

**HUBUNGAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN SALON KECANTIKAN DI KECAMATAN  
PADANG BARAT**



**Hasanatul Hayati**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TATA RIAS DAN  
KECANTIKAN**

**JURUSAN KESEJAHTERAAN KELUARGA**

**FAKULTAS TEKNIK**

**UNIVERSITAS NEGERI PADANG**

**Wisuda Periode September 2012**

**PERSETUJUAN PEMBIMBING**

**HUBUNGAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN SALON KECANTIKAN DI KECAMATAN  
PADANG BARAT**

**Hasanatul Hayati**

Artikel ini disusun berdasarkan skripsi Hasanatul Hayati untuk persyaratan  
wisuda periode September 2012 dan telah diperiksa/disetujui oleh kedua  
pembimbing

Padang, 27 September 2012

Pembimbing I



Dra. Yusmar Emmy Katin, M.Pd  
NIP. 19480328 197501 2 001

Pembimbing II



Dra. Rahmiati, M.Pd  
NIP. 19620904 198703 2 003

## **Abstrak**

Tujuan penelitian ini adalah (1) untuk mengetahui kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan salon kecantikan di Kec.Padang Barat. (2) untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan yang berkunjung pada salon kecantikan di Kec.Padang Barat. (3) untuk mengetahui hubungan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada salon kecantikan di Kec.Padang Barat. Jenis penelitian ini termasuk penelitian deskriptif kuantitatif berbentuk korelasional, dengan sampel yang diambil yaitu pelanggan yang berkunjung ke salon sejumlah 37 orang. Pada penarikan sampel penulis menggunakan metode insidental sampling menggunakan angket yang sudah diuji validitas dan reliabilitasnya, kemudian angket dianalisis dengan statistik deskriptif, uji persyaratan analisis, analisis korelasi dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) kualitas layanan pada salon kecantikan di Kec.Padang Barat berada pada kategori tinggi. (2) kepuasan pelanggan pada salon kecantikan di Kec.Padang Barat berada pada kategori tinggi. (3) terdapat hubungan yang positif antara kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada salon kecantikan di Kec.Padang Barat.

## **Abstrack**

The purposes of this study are (1) to determine the quality of service provided to the customer of beauty salon in sub-district of West Padang. (2) to determine the level of satisfaction of customer who visit the beauty salon in sub-district of West Padang. (3) to determine the relationship of service quality to the customer satisfaction in the beauty salon. The research is descriptive quantitative research using correlation, where the samples are taken from 37 customers who visited the beauty salon. In the sampling, the researcher using method of incidental sampling which used questionnaire that had been tested validity and reliability, and questionnaires were analyzed with descriptive statistic, test requirements analysis, correlation analysis and hypothesis testing. The results showed that: (1) The quality of service at beauty salon in sub-district of West Padang in the position of High category. (2) Customer satisfaction at beauty salon in sub-district of West Padang in the position of High category. (3) There is positive relationship between service quality to the customer satisfaction in the beauty salon in sub-district of West Padang.

**HUBUNGAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN SALON KECANTIKAN DI KECAMATAN  
PADANG BARAT**

**Oleh: Hasanatul Hayati<sup>1</sup>, Yusmar Emmy Katin<sup>2</sup>, Rahmiati<sup>2</sup>**

**Program Studi Pendidikan Tata Rias Dan Kecantikan**

**FT Universitas Negeri Padang**

**Email: hasanatul\_hayati@yahoo.com**

**Abstrack**

The purposes of this study are (1) to determine the quality of service provided to the customer of beauty salon in sub-district of West Padang. (2) to determine the level of satisfaction of customer who visit the beauty salon in sub-district of West Padang. (3) to determine the relationship of service quality to the customer satisfaction in the beauty salon. The research is descriptive quantitative research using correlation, where the samples are taken from 37 customers who visited the beauty salon. In the sampling, the researcher using method of incidental sampling which used questionnaire that had been tested validity and reliability, and questionnaires were analyzed with descriptive statistic, test requirements analysis, correlation analysis and hypothesis testing. The results showed that: (1) The quality of service at beauty salon in sub-district of West Padang in the position of High category. (2) Customer satisfaction at beauty salon in sub-district of West Padang in the position of High category. (3) There is positive relationship between service quality to the customer satisfaction in the beauty salon in sub-district of West Padang.

