

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Jasmine Salon Beauty Dan SPA Kabupaten Toraja Utara

Meryani Borong

Universitas Kristen Indonesia Toraja
Email: meryaniborong@gmail.com

Althon K. Pongtuluran

Universitas Kristen Indonesia Toraja
Email: althonkp@yahoo.co.id

Astriwati Biringkanae

Universitas Kristen Indonesia Toraja
Email: astri.biringkanae07@gmail.com

Abstract: *"The Influence of Service Quality and Customer Loyalty at Jasmine Beauty Salons and Spa North Toraja District". The purpose of this study was to find out whether there is an influence of service quality and customer satisfaction on customer loyalty in the Jasmine Beauty Salons and Spa in Tallunglipu Sub-District, North Toraja District. Data collection procedures from this study are: observation, questionnaires, and documentation. The data analysis technique is quantitative with multiple linear regression tests. The results of calculations with the F test obtained the results of F count 43,165 with F table 3.090. Based on the results of calculations with the T test on the cooperative image variable, the result is T count (2,734) < T table (1,986) and on the service quality variable, the result is T count (4,458) > T table (1,986). The conclusion of this study is that the service quality variable has no effect on loyalty customer at the Jasmine Beauty Salons and Spa North Toraja District and the customer satisfaction variable has an effect on loyalty customer at the Jasmine Beauty Salons and Spa North Toraja District.*

Keywords: *Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty*

Abstrak: "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Jasmine Beauty Salon dan Spa Kabupaten Toraja Utara". Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada jasmine beauty salon dan spa di kecamatan Tallunglipu Kabupaten Toraja Utara. Prosedur pengumpulan data dari penelitian ini yaitu: observasi, kuesioner, dan dokumentasi. Teknik analisis data adalah kuantitatif dengan uji regresi linear berganda. Hasil perhitungan dengan uji F diperoleh hasil F hitung 43,165 dengan F tabel 3,090. Berdasarkan hasil perhitungan dengan uji T pada variabel kualitas pelayanan hasil T hitung (2,734) > T tabel (1,986) dan pada variabel kepuasan pelanggan hasil T hitung (4,458) > T tabel (1,986). Kesimpulan dari penelitian ini adalah variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Jasmine Beauty Salon dan Spa Kabupaten Toraja Utara dan variabel kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Jasmine Beauty Salon dan zSpa Kabupaten Toraja Utara.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan

LATAR BELAKANG

Perkembangan industri jasa beberapa tahun belakang ini sangatlah pesat, salah satunya adalah dibidang jasa salon kecantikan. Salon kecantikan banyak muncul karena dipengaruhi faktor gaya hidup dan tren mode yang berlaku di masyarakat, khususnya untuk para wanita yang memperhatikan penampilannya. Maka dari itu tidak heran jika salon

kecantikan tetap menjadi industri jasa yang berkembang pesat pada saat ini. Salon kecantikan bisa disebut sebagai bisnis yang menjanjikan karena semua wanita pasti ingin selalu cantik dan salah satu cara untuk menjadi cantik adalah dengan merawat diri di salon.

Pada saat sekarang ini setiap perusahaan yang ingin berkembang dan mendapatkan kepuasan dari pelanggan harus memberikan nilai yang lebih terhadap berbagai kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggannya. Dengan terciptanya sebuah kepuasan bagi seorang pelanggan bisa memberikan berbagai manfaat seperti hubungan antara perusahaan dengan pelanggan menjadi harmonis. Kualitas pelayanan adalah perbandingan antara layanan yang dirasakan atau persepsi pelanggan dengan kualitas layanan yang diharapkan pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik menurut penyedia jasa tidak berarti juga baik menurut pelanggan karena pelanggan akan membandingkan dengan persepsi masing-masing terhadap pelayanan yang mereka harapkan dengan yang mereka dapatkan, sehingga jika penyedia jasa ingin mengetahui apakah pelayanan yang diberikan sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan maka dapat dilihat dari tingkat loyalitas pelanggannya.

Kualitas pelayanan adalah perbandingan antara layanan yang dirasakan atau persepsi pelanggan dengan kualitas layanan yang diharapkan pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik menurut penyedia jasa tidak berarti juga baik menurut pelanggan karena pelanggan akan membandingkan dengan persepsi masing-masing terhadap pelayanan yang mereka harapkan dengan yang mereka dapatkan, sehingga jika penyedia jasa ingin mengetahui apakah pelayanan yang diberikan sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan maka dapat dilihat dari tingkat loyalitas pelanggannya.

