diperoleh di atas, maka jumlah sampel yang diteliti adalah sebesar 96,04 responden. Agar penelitian ini lebih fit maka peneliti mengambil sampel sebesar 100 responden.

Jenis dan Sumber Data

Menurut Sugiyono (2020), data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka, atau data kuantitatif yang diangkakan (scoring). Jadi data kuantitatif merupakan data yang memiliki kecenderungan dapat dianalisis dengan cara atau teknik statistik. Data tersebut dapat berupa angka atau skor dan biasanya diperoleh dengan menggunakan alat pengumpul data yang jawabannya berupa rentang skor atau pertanyaan yang diberi bobot

Sumber data dari penelitian ini yaitu data primer. Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan. Data dari penelitian ini berupa jawaban responden atas kepuasan konsumen terhadap jasa pelayanan RUBY lash Salon Cabang Tembalang.

Teknik pengumpulan data digunakan untuk memperoleh dan mengumpulkan data dalam penulisan ini adalah metode kuisioner. Responden tinggal memilih jawaban – jawaban yang sesuai dengan keadaan responden itu sendiri (Sugiyono, 2020).

Uji Instrumen

Uji Validitas

Dalam penelitian ini uji validitas dilakukan kepada 30 responden. Langkah-langkah menguji validitas (Sugiyono, 2020)

1. Mendefinisikan secara operasional konsep yang akan diukur, atau secara teknisnya:
 - a. Mencari definisi dan rumusan tentang konsep yang akan diukur dari literatur yang ditulis para ahli.
 - b. Membuat definisi dan rumusan konsep yang dibuat jika dalam literatur tidak ada.
 - c. Menanyakan secara langsung kepada calon responden penelitian mengenai aspek-aspek konsep yang akan dibahas.
 - d. Melakukan uji coba pengukuran tersebut pada sejumlah responden yang telah ditentukan
2. Mempersiapkan tabel tabulasi jawaban
3. Menghitung korelasi masing-masing pernyataan dengan skor total memakai korelasi *product moment*, yang rumusnya sebagai berikut:

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n\sum X^2 - (\sum X)^2][n\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Catatan :

X : skor pernyataan

Y : skor total

n : jumlah responden

r : korelasi

- 1) Apabila angka korelasi yang diperoleh melebihi angka kritis yang ditentukan maka pernyataan ini signifikan dan valid. Kriteria pengujian adalah:

$$\begin{array}{ll} r_{hitung} > r_{tabel} & \longrightarrow \text{valid} \\ r_{hitung} < r_{tabel} & \longrightarrow \text{tidak valid} \end{array}$$

Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah suatu angka indeks yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama (Sugiyono, 2020).

Rumus Cronhbach Alpha adalah sebagai berikut :

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum a_b^2}{a_t^2} \right)$$

Dimana :

r_{11} = reliabilitas instrument

k = banyak butir pertanyaan

a_t = varians total

$\sum \sigma_b$ = jumlah varian butir

Jumlah varians butir dicari dulu dengan cara mencari nilai varians tiap butir, kemudian jumlahkan seperti yang dipaparkan berikut ini.

Rumus varians yang digunakan:

$$\sigma = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{n}}{n}$$

Dimana:

n = jumlah sampel

X = nilai skor yang dipilih

Pengujian reabilitas menggunakan alat bantu SPSS dengan uji statistic cronbach alpha > 0.70 (Sugiyono, 2020) Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai cronbach alpha > 0.70.

Tabel 1

Pedoman Untuk Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi

Interval Koefiensi	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat Kuat

Sumber: (Sugiyono,2017:231)

Teknik Analisis Data

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas yaitu: Kualitas Pelayanan (X1), dan Harga (X2), terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada RUBY lash Salon Cabang Tembalang.