Keywords: kualitas layanan, kepuasan pelanggan.

- 
1. Mahasiswa penulis Skripsi Prodi Pendidikan Tata Rias Dan Kecantikan untuk wisuda periode September 2012.
  2. Dosen Kesejahteraan Keluarga FT Universitas Negeri Padang.

## **A. Pendahuluan**

Saat ini kepuasan pelanggan menjadi fokus perhatian oleh hampir semua pihak, baik pemerintah, pelaku bisnis, konsumen dan sebagainya. Hal ini disebabkan semakin baiknya pemahaman mereka atas konsep kepuasan pelanggan sebagai strategi untuk memenangkan persaingan di dunia bisnis. Meskipun demikian tidaklah mudah untuk mewujudkan kepuasan secara menyeluruh. Pelanggan yang dihadapi saat ini berbeda dengan pelanggan pada beberapa dasawarsa lalu. Pelanggan sekarang semakin terdidik dan menyadari hak-haknya. Oleh karena itu, dapatlah dipahami bahwa tidak realistis bila suatu perusahaan mengharapkan tidak ada pelanggan yang tidak puas. Namun tentu saja setiap perusahaan harus berusaha meminimalkan ketidakpuasan pelanggan dengan memberikan pelayanan yang semakin baik. Dan pada saat bersamaan perusahaan perlu pula memperhatikan pelanggan yang merasa tidak puas.

Dalam menciptakan kepuasan pelanggan, perusahaan harus dapat meningkatkan kualitas layanannya (*service quality*). Kepuasan pelanggan ini dapat diciptakan melalui kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan kepada para pelanggannya. Semakin baik kualitas layanannya, akan semakin tinggi pula kepuasan pelanggan terhadap perusahaan tersebut. Tingginya kualitas layanan juga tidak lepas dari dukungan internal perusahaan, terutama dukungan dari sumber daya manusianya (Chen, 2007:35). Oleh karena itu, agar tidak terjadinya penurunan tingkat kepuasan pelanggan yang berkunjung ke salon, maka penyedia jasa salon kecantikan harus memperhatikan dan meningkatkan kualitas layanannya

agar pelanggan merasa puas dan terus menjadi pelanggan salon tersebut serta tidak pindah ke salon lain.

Kotler (2005:70) menyatakan bahwa kepuasan adalah suatu perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan harapan seseorang tersebut terhadap suatu produk/jasa dengan kenyataan yang diterima dan dirasakan. Sehingga, jika kinerja berada dibawah harapan, maka pelanggan akan merasa tidak puas dan menyebabkan penurunan jumlah pelanggan serta pelanggan tidak tertarik lagi menggunakan jasa perusahaan sehingga akan menurunkan laba perusahaan.

Mackenzie & Olshavsky (1996) menyatakan ada 3 (tiga) kriteria untuk mengukur kepuasan pelanggan dalam suatu perusahaan, yaitu a) Kesetiaan/loyalitas, b) Komplain, dan c) Partisipasi. Pertama, loyalitas/kesetiaan berkaitan dengan perilaku atau sikap puas pelanggan terhadap suatu produk/jasa dan cenderung untuk terus menggunakannya. Kedua, komplain berkaitan dengan refleksi harapan pelanggan terhadap produk/jasa yang tidak sesuai dengan harapan. Ketiga, partisipasi berkaitan dengan keinginan pelanggan untuk ikutserta dalam menawarkan/memberikan informasi mengenai produk/jasa dari suatu perusahaan kepada teman atau rekan yang lain. Oleh karena itu, untuk mencapai kepuasan pelanggan, perusahaan seperti salon kecantikan harus memperhatikan kinerja perusahaan dengan harapan pelanggan.