Kepuasan pelanggan yang baik tentunya akan diikuti dengan kesetiaan (loyalitas) yang merupakan salah satu faktor paling utama dalam meningkatkan pemasaran serta pendapatan suatu perusahaan penyedia jasa. Dengan memahami hal tersebut, maka perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan yang pada akhirnya akan menumbuhkan dan meningkatkan loyalitas pelanggan yaitu dengan cara berusaha memaksimalkan pengalaman yang menyenangkan dan meniadakan pengalaman yang kurang menyenangkan bagi pelanggan. Loyalitas pelanggan menggambarkan pelanggan yang tidak hanya puas tetapi juga senang dengan produk dan pelayanan. Memiliki pelanggan yang royal memungkinkan perusahaan untuk mengembangkan dan mempertahankan hubungan pelanggan dalam jangka panjang.

Loyalitas pelanggan sangat penting bagi perusahaan yang menjaga kelangsungan usahanya. Pelanggan yang setia adalah mereka yang sangat puas dengan produk dan pelayanan tertentu, sehingga mempunyai antusiasme untuk memperkenalkannya kepada

siapapun yang mereka kenal. Loyalitas pelanggan dapat tercermin dari kebiasaan pelanggan dalam melakukan pembelian barang atau jasa secara terus-menerus dengan berulang-ulang. Pelanggan yang sudah memiliki loyalitas terhadap suatu merek barang atau jasa maka pelanggan tidak akan lagi mempertimbangkan untuk membeli produk atau jasa lain selain produk yang disukai oleh pelanggan. Loyalitas pelanggan adalah kondisi dimana pelanggan mempunyai sikap positif terhadap sebuah produk, mempunyai komitmen terhadap produk tersebut dan bermaksud melakukan pembelian ulang di masa yang akan datang (Martha, 2015).

KAJIAN TEORITIS

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan juga dapat diartikan sebagai jasa atau service yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan hubungan, kemampuan, dan keramahan yang diajukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan yang diharapkan oleh para konsumen atau pelanggan (Rahmatika, 2019).

Kualitas pelayanan adalah tindakan atau kemampuan karyawan dalam suatu perusahaan yang dilakukan dengan penuh komitmen untuk memberikan pelayanan yang terbaik dan bermutu kepada konsumen sesama karyawan, maupun pimpinan perusahaan (Sari, 2022).

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diterapkan. Pelanggan adalah orang yang paling penting yang harus ditemui langsung atau disurati. Pelanggan bukan pengganggu pekerja kita, kita jangan anggap bermurah hati ketika melayaninya (Apriyani & Sunarti, 2017).

Kepuasan Pelanggan merupakan respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dengan kinerja aktual yang dirasakan setelah pemakaian (Rangkuti dalam Biringkanan, 2018).

Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan adalah kesetiaan pelanggan yang dipresentasikan dalam pembelian yang konsisten terhadap produk atau jasa sepanjang waktu dan ada sikap yang baik untuk merekomendasikan orang lain untuk membeli produk. Indikasi loyalitas yang sesungguhnya diperlukan suatu pengukuran terhadap sikap yang dikombinasikan dengan pengukuran terhadap perilaku (Nadra, 2017).

Loyalitas pelanggan adalah komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang di sukai di masa depan, meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih (Kotler & Keller, 2016).

Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empiric (Lawasi, 2020).

H₁ : Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Jasmine Beauty Salon dan Spa.

H₂ : Kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Jasmine Beauty Salon dan Spa.

H₃ : Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Jasmine Beauty Salon dan Spa.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian deskriptif kuantitatif yaitu penelitian yang digunakan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, menganalisis dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya (Sugiyono, 2020).

Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2020). Maka populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Jasmine Beauty Salon dan Spa.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2020). Pengambilan sampel menggunakan teknik accidental sampling. Accidental sampling merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel (Sugiyono, 2020).

Prosedur Pengumpulan Data

Prosedur pengumpulan data-data yang relevan yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Observasi yaitu teknik pengamatan langsung pada objek penelitian dengan tujuan agar dapat melihat secara langsung aktivitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan.
2. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawabnya (Sugiyono, 2019)
3. Dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka, dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian (Oriando, 2021).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Respondem

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia dan Jenis Kelamin

		Usia			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17-25	68	70.1	70.1	70.1
	26-35	20	20.6	20.6	90.7
	36-45	3	3.1	3.1	93.8
	46-55	4	4.1	4.1	97.9
	56-65	2	2.1	2.1	100.0
	Total	97	100.0	100.0	

		Jenis Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Perempuan	97	100.0	100.0	100.0