Penelitian ini menggunakan variabel bebas terdiri atas Kualitas Pelayanan dan Harga serta variabel terikatnya yaitu Kepuasan Konsumen. Maka digunakan regresi linier berganda, yaitu analisis peramalan *reS* nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsi dan hubungan kausal antar dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2020)

secara konsepsional analisis regresi linier berganda mempunyai hubungan kausal dengan rumus sebagai berikut :

$$Y= bX1 + bX2$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen (Kepuasan Konsumen)

b = Nilai- nilai variabel dependen

X1 =Variabel Independen (Kualitas Pelayanan)

X2 =Variabel Independen (Harga)

Ketepatan regresi sampel dalam menaksir nilai aktual dapat diukur dari *goodness of fit* nya . Secara statistik, ini dapat diukur dari nilai koefisien determinasi, dan nilai statistik F. Untuk uji statistik t digunakan menguji seberapa besar pengaruh dependen dan pengaruh variabel independennya.Perhitungan statistik disebut signifikan secara statistik apabila nilai statistiknya berada dalam daerah krisis (daerah dimana H_0 ditolak). Sebaliknya disebut tidak signifikan jika nilai uji statistiknya berada dalam daerah H_0 diterima (Sugiyono, 2020)

Uji Model

1. Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Uji F dikenal dengan uji Anova, yakni uji untuk mengetahui variabel independen dengan variabel dependen. Atau bisa dikatakan uji F dilakukan untuk mengetahui model regresi yang kita buat baik signifikan atau malah sebaliknya. Untuk melakukan hipotesis 1 digunakan uji F dengan rumus:

$$F = \frac{jk \text{ regresi} / k}{jk \text{ standar error} / (n - k - 1)}$$

Keterangan :

k = Variabel penelitian

n = Jumlah data

2. Uji Koefisiensi Determinasi

Menurut Sugiyono (2020), Uji Koefisien Determinasi (*R-Squared*) adalah uji untuk menjelaskan besaran proporsi variasi dari variabel dependen yang dijelaskan oleh variabel independen. Selain itu, uji koefisien determinasi juga bisa digunakan untuk mengukur seberapa baik garis regresi yang kita miliki. Apabila nilai koefisien determinasi (*R-squared*) pada suatu estimasi mendekati angka satu (1), maka dapat dikatakan bahwa variabel dependen dijelaskan dengan baik oleh variabel independennya. Dan sebaliknya, apabila koefisien determinasi (*R-Squared*) menjauhi angka satu (1) atau mendekati angka nol (0), maka semakin kurang baik variabel independen menjelaskan variabel dependennya.

Hasil Pengujian Hipotesis

1. Menguji Signifikansi Uji Statistik T

Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui pengaruh seluruh variabel independen terhadap variabel dependen untuk melihat kebemaknaan masing masing variabel independen dalam model regresi yang diperoleh menggunakan uji t. Kualitas pelayanan dan Harga sebagai variabel independen menerangkan variabel dependen yaitu Kepuasan Konsumen menggunakan rumus sebagai berikut:

$$t_{hitung} = \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan :

t = Nilai hitung

r = Koefisien korelasi hasil rxy

n = Jumlah responden

Pengujian ini dilakukan untuk menguji signifikansi konstanta dan setiap variabel independen akan berpengaruh terhadap variabel dependen. Nilai t hitung dibandingkan dengan t tabel dan lebih besar

dari t hitung berarti ada berpengaruh signifikan antara variabel indenpenden terhadap variabel dependen secara individual.

Uji hipotesis digunakan untuk menguji signifikansi variabel bebas yang terdapat dalam persamaan regresi secara individu berpengaruh terhadap nilai variabel terikat. Kriteria yang digunakan adalah sebagai berikut :

- Angka signifikan $< \alpha = 0,05$
- Jika t hitung $>$ t tabel, maka Ho ditolak dan H1 diterima
- Jika t hitung $<$ t tabel, maka Ho diterima dan H1 ditolak

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan melihat korelasi antara skor masing- masing item dalam kuesioner dengan total skor yang ingin diukur. Jika r hitung $>$ r tabel maka pengukuran tersebut valid, namun apabila r hitung $<$ r tabel maka pengukuran tersebut tidak valid. Nilai r tabel dengan rumus $df = n - 2$, maka penelitian $df = 100 - 2 = 98$ sehingga nilai r table = 0.195 dengan taraf signifikasi 5%.

a Uji validitas kuisioner untuk variabel Kualitas Pelayanan (X1) dalam penelitian ini dilakukan kepada 100 konsumen dengan r tabel = 0.195.