Parasuraman dkk (2004.p.44) menyatakan bahwa kualitas layanan merupakan persepsi pelanggan terhadap keunggulan suatu layanan.

Persepsi yang baik tersebut akan timbul apabila pelanggan memiliki pengalaman yang baik dan merasa puas terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh suatu badan usaha. Demikian halnya apabila pelanggan memiliki pengalaman yang buruk sehingga tidak puas dengan kualitas layanan yang diberikan maka akan timbul persepsi yang buruk. Oleh karena itu, ada 5 (lima) dimensi yang perlu diperhatikan oleh suatu perusahaan seperti salon kecantikan, yaitu a) *Tangible* (berwujud atau fisik), b) *Responsiveness* (ketanggapan), c) *Assurance* (jaminan), d) *Emphaty*, dan e) *Reliability* (kehandalan).

Pertama, *tangible* yaitu persepsi pelanggan terhadap seluruh bukti fisik salon kecantikan, yang meliputi: kenyamanan ruangan, kerapian penampilan karyawan, kelengkapan dan peralatan salon. Kedua, *responsiveness* yaitu persepsi pelanggan salon kecantikan terhadap kemampuan dan perhatian penuh dari pihak salon dalam memberikan layanan dengan waktu yang cepat. Ketiga, *assurance* yaitu pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan karyawan untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan pada pelanggan salon kecantikan. Keempat, *emphaty* yaitu keseriusan karyawan salon dalam melayani keluhan pelanggan dan kemampuan karyawan salon kecantikan dalam berkomunikasi dengan baik dengan pelanggan. Kelima, *reliability* yaitu persepsi pelanggan terhadap kemampuan karyawan salon kecantikan untuk memberikan layanan yang dapat diandalkan dan tepat seperti yang dijanjikan.

Dari penjelasan tersebut, dapat kita ketahui bahwa pelayanan yang berkualitas terletak pada kemampuan suatu perusahaan (salon kecantikan) dalam menyajikan atau memenuhi apa yang dijanjikannya kepada pelanggan. Ketidakpuasan pada salah satu atau lebih dari dimensi layanan tersebut tentunya akan memberikan kontribusi terhadap tingkat layanan secara keseluruhan, sehingga upaya untuk meningkatkan kualitas layanan untuk masing-masing dimensi layanan harus tetap menjadi perhatian. Oleh karena itu, jasa yang berkualitas mempunyai peranan penting untuk membentuk kepuasan pelanggan. Sehingga, semakin berkualitas produk dan layanan yang diberikan oleh industri jasa salon kecantikan, kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan semakin tinggi.

Berdasarkan uraian di atas, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui ada tidaknya hubungan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dengan mendeskripsikan persentase tingkat kualitas layanan dan kepuasan pelanggan pada salon kecantikan di Kec. Padang Barat.

## **B. Metode Penelitian**

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif yang bersifat korelasional. Metode deskriptif korelasional adalah penelitian yang melibatkan tindakan pengumpulan data guna menentukan apakah ada hubungan dan tingkat hubungan antara dua variabel atau lebih (Sukardi, 2003). Sampel dalam penelitian ini berjumlah 37 pelanggan yang diambil dari 3 (tiga) salon di Kec. Padang Barat yaitu, Muslimah Beauty Care, Mei Mei Salon dan Lily Salon. Sedangkan dalam pengambilan sampel, penulis



menggunakan metode Insidental Sampling yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan dan siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sebagai sampel (Tresnati, 2007:64).

