

DONE_ARTIKEL_INDO_IJRR.doc

by

Submission date: 07-Aug-2023 04:50AM (UTC-0700)

Submission ID: 211241071

File name: DONE_ARTIKEL_INDO_IJRR.doc (187.5K)

Word count: 1798

Character count: 12850

Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Gerai Kecantikan Indah Beauty di Desa Batuaji Kabupaten Kediri.

Nurul Fatmawati¹, Tjetjep Yusuf Afandi², Zainal Arifin³

¹Department of XYZ, ²Department of XYZ,
XYZ College, Universitas Nusantara PGRI Kediri, Kediri, Indonesia.

Corresponding Author: Nurul Fatmawati

ABSTRACT

Penelitian ini dilatarbelakangi bahwa harga treatment pada gerai kecantikan Indah Beauty di Desa Batuaji Kecamatan Ringinrejo Kabupaten Kediri ada selisih harga pasaran yang lebih tinggi, hal tersebut menyebabkan konsumen berpikir ulang untuk melakukan treatment kembali. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada Gerai Kecantikan Indah Beauty di Desa Batuaji Kabupaten Kediri dan mengetahui seberapa besar kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Gerai Kecantikan Indah Beauty di Desa Batuaji Kabupaten Kediri. Sampel pada penelitian ini adalah konsumen Gerai Kecantikan Indah Beauty di Desa Batuaji Kabupaten Kediri. Metode yang digunakan untuk mengambil sampel yaitu memakai metode *simple random sampling* dengan menggunakan rumus slovin sehingga mendapatkan sampel berjumlah 86 orang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, sedangkan teknik penelitian menggunakan metode kausalitas. Analisis pada penelitian menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil perhitungan penelitian ini menggunakan program *SPSS versi 23* yang menunjukkan bahwa: 1) harga secara parsial tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen 2) kualitas pelayanan secara parsial memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen 3) harga (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) secara simultan mempengaruhi kepuasan konsumen. Berdasarkan penelitian ini dapat disimpulkan bahwa perusahaan seharusnya mempertimbangkan harga dan mempertahankan kualitas pelayanan yang diberikan karena hal tersebut sangat mempengaruhi kepuasan konsumen.

Keywords: harga, kualitas pelayanan, kepuasan konsumen

INTRODUCTION

Pada era bisnis saat ini dunia usaha sedang berkembang dengan sangat pesat, salah satunya yaitu di bidang kecantikan. Banyaknya usaha yang bermunculan mengakibatkan peningkatan jumlah usaha yang sejenis menyebabkan persaingan yang semakin ketat. Untuk dapat menghadapi situasi dan keadaan yang demikian, pengusaha harus mampu serta cepat dan tanggap dalam mengambil keputusan agar usaha yang didirikan dapat berkembang dengan baik. Pelaku usaha dituntut harus bisa mempertahankan pasar dan memenangkan persaingan. Kunci utama memenangkan persaingan adalah memberikan kualitas pelayanan yang baik sesuai dengan harga. Ada beberapa gerai di daerah batuaji yang menyediakan jasa treatment kecantikan dilihat dari segi harga, model dan kualitas pelayanan. Beragam pilihan untuk melakukan treatment sesuai dengan harga yang dipatok. Saat ini konsumen memiliki inisiatif

dalam menentukan jenis treatment yang akan dilakukan. Penelitian terdahulu dari (Putra 2020) untuk dapat meraih kepuasan pelanggan misalnya, perusahaan dapat memperhatikan faktor harga di mana kesalahan menentukan harga dapat menimbulkan konflik yang berdampak di kemudian hari, karena besar kecilnya harga yang ditetapkan akan sangat mempengaruhi pelanggan untuk membeli produknya. Dengan demikian, hanya gerai dengan kualitas pelayanan yang baik yang akan menarik konsumen untuk melakukan treatment ulang kedepannya. Menurut (Setyo 2017) kepuasan konsumen adalah sebagai bentuk adanya kesamaan antara kinerja produk serta pelayanan yang diterima dengan kinerja produk dan pelayanan yang diharapkan konsumen. Maka dari itu untuk memikat kepuasan konsumen Gerai Kecantikan Indah Beauty memiliki strategi untuk memenangkan persaingan dalam memperoleh kepuasan konsumen dapat menerapkan strategi sebagai berikut yaitu, memberikan harga yang terjangkau dan kualitas pelayanan yang baik bagi konsumen. Di samping itu perusahaan harus mampu memahami keinginan dan kebutuhan konsumen. Dengan memahami keinginan dan kebutuhan konsumen, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran yang baik agar dapat memberikan kepuasan bagi konsumen dan dapat bertahan dalam persaingan pasar. Semakin ketatnya persaingan bisnis untuk memberikan kepuasan bagi konsumen, maka aspek yang perlu diperhatikan adalah harga. Harga adalah hal utama yang menarik perhatian konsumen dalam menghadapi persaingan pasar dalam dunia kecantikan.