Tabel 2				
Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X1)				
Variabel	Pernyataan	r hitung	r table	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	1	0,778	0.195	Valid
	2	0,568		Valid
	3	0,690		Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2023

Berdasarkan tabel 2 semua butir pernyataan variabel Kualitas Pelayanan (X1) memiliki nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel (0.195) sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan valid.

b. Uji validitas kuisioner untuk variabel Harga (X2) dalam penelitian ini dilakukan kepada 100 konsumen dengan r tabel = 0.195

Tabel 3

Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X2)

Variabel	Pernyataan	r hitung	r table	Keterangan
Harga (X2)	1	0,638	0.195	Valid
	2	0,682		Valid
	3	0,659		Valid
	4	0,613		Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2023

Berdasarkan tabel 3 semua butir pernyataan variabel Harga (X2) memiliki nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel (0.195) sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan valid.

c. Uji validitas kuisioner untuk variabel Harga (X2) dalam penelitian ini dilakukan kepada 100 pelanggan dengan r tabel = 0.195.

Tabel 4

Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Variabel	Pernyataan	r hitung	r table	Keterangan
Kepuasan Konsumen (Y)	1	0,674	0.195	Valid
	2	0,751		Valid
	3	0,512		Valid
	4	0,595		Valid
	5	0,665		Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2023

Berdasarkan tabel 4 semua butir pernyataan variabel Kepuasan Konsumen (Y) memiliki nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel (0.195) sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran kembali. Kriteria uji reliabilitas adalah :

Menurut Sugiyono (2020) suatu variabel dapat dikatakan reliable jika memberikan nilai *cronbach alpha* (α) > 0,6. Jika:

- a. Koefisien Cronbach Alpha > taraf 0,6 maka kuisioner tersebut reliabel.
- b. Koefisien Cronbach Alpha < taraf 0,6 maka kuisioner tersebut tidak reliabel.

Hasil lengkap uji reliabilitas dalam penelitian ini dapat di lihat pada tabel 5 berikut:

Tabel 5

Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Batas Taraf	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,640	0,600	Reliabel
Harga (X2)	0,626		Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,605		Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2023

Berdasarkan tabel 5 diatas dapat diketahui bahwa nilai *cronbach alpha* dari seluruh variabel yang diujikan nilainya diatas 0,60, maka dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 6

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.162	2.338		.497	.620
	Kualitas Pelayanan	.284	.074	.300	3.866	.000
	Harga	.715	.104	.532	6.850	.000

Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Berdasarkan tabel 6 diatas, terdapat nilai koefisien regresi dengan melihat hasil pada tabel *coefficient* pada kolom *Standardized Coefficients Beta*. Dalam sub kolom tersebut terdapat nilai koefisien regresi untuk vaiabel Kualitas Pelayanan sebesar 0,300 dan variabel Harga sebesar 0,532. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat dirumuskan model persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini yang kemudian akan di interpretasikan makna dari model persamaan regresi tersebut.

Adapun model persamaan regresi tersebut adalah sebagai berikut: $Y = b_1X_1 + b_2X_2$

$$Y = 0,300 X_1 + 0,532 X_2$$

Adapun interpretasi dari model persamaan regresi di atas adalah sebagai berikut:

- a. Setiap kenaikan Variabel Kualitas Pelayanan sebesar 1%, maka akan meningkatkan Kepuasan Konsumen pada Ruby Lash Salon Cabang Tembalang sebesar 30 persen. Begitu juga sebaliknya, apabila Kualitas Pelayanan mengalami penurunan sebesar 1% maka Kepuasan Konsumen pada Ruby Lash Salon Cabang Tembalang akan mengalami penurunan sebesar 30 persen.
- b. Setiap kenaikan Variabel Harga sebesar 1%, maka akan meningkatkan Kepuasan Konsumen pada Ruby Lash Salon Cabang Tembalang sebesar 53,2 persen. Begitu juga sebaliknya, apabila variabel Harga mengalami penurunan 1%, maka Kepuasan Konsumen pada Ruby Lash Salon Cabang Tembalang akan mengalami penurunan sebesar 53,2 persen.