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yaitu data mengenai kualitas layanan yang terdiri dari *tangible*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty* dan *reliability* dan kepuasan pelanggan yang terdiri dari kesetiaan, komplain dan partisipasi di salon kecantikan yang diperoleh dari hasil pengisian angket oleh pelanggan yang berkunjung ke salon kecantikan. Sedangkan sumber data diperoleh dari sampel yang mengisi angket yang diberikan. Angket yang telah terkumpul tersebut diuji validitas dan reliabilitasnya, kemudian angket dianalisis dengan statistik deskriptif, uji persyaratan analisis, analisis korelasi dengan menggunakan teknik korelasi Product Moment dan uji hipotesis dengan uji signifikansi.

### **C. Hasil dan Pembahasan**

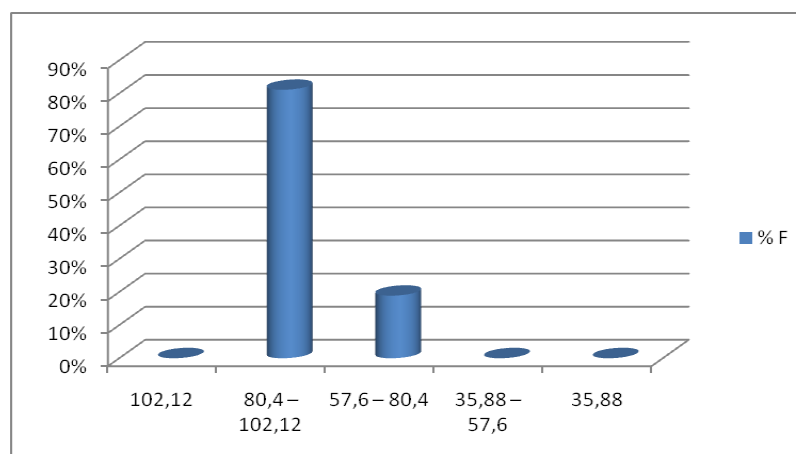
Berdasarkan data variabel kualitas layanan yang dikumpulkan melalui angket yang terdiri dari 23 butir pertanyaan yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya, diketahui bahwa distribusi skor jawaban menyebar dari skor terendah 66 dan tertinggi 101. Berdasarkan distribusi skor tersebut didapat rata-rata (*mean*) sebesar 85.16, skor tengah (*median*) 87.00, skor yang banyak muncul (*mode*) 87.00, dan simpangan baku (*standar deviation*) 8.15. Untuk memperoleh gambaran yang jelas tentang

distribusi frekuensi data kualitas layanan salon kecantikan dapat dilihat pada Tabel 1 berikut ini.

Tabel 1. Kategori Kualitas Layanan Salon Kecantikan

No.	Rentangan	F	% F	Kategori
1	$\geq 102,12$	-	-	Sangat Tinggi
2	80,4 – 102,12	30	81,1 %	Tinggi
3	57,6 – 80,4	7	18,9 %	Sedang
4	35,88 – 57,6	-	-	Rendah
5	$< 35,88$	-	-	Sangat Rendah
<b>Jumlah</b>		<b>37</b>	<b>100 %</b>	

Berdasarkan Tabel 1 diatas dapat disimpulkan bahwa tingkat pencapaian kategori kualitas layanan dikategorikan 30 orang (81,8%) pelanggan menyatakan kualitas layanan salon kecantikan tinggi dan 7 orang (18,9%) pelanggan menyatakan kualitas layanan salon kecantikan sedang. Dari penjelasan tersebut dapat diketahui bahwa kualitas layanan pada salon kecantikan tergolong dalam kategori **Tinggi**. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 1 berikut ini.