LITERATURE REVIEW

Harga

Menurut (Rambu Dyah Ayu Yaya H.R dan Heru Sutapa 2022) berpendapat bahwa harga adalah sejumlah uang yang dibagikan atas sesuatu produk ataupun jasa, ataupun jumlah dari nilai yang dikeluarkan para pelanggan untuk mendapatkan manfaat dari mempunyai atau memakai sesuatu produk ataupun jasa. Menurut (Birusman 2017) harga menjadi suatu ukuran bagi konsumen saat mengalami kesulitan dalam menilai mutu produk produk yang kompleks yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan. Menurut (Amanah 2010) harga merupakan satu-satunya unsur dalam lingkungan pemasaran yang menghasilkan pendapatan sedangkan unsur yang lainnya, hanya merupakan unsur biaya saja. (Jamarnis dan Susanti 2019) harga merupakan salah satu hal yang harus dikendalikan secara benar, karena harga akan sangat berpengaruh terhadap beberapa aspek kegiatan perusahaan, baik menyangkut kegiatan penjualan maupun aspek keuntungan yang ingin dicapai oleh perusahaan.

Kualitas pelayanan

Menurut (Moha and Loindong 2016) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Menurut (Abdul Gofur 2019) kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan . Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan di persepsikan baik dan memuaskan. Menurut (Purba 2020) kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan. Kualitas Pelayanan berlaku untuk semua jenis layanan yang disediakan oleh perusahaan saat klien berada di perusahaan.

Kepuasan Konsumen

Menurut (Sarie 2018) bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan setelah diketahui hasil atau hasil yang telah dibandingkan dengan harapannya, sedangkan (Endro Prihastono 2012) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai respon emosional untuk menilai

pengalaman mengkonsumsi suatu produk atau jasa. Menurut Tjiptono dalam (Ridwan dan Noviyanti 2022), kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang terjadi ketika membandingkan persepsi kinerja produk (hasil) dengan harapan mereka.

MATERIALS & METHODS

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik penelitian kausal. Menurut (Sugiyono 2015) bahwa kausal merupakan rumusan permasalahan penelitian yang bertabat menanyakan ikatan antara dua variabel ataupun lebih. Ikatan kausal merupakan ikatan yang bersifat karena akibat. Dalam penelitian ini ada variabel independen (yang pengaruhi) serta variabel dependen (dipengaruhi). Teknik sampling yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *simple random sampling*. Pada penelitian ini peneliti memakai simple random sampling. Menurut (Sugiyono 2015) *simple Random Sampling* merupakan pengambilan anggota sampel dari populasi yang diberikan secara acak tanpa memperhatikan strata yang terdapat dalam populasi itu. Populasi keseluruhan subyek penelitian ini adalah konsumen Gerai Kecantikan Indah Beauty di Desa Batuaji Kabupaten Kediri berjumlah 110 konsumen. Sampel pada penelitian ini yaitu diambil dari konsumen Gerai Kecantikan Indah Beauty di Desa Batuaji Kabupaten Kediri yang berjumlah 86 orang. Pada penelitian ini peneliti mengambil data menggunakan angket untuk diberikan kepada konsumen Gerai Indah Beauty. Teknik analisis data pada penelitian ini yaitu dengan uji asumsi klasik, analisis linear berganda, uji t, uji f, uji koefisien determinasi.

RESULT & DISCUSSION

Untuk menguji normalitas suatu data penelitian, salah satu alat yang digunakan adalah uji Kolmogorov-Smirnov sebagai berikut: ¹

Table 1. Normality Test One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		86
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.20264006
Most Extreme Differences	Absolute	.076
	Positive	.076
	Negative	-.051
Test Statistic		¹ .076
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

¹ Source: (SPSS Version 23 output processed, 2023)

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel 1 diketahui nilai signifikansi $0,200 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal. ⁷

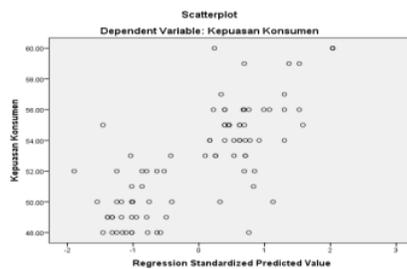
Table 2. Multicollinearity Test Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	12.657	3.915		3.233	.002		
	Price	.183	.104	.174	1.764	.081	.516	1.939
	Service Quality	.589	.092	.632	6.394	.000	.516	1.939

a. Dependent Variable: Customer Satisfaction Source: (SPSS Version 23 output processed, 2023)

Dari tabel 2 dapat diperoleh nilai *tolerance* yaitu harga 0,516 dan kualitas pelayanan 0,516 dimana nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 atau dengan nilai VIF yaitu harga 1,939 dan kualitas pelayanan 1,939 yang kurang dari 10. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi korelasi dari antar variabel atau tidak menunjukkan terjadinya masalah pada multikolinearitas.