Uji Model

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Uji koefisien determinasi (R²) dapat di lihat pada tabel 4.12 di bawah ini:

Tabel 7
Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.674 ^a	.455	.444	156.411

a. Predictors: (Constant), Harga (X₂), Kualitas Pelayanan (X₁) b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Sumber: Hasil ouput SPSS ver. 17 yang diolah 2023

Berdasarkan tabel 7 diatas dapat disimpulkan bahwa nilai koefisien determinasi (R²) sebesar 0,444 atau 44,4%. Besanya nilai koefisien determinasi tersebut menunjukkan bahwa variabel independen yang terdiri dari Kualitas pelayanan dan Harga mampu menjelaskan variabel dependen yaitu Kepuasan Konsumen sebesar 44,4%, sedangkan sisanya sebesar 55,6 % di jelaskan oleh variabel lain yang tidak di masukkan dalam penelitian ini.

Uji F (Simultan)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat. Dengan kriteria uji tabel F, jika F hitung ≤ Ftabel maka H₀ diterima dan H₃ ditolak artinya tidak signifikan dan jika Fhitung > Ftabel maka H₀ ditolak dan H₃ di terima artinya signifikan. Adapun Uji Sig, jika Sig ≥ α maka H₀ di terima dan H_a di tolak artinya tidak signifikan, jika Sig.

$< \alpha$ maka H_0 ditolak dan H_3 di terima artinya signifikan. Adapun hipotesisnya adalah sebagai berikut:

H_3 : Kualitas pelayanan dan Harga berpengaruh Positif dan signifikan terhadap Kepuasan konsumen pada Ruby Lash Salon Cabang Tembalang.

H_0 : Kualitas pelayanan dan Harga tidak berpengaruh Positif dan signifikan terhadap Kepuasan konsumen pada Ruby Lash Salon Cabang Tembalang.

Hasil hitungan tingkat signifikansi pada penelitian ini dapa dilihat pada table 7 berikut ini :

Tabel 8 Hasil Uji F
ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	198.005	2	99.002	40.468	.000 ^a
	Residual	237.305	97	2.446		
	Total	435.310	99			

a. Predictors: (Constant), Harga (X2), Kualitas Pelayanan (X1)

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Sumber: Hasil ouput SPSS ver. 17 yang diolah 2023

Tabel 8 diperoleh nilai probabilitas (Sig) sebesar 0,000. Karena nilai $\text{Sig} < 0,05$ ($0,000 < 0,05$), maka keputusannya adalah H_0 di tolak dan H_3 diterima. Kesimpulannya signifikan artinya Kulaitas Pelayanan dan Harga berpengaruh Positif terhadap Kepuasan konsumen pada Ruby Lash Salon Cabang Tembalang. Adapun cara lain melihat uji F ini dapat membandingkan antara F hitung dan F tabel. Caranya yaitu dengan menentukan nilai derajat bebas (df) untuk pembilang (df1) dengan rumus $\text{df1} = k - 1$. Kemudian menentukan derajat bebas/ degree of freedom (df) untuk penyebut atau df2 dengan rumus $\text{df2} = n - k - 1$. Dimana k adalah jumlah variabel (bebas + terikat) dan n adalah jumlah data. Dalam penelitian ini nilai $k = 3$ dan $n = 100$. Maka nilai df1 dalam penelitian ini adalah $\text{df1} = 3 - 1 = 2$ dan $\text{df2} = 100 - 2 = 98$, sehingga dengan melihat nilai pada F tabel dengan df 1= 2 dan df 2 = 98 diperoleh nilai F tabel sebesar 3,09.

Selanjutnya membandingkan nilai F hitung dengan F tabel dari tabel di atas diketahui bahwa nilai F hitung sebesar 40.468 maka H_0 di tolak dan H_3 di terima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa F hitung $>$ F tabel ($40.468 > 3,09$), artinya Kualitas Pelayanan dan Harga berpengaruh signifikan secara simultan atau bersama-sama terhadap Kepuasan konsumen pada Ruby Lash Salon Cabang Tembalang.