Uji Validitas

Tabel 2. Hasil Pengujian Validitas

Variabel	Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan(X ₁)	X1.1	0,417	0,199	Valid
	X1.2	0,479	0,199	Valid
	X1.3	0,486	0,199	Valid
	X1.4	0,608	0,199	Valid
	X1.5	0,666	0,199	Valid
	X1.6	0,590	0,199	Valid
	X1.7	0,536	0,199	Valid
	X1.8	0,612	0,199	Valid
	X1.9	0,594	0,199	Valid
	X1.10	0,557	0,199	Valid
Kepuasan Pelanggan(X ₂)	X2.1	0,808	0,199	Valid
	X2.2	0,821	0,199	Valid
	X2.3	0,609	0,199	Valid
	X2.4	0,838	0,199	Valid
	X2.5	0,823	0,199	Valid

	X2.6	0,877	0,199	Valid
	X2.7	0,716	0,199	Valid
	X2.8	0,723	0,199	Valid
	X2.9	0,825	0,199	Valid
Loyalitas Pelanggan(Y)	Y1	0,693	0,199	Valid
	Y2	0,834	0,199	Valid
	Y3	0,779	0,199	Valid
	Y4	0,853	0,199	Valid
	Y5	0,848	0,199	Valid
	Y6	0,716	0,199	Valid

Berdasarkan pada tabel uji validitas di atas menunjukkan bahwa semua pernyataan pada variabel adalah valid. Hal ini terlihat pada hasil nilai $r_{hitung} >$ nilai t_{tabel} yaitu 0,199 dengan tingkat signifikan (0,05).

Uji Reabilitas

Tabel 3. Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Nilai Hitung Croanbach (α)	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X_1)	0,754	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (X_2)	0,898	Reliabel
Loyalitas Pelanggan (Y)	0,876	Reliabel

Pada variabel Kualitas Pelayanan (X_1) diperoleh hasil 0,754 , pada variabel Kepuasan Pelanggan (X_2) diperoleh hasil 0,898 dan pada variabel Loyalitas Pelanggan (Y) diperoleh hasil 0,876 sehingga ketiga variabel tersebut reliable karena nilai croanbach (α) lebih besar ($>$) 0,6.

Uji Asumsik Klasik

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		97
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0453138
	Std. Deviation	1.25517885
Most Extreme Differences	Absolute	.081
	Positive	.081
	Negative	-.069
Test Statistic		.081
Asymp. Sig. (2-tailed)		.198 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Uji Normalitas menggunakan statistik One-Sample Kolomongorov Smirnov dilakukan dengan melihat nilai sig $>$ 0,05 data terdistribusi normal. Berdasarkan hasil analisis

uji normalitas menggunakan Kolomongorov-Smirnov Test menunjukkan nilai Asymp. Sig. (2 tailed) sebesar $0,198 > \alpha 0,05$ yang berarti data tidak terdistribusi normal.

**Tabel 5. Hasil Uji Multikolineritas
Coefficients^a**

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kualitas Pelayanan	.852	1.174
	Kepuasan Pelanggan	.852	1.174

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil pengujian Multikolonieritas dapat diketahui semua variabel pada penelitian ini menunjukan nilai VIF yang rendah, dimana semuanya di bawah 10 dan nilai tolerance lebih dari 0,1. Hal ini berarti variabel-variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini menunjukan adanya gejala Multikolonieritas, yang berarti semua variabel tersebut dapat digunakan.

Tabel 6. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2.923	1.933		-1.512	.134
	Kualitas Pelayanan	.050	.038	.153	1.340	.184
	Kepuasan Pelanggan	.033	.078	.048	.418	.677

a. Dependent Variable: Unstandardized Residual

Berdasarkan hasil analisis uji Glejser menunjukkan nilai sig variabel kualitas pelayanan sebesar $0,184 > \alpha 0,05$ yang berarti tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dan nilai sig variabel kepuasan pelanggan sebesar $0.677 > 0,05$ yang berarti model regresi tidak terkena gejala heteroskedastisitas.

Tabel 7. Hasil Uji Autokolerasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.692 ^a	.479	.468	1.65771	2.487

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan kriteria dalam pengujian Durbin Watson dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi.

