

**PENGARUH DIMENSI KUALITAS PELAYANAN JASA TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN (STUDI KASUS PADA DE SALON KOTA MALANG)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana (S1) Manajemen



Oleh :

GUNTUR

NIM. 2016120070

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADDEWI
MALANG
2020**

PENGARUH DIMENSI KUALITAS PELAYANAN JASA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDI KASUS PADA DE SALON KOTA MALANG)

RINGKASAN

Sektor jasa dalam perkembangannya memegang peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi saat ini. Banyak jenis jasa yang berkembang pesat karena kebutuhan masyarakat meningkat yaitu bisnis salon kecantikan. Salah satu aspek penting dalam bisnis jasa dalam mengembangkan usahanya dengan memperhatikan dimensi kualitas layanan jasa. Penelitian ini memiliki tujuan menguji empiris pengaruh dimensi kualitas layanan jasa meliputi bukti fisik, keandalan, amanan, daya tanggap dan empati baik secara sendiri-sendiri serta secara bersama-sama.

Penelitian ini berjenis penelitian uji pengaruh menggunakan data kuantitatif. Populasi yang diteliti yaitu semua konsumen De Salon. Penentuan sampel penelitian digunakan cara 10 kali jumlah variabel, sehingga total sampel yang diambil yaitu 60 pelanggan. Data dikumpulkan dengan instrument kuisioner yang disebar kepada konsumen De Salon. Analisa data diolah dengan regresi linear berganda menggunakan program SPSS.

Berdasarkan hasil analisis menyatakan bahwasanya dimensi kualitas layanan jasa meliputi keandalan, bukti fisik, jaminan, empati dan daya tanggap memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan sebesar 94,4% sedangkan 5,6% lainnya merupakan faktor atau variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Secara masing-masing bukti fisik memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai signifikansi 0,000 kurang dari nilai alpha 0,05. Keandalan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai signifikansi 0,019 kurang dari nilai alpha 0,05. Daya tanggap tidak memiliki pengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai signifikansi 0,671 di atas dari nilai alpha 0,05. Jaminan tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai signifikansi 0,491 di atas dari nilai alpha 0,05. Empati memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan signifikansi 0,000 kurang dari nilai alpha 0,05. Sehingga De Salon harus selalu meningkatkan kualitas pelayanan agar dapat mencapai kepuasan pelangganya.

Kata Kunci : Dimensi Kualitas Layanan, Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati Dan Kepuasan Pelanggan

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bisnis jasa yaitu wujud dari produk meliputi suatu kegiatan dengan adanya manfaat yang dapat menciptakan kepuasan pada pelangganya dimana ketika dilakukan transaksi jual beli tidak akan ada hak milik atas produk yang dibeli. Menurut Tjiptono (2012) menjelaskan bahwa pertumbuhan bisnis jasa saat ini terdiri dari lima tahapan atau tingkatan yaitu : (1) Proses utama (ekstraksi), seperti jasa di bidang alam ; (2) Proses kedua (pengadaan produk), seperti industri pemanufakturan; (3) proses ketiga (bisnis jasa lokal), meliputi usaha bidang pariwisata dan gaya hidup seperti perhotelan, restaurant dan salon kecantikan ; (4) Proses keempat (bidang dagang), seperti usaa transportasi, properti dan usaha pemerintahan ; dan (5) Proses ke lima (reparasi dan penambahan kapasitas), seperti bidang medis, edukasi dan perbaikan seenis bengkel.

Pertumbuhan bisnis jasa saat ini mampu mendorong perekonomian dengan cepat dan semakin pesat. Kemajuan bisnis tersebut bisa dikarenakan jasa yang sudah ada sebelumnya maupun jasa baru yang memunculkan persaingan sehingga membuat bisnis jasa semakin berinovasi. Peluang bisnis jasa di Indonesia sangatlah tinggi. Ketua Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM) Chatib Basri menjelaskan peluang bisnis jasa di Indonesia sangat tinggi, seperti halnya investasi bidang hotel bertumbuh hingga 300% taun 2011-2012. Sumbangsih bisnis jasa untuk PDB di Indonesia dibilang signifikan berkisar sampai 42% dan mampu menyerap tenaga kera sampai 40%.

