



**LAPORAN PENELITIAN**

**JUDUL:**

**Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap  
Kepuasan Pelanggan Jasa Make Up di Elma Wedding Nganjuk**

**Oleh:**

Dyah Siti Ayu Larasati	(2012010324)
Restin Meilina, S.M., M.M.	(0721058605)
Sigit Wisnu Setya Bhirawa, M.M.	(0720108202)

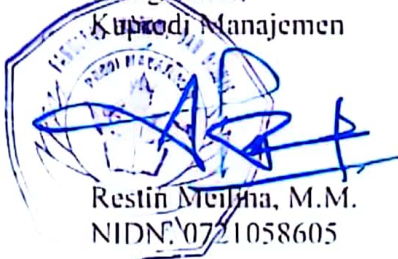
**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI**

**JUNI 2024**

## HALAMAN PENGESAHAN

1. Judul Penelitian : Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Make Up di Elma Wedding Nganjuk
2. Ketua
- a. Nama Lengkap : Dyah Siti Ayu Larasati
  - b. NPM : 2012010324
  - c. Fak/Prodi : FEB/Manajemen
  - d. Alamat Rumah : RT 01, RW 03, Desa Talun, Kec. Rejoso, Kab. Nganjuk
  - e. Telp./HP : 085248890772
  - f. Email : [larasnugroho2@gmail.com](mailto:larasnugroho2@gmail.com)
3. Jangka waktu PKM : 3 bulan
4. Pembiayaan :
- a. Diajukan ke YPLP-PT PGRI Kediri : -
  - b. Dari sumber lain : Rp 15.000.000
  - Jumlah Seluruhnya : Rp 15.000.000

Mengetahui,  
Keprosdi Manajemen



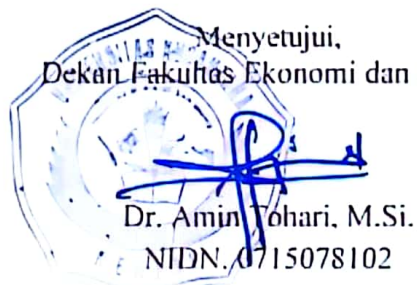
Restin Melina, M.M.  
NIDN. 0721058605

Kediri, 14 Juni 2024  
Ketua



Dyah Siti Ayu Larasati  
NPM. 2012010324

Menyetujui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Amin Tohari, M.Si.  
NIDN. 0715078102

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur Kami panjatkan kehadirat Allah Tuhan Yang Maha Kuasa, karena hanya atas perkenan-Nya tugas penyusunan laporan penelitian ini dapat diselesaikan.

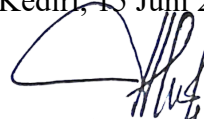
Penyusunan laporan penelitian ini merupakan bagian dari program desiminasi non skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri

Pada kesempatan ini diucapkan terimakasih dan penghargaan yang setulus tulusnya kepada:

1. Ibu Restin Meilina, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen sekaligus dosen pembimbing I yang dengan tulus dan sabar memberikan bimbingan, saran, serta petunjuk mulai dari saya mengikuti program PKM 2022 hingga dapat menyelesaikan penulisan laporan penelitian ini.
2. Bapak Sigit Wisnu Setya Bhirawa, M.M. selaku dosen pembimbing II yang memberikan saran dan arahan selama penulisan laporan penelitian ini.
3. Kedua orang tua, bapak Suwanto dan ibu Sukati Pratiwi Ningtyas yang selama ini selalu mendoakan dan memberikan dukungan kepada saya hingga dapat menyelesaikan laporan penelitian ini.
4. Adik saya satu-satunya, Dian Puspita Rani yang telah memberikan dukungan dan semangat serta selalu membantu dalam hal apapun.
5. Seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, Yoga Dwi Nugroho yang selalu memberikan dukungan, bantuan dan selalu ada untuk saya, baik waktu, tenaga, pikiran maupun materi serta sebagai pendengar yang baik untuk saya sehingga dapat bertahan sampai saat ini.
6. Ucapan terimakasih juga disampaikan kepada pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah banyak membantu menyelesaikan penelitian ini.

Disadari bahwa laporan ini masih banyak kekurangan, maka diharapkan kritik dan saran-saran yang membangun, dari berbagai pihak sangat diharapkan.