Gambar 2. Bagan Persentase Frekuensi Data Kualitas Layanan Salon Kecantikan

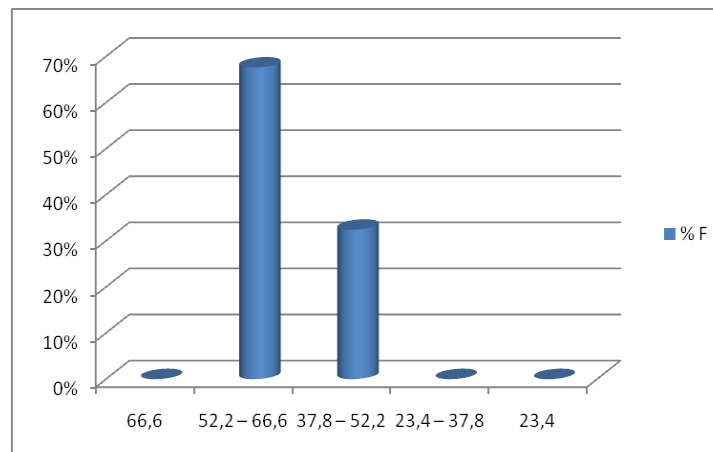
Sedangkan data variabel kepuasan pelanggan yang dikumpulkan melalui angket yang terdiri dari 15 butir pertanyaan yang telah diuji

validitas dan reliabilitasnya, diketahui bahwa distribusi skor jawaban menyebar dari skor terendah 39 dan tertinggi 65. Berdasarkan distribusi skor tersebut didapat rata-rata (*mean*) sebesar 54.49, skor tengah (*median*) 56.00, skor yang banyak muncul (*mode*) 58.00 dan simpangan baku (*standart deviation*) 6.37. Untuk memperoleh gambaran kepuasan pelanggan salon kecantikan maka dapat dilihat pada Tabel 2 berikut ini.

Tabel 2. Kategori Kualitas Layanan Salon Kecantikan

No.	Rentangan	F	% F	Kategori
1	$\geq 66,6$	-	-	Sangat Tinggi
2	52,2 – 66,6	25	67,6 %	Tinggi
3	37,8 – 52,2	12	32,4 %	Sedang
4	23,4 – 37,8	-	-	Rendah
5	$< 23,4$	-	-	Sangat Rendah
<b>Jumlah</b>		<b>37</b>	<b>100 %</b>	

Berdasarkan Tabel 2 diatas dapat disimpulkan bahwa tingkat pencapaian kategori kualitas layanan dikategorikan baik 25 orang (67,6%) pelanggan mempunyai tingkat kepuasan tinggi dan 12 orang (32,4%) pelanggan mempunyai tingkat kepuasan sedang. Dari penjelasan tersebut dapat diketahui bahwa kepuasan pelanggan pada salon kecantikan tergolong dalam kategori **Tinggi**. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 2 berikut ini.



Gambar 3. Bagan Persentase Frekuensi Data Kepuasan Pelanggan Salon Kecantikan

Kemudian, pada hasil perhitungan dengan menggunakan teknik korelasi Product Moment dan SPSS diperoleh harga koefisien sebesar  $r_{hitung} = 0,466$  dengan  $r_{tabel} = 0,325$  dengan  $n = 37$ , sehingga pada uji korelasi product moment diperoleh  $r_{hitung} > r_{tabel}$  sebesar  $0,466 > 0,325$ , maka  $H_0$  ditolak. Sedangkan interpretasi nilai  $r$  menurut kriteria penafsiran tergolong **cukup kuat**. Seperti yang dikemukakan pada Tabel 3 berikut ini.

Tabel 3. Perbandingan Korelasi  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$

$r_{tabel}$	$r_{hitung}$	Korelasi
0,325	0,446	Berarti dan cukup kuat

Setelah diketahui besarnya hubungan variabel X dengan variabel Y pada tingkat signifikansi 5% selanjutnya dilakukan uji signifikansi untuk mengetahui apakah koefisien korelasi berarti atau tidak. Dari perhitungan didapat nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  sebesar  $2,97 > 1,68$  yang menunjukkan hipotesis diterima yaitu terdapatnya hubungan yang positif dan berarti antara

kualitas layanan (X) dengan kepuasan pelanggan pada salon kecantikan di Kec.Padang Barat (Y).