Salon kecantikan merupakan bisnis jasa lokal yang saat ini memiliki pertumbuhan yang begitu cepat. Penelitian dari PT. Prakarsa Sinergi Utama perusahaan management event acara mengatakan bawa kemajuan salon kecantikan di Indonesia terutama di wilayah perkotaan terus melonjak meningkat. Kemajuanya mampu mencapai 30 % dari

tahun-tahun sebelumnya. Semakin adanya kemajuan salon kecantikan setiap tahunnya membuat munculnya persaingan tinggi setiap bisnis sehingga membuat para pelaku bisnis terus berinovasi demi meningkatkan keputusan pembelian konsumen pada bisnis salon kecantikan yang diberikan. Faktor penting yang harus diperhatikan dalam berinovasi secara berkelanjutan yaitu dimensi kualitas layanan.

Dimensi kualitas layanan adalah suatu alat ukur yang bisa diadakan sebagai pengendali dalam menghadapi persaingan yang ketat demi tercapainya kepuasan pelanggan dalam bisnis jasa (Mardikawati dan Farida, 2013). Bisnis pelayanan sulit mendapatkan kepuasan pelanggannya jika kualitasnya yang ditawarkan bisnis jasa kurang sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan, maka dapat menimbulkan ketidak seimbangan antara kualitas layanan yang dihasilkan dengan manfaat yang diterima pelanggan. Kekecewaan yang dirasakan pelanggan terhadap pelayanan yang diterima akan sangat berpengaruh pada penghasilan bisnis salon, karena kekecewaan pelanggan dapat membuat pelanggan tidak akan melakukan keputusan ulang pemakaian jasa pada usaha tersebut.

Kepuasan pelanggan dapat tercipta melalui pembangunan dimensi kualitas pelayanan pada setiap bisnis jasa yang dijalankan. Kepuasan pelanggan adalah hal penting yang menjadi tolak ukur keberhasilan dalam bisnis jasa (Normasari, 2013). Tercapainya kepuasan pelanggan merupakan visi utama setiap bisnis jasa. Mc Dougall dalam Hurriyati (2010) menyatakan kepuasan pelanggan menjadi faktor utama dalam menciptakan kinerja keuangan bisnis dalam periode yang panjang, hal tersebut terbukti semakin puasnya pelanggan maka akan meningkatkan keputusan pembelian ulang yang berpengaruh langsung terhadap peningkatan laba suatu usaha.

Perawatan tubuh dan kecantikan, saat ini dinilai sebagai suatu kebutuhan yang penting di kalangan masyarakat baik perempuan maupun laki-laki. Oleh karena itu, pertumbuhan salon sangat pesat seperti halnya di Kota Malang. Berikut merupakan daftar

beberapa salon di Kota Malang yang memiliki minat pelanggan cukup tinggi berdasarkan hasil *survey star of service* (2019) yang disajikan pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1 Top 10 Hasil Survey Salon dengan Pelanggan Terbanyak

No	Nama Salon	Alamat
1	Vivin Salon	Jalan Muharto Gg. VII No.02, Kotalama, Kec. Kedungkandang, Kota Malang, Jawa Timur 65136
2	Ria Salon & Spa	Jl. Perusahaan No.8, Losawi, Tanjungtirto, Singosari, Malang, Jawa Timur 65153
3	Mantezy Salon	Jl. Soekarno Hatta No.30, Mojolangu, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur 65142
4	Spencer Salon	Jl. Veteran No.2, Penanggungan, Klojen, Malang City, East Java 65145
5	Jwalita Salon & Photo	Jl. Candi Telaga Wangi Gg. 1 No.17, RW.01, Mojolangu, Lowokwaru, Malang City, East Java 65142
6	Prabasari Salon	Jl. Danau Paniai No.42, Madyopuro, Kec. Kedungkandang, Kota Malang, Jawa Timur 65139
7	Ida Salon & Spa	Jl. Krakatau No.2, Pisang Candi, Kec. Sukun, Kota Malang, Jawa Timur 65146
8	Yudha Salon	Jl Soekarno Hatta Bl C/5 Ruko Soekarno Hatta Malang
9	De Salon	Jl. Telaga Warna Blok E Tlogomas Kota Malang
10	Daffas By Asri Salon	Jl. Cengger No.15, Tulusrejo, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur 65141