Uji Hipotesis

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel *independent* (X)

secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel *dependent* (Y) pada tingkat kepercayaan 95%

Tabel 9 Hasil Uji t
Coefficients^a

	Model	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.162	2.338		.497	.620
	Kualitas Pelayanan	.284	.074	.300	3.866	.000
	Harga	.715	.104	.532	6.850	.000

Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Hasil output SPSS ver. 17 yang diolah 2023

Hasil uji parsial dapat diketahui dengan melihat output SPSS hasil *coefficients* pada uji-t di pada table 9 diatas dan membandingkan t-hitung dengan t tabel sebesar 1.661 yang diperoleh dari tabel t dengan df= n-k (100-2) yaitu 98 dan alpha 0,05. Berikut pembahasan uji parsial antara Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan konsumen pada Ruby Lash Salon Cabang Tembalang.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada Ruby Lash Salon Cabang Tembalang, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Ruby Lash Salon Cabang Tembalang.
2. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Ruby Lash Salon Cabang Tembalang.
3. Kualitas Pelayanan dan Harga secara simultan atau Bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Ruby Lash Salon Cabang Tembalang.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan dengan ini peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Untuk variabel kualitas pelayanan dari hasil penelitian ini dibanding variabel independen yang lainnya pengaruhnya paling dominan, maka kebijakan kualitas pelayanan harus dipertahankan dan ditingkatkan agar kepuasan konsumen Ruby Lash Salon Cabang Tembalang terjaga bahkan bisa memberikan informasi yang positif ke calon konsumen lain sehingga pengguna jasa Ruby Lash Salon Cabang Tembalang juga semakin meningkat.

2. Untuk Variabel Harga dari hasil penelitian memiliki pengaruh positif dan signifikan serta dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, maka tetap memperhatikan dan mengembangkan variabel tersebut agar tidak menimbulkan penurunan pengguna jasa Ruby Lash Salon Cabang Tembalang, upaya yang dapat dilakukan Ruby Lash Salon Cabang Tembalang adalah bisa dengan meningkatkan pengetahuan dan mengenal sesuai kemampuan masyarakat sekitar Tembalang. Selain itu Ruby Lash Salon Cabang Tembalang perlu lebih gencar dalam memberikan promo atau potongan harga supaya konsumen tetap setia pada Ruby Lash Salon Cabang Tembalang.

Rekomendasi peneliti yang akan datang

1. Untuk penelitian yang akan datang disarankan untuk memperhatikan jumlah responden dan juga metode yang diambil untuk penentuan sampel, apabila waktu dalam penelitian cukup untuk pengambilan data dengan jumlah responden yang banyak maka lebih baik, jika responden yang digunakan sedikit tetapi sudah mewakili maka hal itu bisa dilakukan untuk menghemat penyelesaian waktu penelitian.
2. Penelitian ini diharapkan dapat dipakai sebagai referensi untuk mengembangkan penelitian yang sama, sehingga di masa yang akan datang peneliti lain dapat melakukan penelitian tentang pelatihan pada perusahaan / organisasi lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, L., & Putra, P. (2021). The effect of service quality, product quality, experimental marketing and location by intervening consumer satisfaction on McDonald's repurchase interest in the Green Garden Kedoya branch. *Journal of Management and Leadership*, 4(1), 53–67. <https://doi.org/10.47970/jml.v4i1.205>
- Arumugam, D., Ravishankar, S., & Loganathan, C. (2018). A study on impact of paradigm shift in HR practices on employee lifestyle and career development with reference to banking sector in India. *Journal of Advanced Research in Dynamical and Control Systems*, 10(14 Special Issue), 821–835. https://api.elsevier.com/content/abstract/scopus_id/85069504647
- Delima, A., Ashary, H. M., & Usman, O. (2019). Influence of service quality, product quality, price, brand image, and promotion to consumer satisfaction affecting on consumer loyalty (online shop). *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3308707>
- Dermawan, A. (2022). The effect of service quality, product excellence and promotion on consumer satisfaction CV. Primajaya Sarana. *Strategic Management Business Journal*, 2(01), 50–56. <https://doi.org/10.55751/smbj.v2i01.27>
- Lesnussa, Y. R. A., Mao, T. Y., Lin, C. W., & Shih, C. H. (2021). The effect of service quality, price and promotion on customer satisfaction in pegipegi.com. *2021 IEEE International Conference on Social Sciences and Intelligent Management (SSIM 2021)*. <https://doi.org/10.1109/SSIM49526.2021.9555193>

