



**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ANDALAS**

**SKRIPSI**

**PENGARUH DIMENSI KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN PADA SALON MUSLIMAH BEAUTY CARE  
DI KOTA PADANG**


**Oleh:**

**ENDANG WIDIASTUTI  
07 954 001**

**Mahasiswa Program Strata Satu (S-1) Jurusan Manajemen**

*Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi*

**PADANG  
2010**

	No. Alumni Universitas	<b>ENDANG WIDIASTUTI</b>	No. Alumni Fakultas
	<p align="center"><b>Biodata</b></p> <p>a) Tempat / Tgl. Lahir : Bandung / 23 Agustus 1985, b) Nama Orang Tua : Nanang Sutisna dan Suaidah, c) Fakultas : Ekonomi Program S1 Ekstensi d) Jurusan : Manajemen e) No BP : 07954001 f) Tgl. Lulus : 12 Februari 2010 g) Predikat Lulus : Sangat Memuaskan h) IPK : 3,47 i) Lama Studi : 2 tahun 6 bulan j) Alamat Orang Tua : Jl. Jati 7 / 17 Padang.</p>		

**PENGARUH DIMENSI KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA SALON MUSLIMAH BEAUTY CARE DI KOTA PADANG**

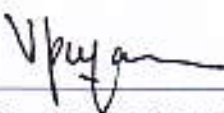
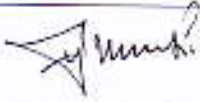

Skripsi S1 oleh **Endang Widiastuti**, Pembimbing **Dr. Vera Pujani, SE. MM**

**Abstrak**

Produk jasa berkualitas mempunyai peranan penting untuk membentuk kepuasan pelanggan. Semakin berkualitas produk dan jasa yang diberikan, maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan semakin tinggi. Bila kepuasan semakin tinggi akan terus melakukan pembelian pada badan usaha tersebut. Dengan kata lain penerapan kualitas jasa yang baik akan dapat memuaskan pelanggan dan pada akhirnya akan membuat pelanggan loyal. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan dan empati terhadap loyalitas pelanggan dan mengetahui variabel kualitas pelayanan yang paling dominan mempengaruhi loyalitas pelanggan. Menggunakan regresi berganda, hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan yang terdiri dari 5 dimensi yaitu bukti fisik, keandalan, jaminan, ketanggapan dan empati terhadap loyalitas pelanggan baik secara individu maupun secara bersama-sama. Variabel yang paling dominan adalah bukti fisik dilihat dari besarnya koefisien regresi 0,279.

**Keyword** : Kualitas Pelayanan, Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan

Skripsi ini telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal 12 Februari 2010, telah disetujui oleh pembimbing dan penguji :

Tanda Tangan	1. 	2. 	3. 
Nama Terang	<b>Dr. Vera Pujani, SE. MM</b>	<b>Yanti, SE. MM</b>	<b>Eri Besra, SE. MM</b>

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen : **Dr. Harif Amali Rivai, SE, M.Si**  
NIP. 197110221997011001

  
Tanda Tangan

Alumnus telah terdaftar ke Fakultas / Universitas Andalas dan mendapat Nomor Alumnus :

	Petugas Fakultas / Universitas	
No. Alumni Fakultas :	Nama :	Tanda Tangan :
No. Alumni Universitas :	Nama :	Tanda Tangan :



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Sektor jasa sangat beragam, misalnya *World Trade Organization* (Segal Horn dalam Tjiptono 2005) mengelompokkannya kedalam 12 kategori utama yaitu jasa *financial*, komunikasi, transportasi, asuransi, konstruksi, pendidikan, bisnis, kesehatan, perlagangan, personal seperti salon, hotel, dan rekreasi. Seiring dengan berjalannya waktu, jasa bukan saja hadir sebagai produk utama, namun juga dalam wujud layanan pelengkap dalam pembelian produk fisik. Bila ditinjau dari sudut pandang perusahaan, salah satu cara efektif untuk melakukan diferensiasi dan *positioning* unik adalah melalui perancangan dan penyampaian jasa atau layanan spesifik. Hal ini berdampak strategik pada strategi bersaing perusahaan (Tjiptono, 2005).

Sebagai contoh bisnis utama adalah salon kecantikan bergeser dari sekedar menyediakan layanan jasa seperti potong rambut, *facial* dan lain-lain menjadi usaha melayani dan memuaskan pelanggan disertai dengan usaha menyediakan suasana yang nyaman bagi mereka yang melakukan perawatan. Karena itu di beberapa salon kecantikan memberikan ekstra plus seperti *music* terapi yang akan memberikan suasana tenang, *snack* serta minuman sebagai ucapan selamat datang.

Setiap perusahaan sekarang ini menghadapi persaingan yang sangat ketat, terlebih perusahaan yang bergerak dibidang jasa. Dalam memilih jasa salon yang baik, konsumen akan mempertimbangkan berbagai atribut yang terkandung didalamnya, karena atribut tersebut akan membentuk persepsi dalam benak

konsumen mengenai kualitas pelayanan dari salon tersebut (Sheila, 2006). Konsumen akan sangat berhati-hati dalam membelanjakan uang dan mempertimbangkan banyak faktor untuk memilih sebuah produk. Suatu produk hanya memiliki daya saing bila keunggulan produk tersebut terletak pada keunikan serta kualitas pelayanan jasa tersebut kepada pelanggan (Sitaniapessy, 2006). Produk jasa berkualitas mempunyai peranan penting untuk membentuk kepuasan pelanggan. Semakin berkualitas produk dan jasa yang diberikan, maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan semakin tinggi. Bila kepuasan semakin tinggi akan terus melakukan pembelian pada badan usaha tersebut ( Kotler dalam Musanto 2004). Dengan kata lain penerapan kualitas jasa yang baik akan dapat memuaskan pelanggan dan pada akhirnya akan membuat pelanggan loyal.