Sumber : *survey star of service* (2019)

Pada Tabel 1.1 menunjukkan bahwa usaha salon dengan pelanggan yang cukup banyak, cenderung pelanggan merasa puas dengan kualitas pelayanan salon tersebut. Obyek yang dipilih dalam melakukan penelitian mengenai salon yaitu De Salon. De salon menawarkan berbagai layanan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dalam hal perawatan tubuh atau kecantikan. Layanan yang ditawarkan antara lain potong, cuci catok, hairmask dan catok, *facial*, *toning*, paket wisuda, *smoothing*, *coloring*, dll. Bisnis salon perlu mengkaji secara mendalam mengenai dimensi kualitas layanan meliputi bukti fisik, daya tanggap, keandalan, jaminan dan empati dalam proses pelayanan demi tercapainya kepuasan pelanggan. Persaingan yang ketat dalam bisnis salon membuat dengan mudahnya pelanggan untuk berpindah pindah salon, membandingkan pelayanan salon

satu dengan salon lainnya. Sehingga dalam melakukan inovasi dan meningkatkan kualitas layanan De Salon perlu melakukan pengkajian mendalam mengenai dimensi kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggannya yang membuat perusahaan tetap unggul. Didukung dengan Lembaga Kursus dan Pelatihan (LKP) yang dimiliki De Salon serta lokasinya yang berdekatan dengan lingkungan kampus membuat pihak salon harus mengutamakan pelayanan yang untuk membuat pelanggan merasa puas dengan De Salon. Berdasarkan masalah tersebut, maka penulis tertarik mengadakan penelitian yang berjudul “Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pelanggan De Salon Kota Malang)”.

1.2 Ruang Lingkup

Ruang lingkup untuk membatasi penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Fokus pada pelanggan De Salon di Kota Malang dimana De Salon merupakan salon kecantikan khusus wanita, sehingga pelanggan yang diteliti semuanya berjenis kelamin wanita.
2. Penelitian ini difokuskan mengenai dimensi kualitas layanan meliputi daya tanggap, bukti fisik, kehandalan, jaminan, empati dan kepuasan pelanggan itu sendiri.

1.3 Rumusan Masalah

Adapun masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah dimensi kualitas layanan jasa melalui bukti fisik berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan De Salon Tlogomas Kota Malang ?
2. Apakah dimensi kualitas layanan jasa melalui kehandalan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan De Salon Tlogomas Kota Malang?
3. Apakah dimensi kualitas layanan jasa melalui daya tanggap berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan De Salon Tlogomas Kota Malang?

4. Apakah dimensi kualitas layanan jasa melalui jaminan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan De Salon Tlogomas Kota Malang?
5. Apakah dimensi kualitas layanan jasa melalui empati berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan De Salon Tlogomas Kota Malang?
6. Apakah dimensi kualitas layanan jasa melalui bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan De Salon Tlogomas Kota Malang ?

1.4 Tujuan

Tujuan penelitian antara lain sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh dimensi kualitas layanan jasa melalui bukti fisik secara parsial terhadap kepuasan pelanggan De Salon Tlogomas Kota Malang
2. Untuk mengetahui pengaruh dimensi kualitas layanan jasa melalui kehandalan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan De Salon Tlogomas Kota Malang
3. Untuk mengetahui pengaruh dimensi kualitas layanan jasa melalui daya tanggap secara parsial terhadap kepuasan pelanggan De Salon Tlogomas Kota Malang
4. Untuk mengetahui pengaruh dimensi kualitas layanan jasa melalui jaminan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan De Salon Tlogomas Kota Malang
5. Untuk mengetahui pengaruh dimensi kualitas layanan jasa melalui empati secara parsial terhadap kepuasan pelanggan De Salon Tlogomas Kota Malang
6. Untuk mengetahui pengaruh dimensi kualitas layanan jasa meliputi bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati secara simultan terhadap kepuasan pelanggan De Salon Tlogomas Kota Malang

1.5 Manfaat

1. Bagi Perusahaan

Sebagai evaluasi dan strategi untuk bisnis salon dalam hal upaya peningkatan dimensi kualitas layanannya pada para pelanggannya sehingga dapat selalu meningkatkan kepuasan pelanggan dan menciptakan keputusan pembelian ulang oleh para pelanggan.