- Lisdiyanto, L., Wulan, H. S., & Seputro, A. (2020). Influence of leadership style and competence on work discipline with work satisfaction as intervening variables (Studi kasus *Journal of Management*, 6(1). <http://jurnal.unpand.ac.id/index.php/MS/article/viewFile/1567/1526>
- Maharsi, A. R., Njotoprajitno, R. S., Hadianito, B., & Wiraatmaja, J. (2021). The effect of service quality and customer satisfaction on purchasing intention: A case study in Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(4), 475–482. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no4.0475>
- Mahrizal, M., & Maisur, M. (2021). Pengaruh bauran pemasaran terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen produk wisata kuliner di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 12(1), 66–71. <https://doi.org/10.36982/jiegm.v12i1.1521>
- Nikmah, R. M., Wulan, H. S., & Seputro, A. (2018). Analysis of the influence of the work environment, work stress, job satisfaction, and career development on intention turnover study on PT. Pearland Boyolali. *Journal of Management*, 4(4), 2–8. https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=Dt4fXisAAAAJ&pagesize=100&citation_for_view=Dt4fXisAAAAJ:u-x6o8ySG0sC
- Nurhadi, N. (2020). Konsep pelayanan perspektif ekonomi syariah. *EkBis: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 2(2), 137. <https://doi.org/10.14421/ekbis.2018.2.2.1100>
- Nyan, L. M., Rockson, S. B., & Addo, P. K. (2020). The mediation effect of customer satisfaction on the relationship between service quality and customer loyalty. *Journal of Management and Strategy*, 11(3), 13. <https://doi.org/10.5430/jms.v11n3p13>
- Prashar, K., & Kalotra, A. (2021). Modelling the effect of e-service quality on consumer satisfaction towards e-grocery. *Webology*, 18(4), 171–180. [https://www.webology.org/data-cms/articles/20220204090856pmwebology%2018%20\(4\)%20-%2064.pdf](https://www.webology.org/data-cms/articles/20220204090856pmwebology%2018%20(4)%20-%2064.pdf)
- Ramadhan, B. M., & Hadi Ryandono, M. N. (2015). Etos kerja Islami pada kinerja bisnis pedagang Muslim Pasar Besar Kota Madiun. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 2(4), 274. <https://doi.org/10.20473/vol2iss20154pp274-287>
- Rayhaniah, S. A. (2022). Komunikasi pemasaran. Jakarta: Erlangga, 45, 100–101. [http://repository.unisba.ac.id/bitstream/handle/123456789/12109/06bab2_Abdallah_10090312206_skr_2016.pdf?sequence=6&isAllowed=y#:~:text=Menurut%20Kotler%20dan%20Keller%20\(2012,dan%20merek%20yang%20mereka%20jual.](http://repository.unisba.ac.id/bitstream/handle/123456789/12109/06bab2_Abdallah_10090312206_skr_2016.pdf?sequence=6&isAllowed=y#:~:text=Menurut%20Kotler%20dan%20Keller%20(2012,dan%20merek%20yang%20mereka%20jual.)
- Rinalda Laia, A. E., dkk. (2021). Kepuasan konsumen melalui kualitas produk dan pelayanan pada Resto Dak Nalgae. *1st Seminar Nasional Teknologi dan Multidisiplin Ilmu*, 1(1), 181–188. <https://prosiding.stekom.ac.id/index.php/SEMNASTEKMU/article/view/102>
- Rusmiyati, Y., Pramono, E., & Atmini, T. D. (2020). Pengaruh display produk, potongan harga, dan bonus pack terhadap pembelian