Berdasarkan hasil penelitian tersebut menunjukkan kualitas layanan termasuk kedalam kategori tinggi dan kepuasan pelanggan juga termasuk dalam kategori tinggi. Hal ini dikarenakan salon kecantikan mampu mengoptimalkan kualitas layanan dengan baik sehingga dapat menimbulkan kepuasan dan loyalitas pelanggan salon kecantikan. Selanjutnya dari uji hipotesis juga diketahui bahwa terdapat hubungan hubungan yang signifikan antara kualitas layanan dengan kepuasan pelanggan pada salon kecantikan di Kec.Padang Barat.

#### **D. Simpulan dan Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang meliputi dua variabel yaitu kualitas layanan (X) dan kepuasan pelanggan (Y) pada salon kecantikan di Kec.Padang Barat menunjukkan, bahwa kualitas layanan pada salon kecantikan di Kec.Padang Barat termasuk dalam kriteria tinggi dimana berdasarkan jawaban responden diketahui bahwa 30 orang dari total 37 responden memiliki rata-rata persentase kualitas layanan sebesar 81,1%. Sedangkan kepuasan pelanggan pada salon kecantikan di Kec.Padang Barat juga termasuk dalam kriteria tinggi dimana berdasarkan jawaban responden diketahui bahwa 25 orang dari total 37 responden memiliki rata-rata persentase kepuasan pelanggan sebesar 67,6%. Selanjutnya, berdasarkan hasil analisis yang didapatkan dalam penelitian ini bahwa terdapatnya hubungan yang positif antara kualitas layanan dengan

kepuasan pelanggan. Hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien korelasi yang tinggi, yaitu  $r_{hitung} > r_{tabel}$  sebesar  $0,446 > 0,325$  yang diperkuat dengan uji hipotesis yang diperoleh sebesar  $t_{hitung} > t_{tabel}$  sebesar  $2,97 > 1,68$ .

Oleh karena itu, dengan melihat adanya hubungan antara kualitas layanan dengan kepuasan pelanggan, diharapkan pihak perusahaan dan karyawan yang bekerja di salon kecantikan lebih menekankan dan memberikan perhatian pada dimensi *tangible* (bukti fisik), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *emphaty* dan *reliability* (kehandalan). Hal ini bisa dilakukan dengan lebih memperhatikan terhadap bukti langsung berupa fasilitas fisik (gedung, peralatan/teknologi, dan pegawai), seperti menyediakan ruangan yang nyaman, bersih dilengkapi dengan ruang tunggu dan sarana parkir yang memadai.

**Catatan:** artikel ini disusun berdasarkan skripsi penulis dengan Pembimbing I Dra.Yusmar Emmy Katin, M.Pd dan Pembimbing II Dra.Rahmiati, M.Pd.

### **Daftar Pustaka**

- Chen, Cheng-Nan. 2007. *The Relation among Social Capital, Entrepreneurial Orientation, Organizational Resources and Entrepreneurial Performance for New Ventures, Contemporary Management Research*, National Cheng Kung University.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong, 1996, *Principles Of Marketing*, Seventh Edition, International Editrion, Prentice Hall, Inc., Englewood Cliffs, New Jersey.

- Kotler , P. dan Keller , K.L. 2007. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kedua Belas Jilid 1. Edisi Bahasa Inggris. Pearson Education, Inc. Upper Saddler River, New Jersey, 07458, Edisii Bahasa Indonesia, pada PT. INDEKS
- MacKenzie and R.W Olshavsky.(1996). *A. Reexamination of the determinants of Consumer*. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Parasuraman, A. Valerie, 2001. (Diterjemahkan oleh Sutanto) *Delivering Quality Service*. The Free Press, New York.
- Rochaety, Ety, Ratih Tresnati, dan Abdul Madjid Latief, 2007. *Metodologi Penelitian Bisnis: Dengan Aplikasi SPSS*. Edisi Pertama, Penerbit Mitra Wacana Media, Jakarta.
- Sukardi. 2003. *Metodelogi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.