2. Bagi Penulis

Sebagai tambahan wawasan dalam hal dimensi kualitas layanan dan kepuasan pelanggan, serta menerapkan ilmu atau teori yang diperoleh selama perkuliahan mengenai manajemen pemasaran jasa.

3. Bagi Peneliti Lain

Sebagai wawasan dan pengetahuan dalam upaya strategi peningkatan dimensi kualitas layanan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan bagi peneliti berikutnya yang tertarik untuk meneliti ulang tentang dimensi kualitas layanan, kepuasan pelanggan maupun pemasaran jasa bisnis salon.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriyani & Sunarti. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei pada Konsumen The Little a Coffee Shop Sidoarjo). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 51 No. 2
- Armanto. 2018. *Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome Triple Play*. E-Jurnal Manajemen Unud. Vol. 7, No. 3. Hal: 1282-1309
- Barata, Atep Adya. 2013, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*. Jakarta : PT Alex media
- Donni Junni Priansa. 2017. *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta
- Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan. Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program. IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit UNDIP
- Hasan, Ali. 2013. *Marketing*, Cetakan Pertama. Yogyakarta : Media Pressdindo
- Hurriyati, Ratih. 2010. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: ALFABETHA.
- Indah, S.N. M. (2010). *Effect of auditors competence and independence on audit quality*. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. Volume 164, 31 Pages 324-331.
- Kotler, dan Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga
- Kotler Philip, Amstrong Gary. 2013. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi ke-12. Penerbit Erlangga
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. 2016. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Lovelock, C, dan John Wirtz, 2011. *Pemasaran Jasa Perspektif edisi 7*. Jakarta : Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. (Edisi 3). Jakarta: Salemba Empat
- Mardikawati W., dan Farida N. 2013. *Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan, Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Pelanggan Bus Efisiensi*. *Jurnal Administrasi Bisnis*. 2(1), hal. 64-75
- Nilasari, Eswika dan Istiatin. 2015. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Dealer PT. Ramayana Motor Sukoharjo*. *Jurnal. Universitas Islam Batik Surakarta*. *Jurnal Paradigma* Vol. 13, No. 01, ISSN 1693-0827.

- Normasari, Selvy, Srikandi Kumadji, Andriani Kusumawati. 2013. *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan dan Loyalitas Pelanggan*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB). 6 (2).
- Parasuraman. 2013. *The Behavioral Consequenses of Service Quality*. New Jersey : Prentice Hall
- Prakoso & Nurhadi. 2017. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen dalam Memakai Jasa Percetakan Embong Anyar di Gresik. Jurnal Bisnis Indonesia. Vol. 8 No. 1
- Purwanto. 2008. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Sangadji, E. M., & Sopiah, 2013. *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistiyawati & Seminari. 2015. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Indus Ubud Gianyar*. E-Jurnal Manajemen Unud. Vol. 4, No. 8
- Sunyoto, Danang. 2015. *Manajemen dan Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2012. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta : ANDI
- Tjiptono Fandy, Ph.D. 2014. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta : Andi
- Veronica, Deka. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Salon Dewi Kota Jambi). Jurnal DEVELOPMENT. Vol 3. No 2
- Wahyuni, Stevany dan Dahen. 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Jasa Kecantikan Rin Salon Di Kota Padang. Jurnal PEKON STKIP SUMBAR. Vol 2. No 3
- Widiyanto, Ibnu. 2008. *Pointers: Metodologi Penelitian*. BP Undip, Semarang
- Yanti, Sugiarto dan Suroso. *Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen Pada Salon Memey Di Sangatta*. Jurnal FEKON UNTAG Samarinda. Vol 5 No 4
- Zethaml, Valarie, Mary Jo Bitner, Dwayne D. Gremler. 2013. *Service Marketing*. McGraw-Hill International Edition.