Kediri, 15 Juni 2024



**Dyah Siti Ayu Larasati**

NPM: 2012010324

## **RINGKASAN**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, kualitas pelayanan dan promosi secara parsial dan simultan terhadap kepuasan pengguna jasa tata rias di Elma Wedding Nganjuk. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan teknik yang digunakan adalah kausalitas. Populasi penelitian ini adalah seluruh konsumen Elma Wedding pada tahun 2023 dan sampel yang digunakan dalam penelitian sebanyak 50 responden dan dianalisis dengan metode regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini adalah variabel harga tidak berpengaruh signifikan secara parsial, namun variabel kualitas pelayanan dan promosi mempunyai pengaruh signifikan secara parsial. Harga, kualitas pelayanan dan promosi secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

**Kata Kunci :** Harga, Kualitas Pelayanan, Promosi, Kepuasan Pelanggan

## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
RINGKASAN.....	iv
DAFTAR ISI .....	v
DAFTAR TABEL .....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN .....	ix
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Tujuan Penelitian.....	5
BAB II KAJIAN TEORI .....	6
A. Kepuasan Pelanggan.....	6
B. Harga .....	7
C. Kualitas Pelayanan .....	8
D. Promosi.....	9
BAB III METODE PENELITIAN .....	11
A. Deskripsi Proses Pengumpulan Data.....	11
B. Rincian Proses Pengumpulan Data.....	11
C. Sasaran Penelitian.....	12
D. Instrumen Penelitian .....	13
E. Prosedur Analisis Penelitian.....	13

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	15
A. Hasil Penelitian.....	15
B. Pembahasan .....	21
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....	24
A. Kesimpulan.....	24
B. Saran .....	24

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Jasa MUA di Wilayah Nganjuk.....	2
Tabel 2. Data penjualan Elma Wedding.....	4
Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas .....	16
Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	18
Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	19
Tabel 6. Hasil Uji Parsial (Uji t).....	20
Tabel 7. Hasil Uji Simultan (Uji F) .....	21

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Hasil Uji Normalitas .....	15
Gambar 2. Grafik Scatterplot.....	18



## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 : Surat Ijin Penelitian
- Lampiran 2 : Surat Balasan / Keterangan Penelitian Dari Perusahaan
- Lampiran 3 : Intrumen Penelitian
- Lampiran 4 : Tabulasi Angket
- Lampiran 5 : Dokumentasi
- Lampiran 6 : Artikel yang Dipublikasikan

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Perilaku konsumen di saat ini tergolong beragam dan terus berkembang sesuai dengan tren pasar maupun tren sosial, dalam mencapai tingkat kepuasan konsumen memiliki keinginan dan harapan yang berbeda-beda dan selalu berkembang (Nastiti & Damayanti, 2023). Hal tersebut menjadikan semakin kerasnya persaingan pada dunia bisnis. Oleh karena itu, pelaku bisnis harus bersaing untuk mendapatkan klien baru serta harus tetap bersaing untuk memperkuat kepercayaan klien yang sudah didapatkan. Persaingan ini berlaku untuk semua pelaku bisnis yang menghasilkan produk berupa barang dan juga jasa. Perusahaan pada bidang jasa sering menghadapi tantangan yang signifikan dalam upaya mereka untuk bersaing di pasar yang kompetitif, terutama karena sifat tak berwujud layanan, evaluasi kualitas subjektif, dan ketergantungan pada faktor manusia yang sulit diukur dengan standar yang jelas. Perusahaan harus membuat strategi pemasaran yang efektif untuk menghadapi persaingan pemasaran jasa yang bertujuan untuk menciptakan pelanggan (Cinthiya dkk., 2020).

Salah satu perusahaan jasa yang dihadapkan pada persaingan yang ketat di masa sekarang adalah MUA. Jasa MUA mengalami pertumbuhan pesat dalam lanskap bisnis di masa sekarang. Dengan semakin banyaknya

muncul jasa MUA baru dapat menjadi tanda bahwa begitu pesatnya perkembangan bisnis dibidang ini. Penyedia jasa MUA saat ini memiliki peluang usaha dan dapat menghasilkan keuntungan. Saat ini perkembangan bisnis di bidang *Make Up Artist* (MUA) yang ada di wilayah Nganjuk dan sekitarnya cukup banyak. Berikut beberapa jasa MUA di Wilayah Nganjuk