Uji Hipotesis Penelitian

Tabel 8. Hasil Uji Persamaan Regresi
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9.093	2.259		4.026	.000
Kualitas Pelayanan	.060	.050	.101	1.198	.234
Kepuasan Pelanggan	.391	.052	.638	7.539	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil Uji Persamaan Regresi diatas menunjukkan bahwa :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 9.093 + 0,060X_1 + 0,052X_2 + e$$

Berikut ini dapat disimpulkan dari persamaan regresi :

Variable X_1 berpengaruh positif terhadap variable Y karena konstanta sebesar 9,093 dan koefisien regresi X_1 sebesar 0,060. Yang artinya untuk setiap satu persen perubahan pada variabel X , terjadi peningkatan sebesar 0,060 pada variabel Y . Variable X_2 berpengaruh positif terhadap variable Y karena konstanta sebesar 9,093 dan koefisien regresi X_2 sebesar 0,391. Yang artinya untuk setiap satu persen perubahan pada variabel X , terjadi peningkatan sebesar 0,391 pada variabel Y .

Tabel 9. Hasil Uji t (Secara Parsial)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	8.346	2.033		4.106	.000
Kualitas Pelayanan	.124	.045	.290	2.734	.000
Kepuasan Pelanggan	.290	.065	.473	4.458	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil Signifikan jika signifikan $t = 0,05$ maka k mewakili jumlah variabel dan n mewakili jumlah responden. Tingkat kepercayaan yang digunakan adalah 95% sama dengan 5%

Sampel = 97 responden

Variabel = 2

Jadi derajat kebebasan yaitu $97 - 2 = 95$, maka t_{tabel} yang digunakan yaitu 1,986

a. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) Berdasarkan kriteria ditarik sebuah kesimpulan bahwa: Nilai thitung 2,734 > t_{tabel} 1,986 maka H_1 atau

hipotesis pertama diterima dan H0 ditolak. Jadi, dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan (H1) diterima atau berpengaruh secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan.

- b. Pengaruh Kepuasan Pelanggan (X2) Terhadap Loyalitas Pelanggan(Y) Berdasarkan kriteria ditariklah sebuah kesimpulan bahwa: Nilai thitung 4,458 > ttabel 1,986 maka H2 atau hipotesis kedua diterima dan H0 ditolak. Jadi, dapat disimpulkan bahwa Kepuasan Pelanggan (H2) diterima atau berpengaruh secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan.

Tabel 10. Hasil Uji F (Secara Simultan)
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	237.236	2	118.618	43.165	.000 ^b
	Residual	258.311	94	2.748		
	Total	495.546	96			

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan

Jadi, jelas dari hasil yang diperoleh diatas Fhitung 43.165 > Ftabel 3,090 dan sig 0,000 < 0,05 maka H1 dan H2 diterima dan dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan (X1) dan Kepuasan Pelanggan (X2) secara simultan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak.

Uji Koefisien Korelasi

Tabel 11. Hasil Uji Koefisien Korelasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.692 ^a	.479	.468	1.65771

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan

Dari hasil Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,692. Jadi terdapat hubungan yang sangat kuat antara variabel independen terhadap variabel dependen. Jadi, dapat disimpulkan bahwa terdapat keeratan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen yang sangat kuat.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 12. Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.692 ^a	.479	.468	1.65771

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan

Pada Tabel di atas, diperoleh nilai R Square (koefisien determinasi) sebesar 0,479 yang artinya pengaruh variabel Kualitas Pelayanan (X₁), Kepuasan Pelanggan (X₂) terhadap

variabel dependen Loyalitas Pelanggan Y sebesar 47,9% dan sisanya 52,1% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Jasmine Beauty Salon dan Spa Kabupaten Toraja Utara.

Pada hasil uji secara parsial ditemukan adanya pengaruh dari Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan. Hasil ini diperoleh berdasarkan uji t dimana t_{hitung} yang diperoleh sebesar 2,734 dan t_{tabel} sebesar 1,986 dengan tingkat signifikansi sebesar 5% atau dalam nilai pecahan 0,05. Berdasarkan perhitungan tersebut nilai t_{hitung} 2,734 > t_{tabel} 1,986, maka dapat dinyatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Jasmine Beauty Salon dan Spa Kabupaten Toraja Utara.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dina Wahyuni, Stevan Lovely, dan Dwindi Dahen (2017) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Jasa Kecantikan Rin Salon Di Kota Padang”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Serta penelitian yang dilakukan Henry G. Piri (2013), bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Pengaruh Kepuasan pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Jasmine Beauty Salon dan Spa Kabupaten Toraja Utara.

Pada hasil uji secara parsial ditemukan adanya pengaruh positif dari Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan. Hasil ini diperoleh berdasarkan uji t dimana t_{hitung} yang diperoleh sebesar 4,458 dan t_{tabel} sebesar 1,986 dengan tingkat signifikansi sebesar 5% atau dalam nilai pecahan 0,05. Berdasarkan perhitungan tersebut nilai t_{hitung} 4,458 > t_{tabel} 1,986, maka dapat dinyatakan bahwa Kepuasan pelanggan berpengaruh secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Jasmine Beauty Salon dan Spa Kabupaten Toraja utara.