Figure 1. Heteroscedasticity Test



Dilihat pada gambar 1 grafik scatterplot terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak dan tersebar baik atas maupun bawah angka nol pada sumbu Y maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi

Table 3. Multiple Linear Analysis Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	12.657	3.915		3.233	.002
Price	.183	.104	.174	1.764	.081
Service Quality	.589	.092	.632	6.394	.000

a. Dependent Variable: Customer Satisfaction Source: (SPSS Version 23 output processed, 2023)

Berdasarkan tabel 3 yaitu analisis regresi linear berganda maka didapatkan koefisien konstanta dengan nilai sebesar 12,657, harga dengan nilai sebesar 0,183 dan kualitas pelayanan dengan nilai sebesar 0,589.

Table 4 t test

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	12.657	3.915		3.233	.002
Price	.183	.104	.174	1.764	.081
Service Quality	.589	.092	.632	6.394	.000

a. Dependent Variable: Customer Satisfaction

Nilai signifikan variabel $X_1 > 0,05$ yaitu sebesar 0,081 maka H_0 diterima. Hal ini berarti X_1 (Harga) tidak memiliki pengaruh terhadap Y (Kepuasan Konsumen). Nilai signifikan variabel $X_2 < 0,05$ yaitu sebesar 0,000 maka H_0 ditolak. Hal ini berarti X_2 (Kualitas Pelayanan) memiliki pengaruh terhadap Y (Kepuasan Konsumen).

Table 5 Test f

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	574.961	2	287.480	57.860	.000 ^b
	Residuals	412.388	83	4.969		
	Total	987.349	85			

a. Dependent Variable: Customer Satisfaction

b. Predictors: (Constant), Service Quality, Price

Source: (SPSS Version 23 output processed, 2023)

Berdasarkan hasil uji f pada tabel 5 maka dapat diketahui nilai dari $F_{hitung} = 57.860$ dengan nilai signifikan 0,000 yang berarti variabel X_1 (Harga) dan X_2 (Kualitas Pelayanan) secara simultan berpengaruh terhadap Y (Kepuasan Konsumen). Maka H_0 ditolak menyatakan bahwa terdapat pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Table 6. Determination Coefficient Test Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.763 ^a	.582	.572	2.229

a. Predictors: (Constant), Service Quality, Price Source:

(SPSS Version 23 output processed, 2023)

Berdasarkan analisis nilai $R \text{ square} = 0,582 = 58,2\%$ dengan tingkat kategori hubungan sedang maka dengan demikian menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan dapat bersama-sama mempengaruhi kepuasan konsumen sebesar 58,2% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain sebesar 41,8% dan tidak dikaji di penelitian ini.

CONCLUSION

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa: 1) Berdasarkan analisis dari uji parsial menggunakan SPSS versi 23 diperoleh hasil nilai signifikansi harga yaitu sebesar 0,081 dimana nilai signifikansi harga $0,081 > 0,05$ maka dapat dinyatakan H_0 diterima. Hal ini berarti harga secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. 2) Berdasarkan analisis dari uji parsial menggunakan SPSS versi 23 diperoleh hasil nilai signifikansi kualitas pelayanan yaitu sebesar 0,000 dimana nilai signifikansi harga $0,000 < 0,05$ maka dapat dinyatakan H_0 diterima. Hal ini berarti kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. 3) Berdasarkan analisis dari uji F (simultan) maka menunjukkan bahwa F hitung = 57,860 dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak berarti harga dan kualitas pelayanan secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

REFERENCES

How to cite this article: Authors' name upto 3 followed by et. al for more than 3. Full title of article is written here. *International Journal of Research and Review*. 2023; 10(7):1-10. DOI: <https://doi.org/10.52403/ijrr.20230701>

ORIGINALITY REPORT

16%

SIMILARITY INDEX

10%

INTERNET SOURCES

5%

PUBLICATIONS

13%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to UIN Raden Intan Lampung Student Paper	4%
2	Submitted to Institut Pertanian Bogor Student Paper	3%
3	Submitted to Universitas Pakuan Student Paper	2%
4	ijrrjournal.com Internet Source	1%
5	repository.unpkediri.ac.id Internet Source	1%
6	Ahmad Nur Rizal, Asep Saepul Alam, Fira Wahyuni. "PENGARUH HARGA DAN KUALITAS BERAS MERAH TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi KAasus di CV. PURE Cianjur)", AGRITA (AGri), 2020 Publication	1%
7	Submitted to Universitas Bengkulu Student Paper	1%
8	Submitted to stipram Student Paper	

1 %

9

Submitted to iGroup

Student Paper

1 %

10

123dok.com

Internet Source

<1 %

11

docobook.com

Internet Source

<1 %

12

repository.telkomuniversity.ac.id

Internet Source

<1 %

13

F R Fiantika, I K Budayasa, A Lukito. "Internal process: what is abstraction and distortion process?", Journal of Physics: Conference Series, 2018

Publication

<1 %

14

repository.radenintan.ac.id

Internet Source

<1 %

15

Anwar Nugraha, Hanisa Sismaya Lestari, Nurjaya Nurjaya. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK BAGLOG JAMUR TIRAM TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI CV.ASA AGRO CORPORATION", Jurnal Administrasi Bisnis (JUBIS), 2022

Publication

<1 %

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off

GRADEMARK REPORT

FINAL GRADE

/0

GENERAL COMMENTS

Instructor

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5

PAGE 6