**Tabel 1.** Jasa MUA di Wilayah Nganjuk

No	Nama MUA	Alamat
1	Elma Wedding	Talun, Kec. Rejoso, Kabupaten Nganjuk, Jawa Timur
2	Didik Wedding	Talun, Kec. Rejoso, Kabupaten Nganjuk, Jawa Timur
3	Robby Wedding	Kauman, Kabupaten Nganjuk, Jawa Timur
4	Ita Wedding Decoration	Ganung Kidul, Kabupaten Nganjuk, Jawa Timur
5	Ozzy Salon	Sidoharjo, Kec. Tanjunganom, Kabupaten Nganjuk, Jawa Timur
6	CV. Novia Jaya	Tanjungkalang, Kec. Ngronggot, Kabupaten Nganjuk, Jawa Timur
7	Twins Makeup Artist	Begadung, Kabupaten Nganjuk, Jawa Timur
8	NJ Makeup & Wedding	Sengkut, Kec. Berbek, Kabupaten Nganjuk, Jawa Timur
9	Lian Makeup	Cangkringan, Kabupaten Nganjuk, Jawa Timur
10	Master Wedding	Kramat, Kabupaten Nganjuk, Jawa Timur
11	Yuliet Salon	Kurungrejo, Kec. Prambon, Kabupaten Nganjuk, Jawa Timur
12	Anna GriyaManten	Kec. Sukomoro, Kabupaten Nganjuk, Jawa Timur
13	Sasmito Makeover	Werungotok, Kabupaten Nganjuk, Jawa Timur

14	Juita Salon	Kramat, Kabupaten Nganjuk, Jawa Timur
15	Emma Makeup Wedding	Tanjung, Kec. Kertosono, Kabupaten Nganjuk, Jawa Timur
16	Fetty Make Up Wedding	Kramat, Kabupaten Nganjuk, Jawa Timur
17	Letisyabella Makeup	Sumengko, Kec. Sukomoro, Kabupaten Nganjuk, Jawa Timur
18	Anisha Makeup	Ngronggot, Kec. Ngronggot, Kabupaten Nganjuk, Jawa Timur
19	Sanggar Rias Mbak Eli	Jogomerto, Kec. Tanjunganom, Kabupaten Nganjuk, Jawa Timur
20	Farra Wedding	Kauman, Kabupaten Nganjuk, Jawa Timur

Sumber: Data Peneliti (2023)

Berdasarkan data pada tabel 1, hal tersebut menjadi pemicu terjadinya persaingan antar pelaku bisnis untuk menarik para konsumen. Melihat persaingan pada bisnis jasa MUA yang semakin ketat, maka para MUA seharusnya mempunyai strategi yang efisien dalam mempertahankan pelanggan yang sudah ada dan menarik pelanggan baru yang potensial. Agar mampu bersaing dengan kompetitor dan mempertahankan konsumen, pelaku bisnis dituntut untuk membuat inovasi baru. Seperti inovasi pemanfaatan teknologi untuk melakukan promosi online, *digital marketing*, dan *personal selling* serta meningkatkan pelayanan dan loyalitas konsumen agar bisa mempertahankan konsumennya.

Elma Wedding merupakan penyedia jasa MUA di Kabupaten Nganjuk yang berupaya membangun usaha MUA agar dapat dikenal sebagai jasa make up dengan kualitas pelayanan yang terbaik. Elma Wedding

mempunyai target minimal 20 klien untuk setiap bulan atau minimal 130 klien per tahun. Mengacu pada tradisi di Jawa sendiri untuk pelaksanaan pernikahan harus dihitung berdasarkan tanggal dan bulan tertentu, hal tersebut menjadi salah satu penyebab belum tercapainya target Elma Wedding.

**Tabel 2.** Data penjualan Elma Wedding

Bulan	Jumlah Event	
	2023	2022
Januari	0	0
Februari	0	4
Maret	6	13
April	0	0
Mei	0	20
Juni	0	0
Juli	15	21
Agustus	27	5
September	18	10
Oktober	18	29
November	14	24
Desember	4	6
Jumlah	102	132

Sumber: Elma Wedding (2023)

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa penjualan jasa makeup Elma Wedding mengalami penurunan pada tahun 2023 sebanyak 30 konsumen dari tahun sebelumnya. Jika dibandingkan dengan tahun 2022, di tahun 2023 setiap bulannya lebih banyak terdapat *event* yang kosong atau tidak ada *event*.

Dalam industri jasa *make-up*, harga dapat mencerminkan nilai dari pelayanan yang ditawarkan. Elma Wedding memiliki harga yang bersaing

dengan Jasa MUA lain dan memberikan pilihan paket harga yang beragam agar para konsumen bisa memilih sesuai dengan keinginan. Sebagai penyedia jasa MUA, Elma Wedding harus mampu memahami dan memenuhi kebutuhan serta harapan pelanggan. Dalam konteks ini, faktor-faktor seperti harga, kualitas pelayanan, dan promosi menjadi aspek yang sangat relevan untuk dipelajari. Pengaruh harga pada keputusan pelanggan, kualitas layanan yang ditawarkan, serta strategi promosi yang dilakukan dapat menjadi kunci keberhasilan dalam mempertahankan dan menarik pelanggan baru.