Hasil penelitian ini didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan Khittah Ashilah (2021) yang menemukan bukti bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap pelanggan. Serta penelitian yang dilakukan Join Rachel Luturmas (2023), bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) dan Kepuasan Pelanggan (X2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) Pada Jasmine Beauty Salon dan Spa Kabupaten Toraja Utara.

Berdasarkan hasil uji secara simultan, ditemukan adanya pengaruh yang Kualitas Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan. Hasil ini diperoleh berdasarkan uji F dimana F_{hitung} yang diperoleh sebesar 43,165 dan F_{tabel} sebesar 3,090 dengan tingkat signifikansi sebesar 5% atau dalam nilai pecahan 0,05. Berdasarkan perhitungan tersebut nilai F_{hitung} 43,165 > F_{tabel} 3,090, maka dapat dinyatakan bahwa Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan berpengaruh secara Simultan terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Jasmine Beauty Salon dan Spa Kabupaten Toraja Utara.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Florensia Kurnia Puung, Achmmad Fudholi dan Basu Swastha Dharmmesta (2014) yang berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Pada Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Di Salon Dan Spa”. Hasil uji simultan (Uji F) dari penelitian tersebut menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berarti bahwa terdapat pengaruh secara simultan seluruh variabel terhadap Loyalitas Pelanggan di Salon dan Spa.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan yang telah dipaparkan sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Secara parsial Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) Pada Jasmine Beauty Salon dan Spa Kabupaten Toraja Utara. Hal ini pada uji t sebesar 2,734 yang berarti nilai signifikan lebih besar dari alpha 0,05.
2. Secara parsial Kepuasan Pelanggan (X2) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) Pada Jasmine Beauty Salon dan Spa Kabupaten Toraja Utara. Hal ini pada uji t sebesar 4,458 yang berarti nilai signifikan lebih kecil dari alpha 0,05.
3. Secara simultan Kualitas Pelayanan (X1), dan Kepuasan Pelanggan (X2) berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) Pada Jasmine Beauty Salon dan Spa Kabupaten Toraja Utara. Hal ini ditunjukkan pada uji f sebesar 0,000 yang berarti nilai signifikannya lebih kecil dari 0,05.
4. Kualitas Pelayanan (X1), Kepuasan Pelanggan (X2) mempengaruhi Loyalitas Pelanggan (Y) Pada Jasmine Beauty Salon dan Spa Kabupaten Toraja Utara sebesar 47,9% dan sisanya 52,1% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan diatas, penulis memberikan saran yaitu:

1. Kualitas pelayanan dalam penelitian ini memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Maka dari itu disarankan bagi pembaca yang mempunyai sebuah usaha untuk dapat memperbaiki dan terus meningkatkan sebuah kualitas layanan yang akan diberikan kepada pelanggannya agar pelanggan dapat merasakan kenyamanan sehingga membuat pelanggan puas dan akan melakukan pembelian ulang.
2. Kepuasan pelanggan dalam penelitian ini memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Maka dari itu disarankan bagi pembaca yang mempunyai sebuah usaha untuk senantiasa meningkatkan kepuasan pelanggan dalam upaya menciptakan pelanggan yang loyal. Hal ini karena kepuasan pelanggan merupakan kunci perusahaan untuk membentuk loyalitas pelanggan.

DAFTAR REFERENSI

- Apriyani, D. A., & Sunarti. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei pada Konsumen The Little A Coffe Shop Sidoarjo). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 15, No.2, 1-7.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. London: Person Education.
- Martha, E. P. (2015). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, dan Suasana Salon Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Nadra, N. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada CV. Sinar Surya Palembang. Universitas Muhammadiyah Palembang.
- Rahmatika, W. D. (2019). Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Pelanggan Pada Salon Widya Di Desa Cokrah Kecamatan Pemalang Kabupaten Pemalang. Universitas Pancasakti Tegal.
- Rangkuti dalam Biringkanae, A. (2018). Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap pelayanan Di PLN (Persero) Rayon Rantepao Kabupaten Toraja Utara.
- Sari, Y. N. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Lettisia Gianti Salon& Bridal Di Kota Jambi. Universitas Batanghari Jambi.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Edisi Ke-2, Cetakan Ke-2 ed.). Bandung: ALFABETA, CV.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Edisi Ke-2, Cetakan Ke-2 ed.). Bandung: ALFABETA, CV.