Semua wanita pada dasarnya cantik. Akan tetapi bagaimana tetap menjaga dan memelihara kecantikan itu. Salah satunya dengan melakukan perawatan di salon kecantikan. Terlebih bagi wanita karir yang tinggal diperkotaan dengan gaya hidup mereka dituntut untuk tampil cantik. Mereka rela menghabiskan uangnya demi menjaga kebugaran dan kecantikan. Kulit sehat dan wajah berseri tanpa bintik-bintik kecil bekas jerawat menjadi impian banyak wanita. Dengan kesibukan sehari-hari yang menyita waktu dan tenaga menyebabkan wanita karir menghabiskan jadwal akhir pekan untuk berlama-lama di tempat perawatan (Stella, Citra Wanita Indonesia, 2009).

Seiring berjalannya waktu, bagi wanita berjilbab tidak tertutup kemungkinan untuk dapat menikmati pelayanan di salon. Rambut adalah mahkota wanita, meskipun berjilbab menjaga dan merawat kesehatan kulit kepala juga perlu dilakukan. Dengan hadirnya Muslimah *Beauty Care* di kota Padang, yakni salah satu



## BAB VI

### PENUTUP

#### 6.1 Kesimpulan

Adanya pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan yang terdiri dari 5 (lima) dimensi yaitu bukti fisik / *tangibles*, keandalan / *reliability*, jaminan / *assurance*, ketanggapan / *responsiveness* dan empaty terhadap loyalitas pelanggan, baik secara individu maupun secara bersama – sama.

Diantara kelima dimensi kualitas pelayanan tersebut, bukti fisik / *tangibles* merupakan variabel yang paling dominan mempengaruhi loyalitas pelanggan pada Salon Muslimah *Beauty Care*.

#### 6.2 Keterbatasan Penelitian dan Saran bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini mempunyai beberapa keterbatasan yaitu dalam pemilihan variabel yang seperti disebutkan dalam penelitian ini, hal tersebut disebabkan masih terbatasnya penelitian yang menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Selain itu penelitian ini hanya dilakukan pada satu tempat, sehingga peneliti tidak melakukan uji perbandingan loyalitas pelanggan lebih dari satu tempat penelitian. Mungkin untuk penelitian yang akan datang dapat menambahkan tempat lain atau lebih dari satu salon khusus wanita yang ada di kota Padang

## DAFTAR PUSTAKA

- Atmawati, dan Wahyudin. 2004. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Matahari Departemen Store di Solo Grand Mall*. Versi online [http://www.eprints.ums.ac.id/1834/1/2\\_Rustika.pdf](http://www.eprints.ums.ac.id/1834/1/2_Rustika.pdf), [16 Oktober 2008].
- Dharmayanti, Diah. 2006. *Analisis Dampak Service Performance dan Kepuasan Sebagai Moderating Variable Terhadap Loyalitas Nasabah*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 1 (1), 35-43.
- Edinov. 2008. *Pengaruh Faktor Demografi dan Gaya Hidup Terhadap Proses Keputusan Konsumen Memilih Berbelanja pada Dept. Store dan Supermarket Suzuya Padang*. [Skripsi]. Padang, Fakultas Ekonomi Universitas Andalas.
- Fitri. 2004. *Analisa Kepuasan Pelanggan terhadap Kualitas Jasa Pelayanan: Studi kasus Salon Johnny Andrean Cab. Padang*. [Skripsi]. Padang, Fakultas Ekonomi Universitas Andalas.
- Ghozali, Imam. 2000. *Multivariate Statistik*. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hair, Joseph. F, et al. 1998. *Multivariate Data Analysis*. Prentice Hall Internatioanal. Inc. New Jersey
- Hendrik, dan Sitaniapessy, A. P. 2006. *Kualitas Jasa Pelayanan Dalam Upaya Peningkatan Kepuasan Konsumen*. *Jurnal Eknomi & Bisnis*, No.1 jilid 11.
- [http://digilib.petra.ac.id/.../jiunkpe-ns-s1-2007-31403345-8394-prapen\\_indah\\_chapter3.pdf](http://digilib.petra.ac.id/.../jiunkpe-ns-s1-2007-31403345-8394-prapen_indah_chapter3.pdf)
- <http://old.freedrive.com/public/15610/Bah%2011.doc>. *Analisis Pengaruh Beberapa Variabel pada Loyalitas Pelanggan di Industri Perbankan Surabaya*. Tanggal akses 16 Oktober 2008
- Japariyanto, Laksmono, dan Khomariyah. 2007. *Analisa Kualitas Layanan Sebagai Pengukur Loyalitas Pelanggan Hotel Majapahit Surabaya Dengan Pemasaran Relasional Sebagai Variabel Intervening*. *Jurnal Manajemen Perhotelan*. Vol 3 (1), 34 – 42.
- Kaihatu. 2008. *Analisa Kesenjangan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen Pengunjung Plaza Tunjungan Surabaya*. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 10 (1), 66-83.
- Kotler, Philip. 2007. *Manajemen Pemasaran Jilid II*, Edisi Bahasa Indonesia. Indeks, Jakarta.