## **B. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada Elma Wedding Nganjuk.
2. Menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada Elma Wedding Nganjuk.
3. Menganalisis pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan pada Elma Wedding Nganjuk.
4. Menganalisis pengaruh penetapan harga, kualitas pelayanan, dan promosi terhadap kepuasan pelanggan pada Elma Wedding Nganjuk.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggelica, A., & Meirisa, F. (2021). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SHERLY BRIDAL PALEMBANG. *Acman: Accounting and Management Journal*, 1(2), 104–114. <https://doi.org/10.55208/aj.v1i2.25>
- Ariyanti, W. P., Hermawan, H., & Izzudin, A. (2022). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Acman: Accounting and Management Journal*, 2(1), 66–74. <https://doi.org/10.55208/aj.v2i1.30>
- Cinthyia, M. H., Dwiyantri, S., Kusstianti, N., & Lutfiati, D. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Klien pada Jasa Makeup Pengantin di Desa Pekarungan Sidoarjo. *Jurnal Tata Rias*, 09(4), 1–6.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). Manajemen Pemasaran edisi 13 jilid 2.
- Diah, P. S., & Hakimah, E. N. (2023). *Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Kursus Di Segno*. 2, 1610–1616.
- Fadilla, Z., Ketut Ngurah Ardiawan, M., Eka Sari Karimuddin Abdullah, M., Jannah Ummul Aiman, M., & Hasda, S. (n.d.). *METODOLOGI PENELITIAN KUANTITATIF*. <http://penerbitzaini.com>
- Ibror, I. M., Meilina, R., & Bhirawa, S. W. S. (2022). *PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA IBROR SABLON KEDIRI SKRIPSI*. 1–23.
- Maheswara, E. A., Ambarwati, D., & Zamzam, N. A. N. (2023). *Pengaruh harga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Elmayudia Makeup Kediri*. 1(5), 83–93.
- Maraghi, M. R., Nadhiroh, U., & Jatmiko, U. (2023). Pengaruh Lokasi, Harga, Dan Digital Marketing Terhadap Minat Sewa Jasa Yunida Wedding Organizer. *Musyitari*, 1(2), 1–16.
- Nastiti, A. E., & Damayanti, S. (2023). *JUDUL ARTIKEL PENGARUH DIGITAL MARKETING , STORE ATMOSPHERE , DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN*. 2, 573–583.
- Theresia dan Ernestivita, G. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan , Brand Image , Dan Harga Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa di J&t Express Gatot Subroto Nganjuk. *Senmea*, 997–1006.
- Trianto, F. E., Azhad, M. N., & Hermawan, H. (2022). Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Salon Sheryl. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 1(7), 1440–1449. <https://doi.org/10.36841/jme.v1i7.2332>
- Rosyda. (2021). Pengertian Kepuasan Pelanggan: Faktor, Indikator dan Optimalisasinya. Diakses pada 5 Juni 2024, dari <https://www.gramedia.com/literasi/kepuasan-pelanggan/>.
- Prafitasari, A. (2023). 10 Pengertian Wawancara Menurut Para Ahli. Diakses pada 6 Juni 2024, dari <https://adjar.grid.id/read/543779163/10-pengertian-wawancara-menurut-para-ahli>.
- Qotrun A. (2021). Rumus Slovin: Definisi, Contoh Soal, Beserta Pemahaman Mengenai Populasi dan Sampel Dalam Penelitian. Diakses pada 5 Juni

- 2024, dari <https://www.gramedia.com/literasi/contoh-proposal-penelitian-yang-baik/>.
- Sampoernauniversity. (2022). Teknik Purposive Sampling: Definisi, Tujuan, dan Syarat. Diakses pada 5 Juni 2024, dari <https://www.sampoernauniversity.ac.id/id/purposive-sampling-adalah/>.
- Accounting.binus. (2021). MEMAHAMI ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA. Diakses pada 6 Juni 2024, dari <https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-analisis-regresi-linear-berganda/>
- Lestari, R. P., Subagyo, S., & Purnomo, H. (2023). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN BAROKAH LAUNDRY. SIMPOSIUM NASIONAL MANAJEMEN DAN BISNIS (SIMANIS) dan Call for Paper, 2, 935-945.
- Nurrahma, A., Samari, S., & Sardanto, R. (2023). PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA CV NAGHA ASMARA. SIMPOSIUM NASIONAL MANAJEMEN DAN BISNIS (SIMANIS) dan Call for Paper, 2, 151-159.
- Putri, V. R., Ferdianto. (2023). Teknik Pengumpulan Data Kuesioner. Diakses pada 5 Juni 2024, dari <https://sis.binus.ac.id/2023/10/31/teknik-pengumpulan-data-kuesioner/>.