



Jurnal Mahasiswa Manajemen dan Akuntansi

PENGARUH FASILITAS DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN

(Studi Kasus pada Salon Anne Beauty House Citraland, Kec. Benowo, Surabaya)

Luluk Febianti Mulyasari¹⁾, Hesti Pandu Widodo²⁾, Tjandra Wasesa³⁾

^{1),2),3)}Universitas 45 Surabaya

email : Lulukfebianti140299@gmail.com

Abstract

This study aims to examine and analyze the effect of facility and service quality on customer satisfaction (study at salon Anne beauty house, Citraland, Benowo District, Surabaya). The type of research used in this study is to use descriptive research with a quantitative approach. The sampling technique that is accidental sampling amounted to 112 respondents. The datasets in this study were analyzed using the multiple linear regression test in SPSS version 26. It is well established through data analysis that both facility and service quality have a favorable and significant influence on customer satisfaction. Customer happiness is influenced positively and significantly by amenities and service quality. 44.8 percent of the independent factors in this study have an impact on customer satisfaction. The rest of the 55.2 percent is influenced by other factors that weren't in this study.

Keywords : Customer Satisfaction, Facility, Quality Service

PENDAHULUAN

Seiring dengan kemajuan zaman di era modern kita, semakin banyak individu yang peduli dengan penampilan mereka. Penampilan adalah aspek yang paling terlihat yang dilihat dan dinilai oleh orang lain. Akibatnya, beberapa orang, terutama wanita, sangat mementingkan perawatan kecantikan.

Kecantikan adalah hal terpenting yang harus selalu dijaga dan dirawat, itulah sebabnya banyak orang mencari perawatan kecantikan. Mereka menjadi ketagihan perawatan kecantikan dan ingin tinggal lebih lama karena tidak hanya mendapatkan kepuasan fisik tetapi juga psikologis. Banyak bisnis menawarkan layanan perawatan kecantikan sebagai tanggapan atas meningkatnya permintaan akan perawatan kecantikan; salah satu bisnis tersebut adalah Salon *Anne Beauty House*.

Salon *Anne Beauty House* adalah bisnis yang menyediakan berbagai perawatan kecantikan, antara lain restorasi rambut, layanan pewarnaan, layanan manikur, perawatan tubuh, penataan rambut, dan perawatan wajah. Salon yang diluncurkan pada tahun 2017 dengan hanya peralatan dasar salon dan bangunan kosong seluas 100 meter persegi ini telah berkembang menjadi lima lokasi dalam waktu kurang dari dua tahun.

Karena meningkatnya persaingan dari bisnis sejenis, pemilik diharapkan dapat memahami apa yang dibutuhkan dan apa yang diinginkan konsumen atau pasar sasaran, serta memberikan kepuasan pelanggan yang lebih efektif dan efisien daripada pesaing. Akibatnya, pemilik harus mengembangkan rencana pemasaran. Hal ini menjadi peluang bagi pemilik untuk berinovasi guna menjaga kepuasan dan loyalitas konsumen.

Jika kualitas layanan yang diberikan memenuhi harapan dan tuntutan pelanggan, maka kepuasan pelanggan akan terjadi; di sisi lain, jika kualitas layanan yang diberikan tidak memenuhi harapan dan keinginan pelanggan, ketidakbahagiaan pelanggan akan terjadi. Karena sifat emosional dari kepuasan, emosi pasca pembelian dapat mencakup kemarahan, ketidakpuasan, kejengkelan, kegembiraan, atau kesenangan. Kepuasan pelanggan memainkan peran penting dalam daya saing,

Received Januari 06, 2022; Revised Februari 12, 2022; Maret 22, 2022

karena ada perbedaan yang signifikan dalam loyalitas antara konsumen yang hanya puas dan mereka yang benar-benar puas. Konsumen yang sangat senang mempromosikan dari mulut ke mulut yang baik dan bertindak sebagai iklan berjalan dan berbicara untuk bisnis. Kepuasan pelanggan akan menghasilkan persepsi yang baik terhadap bisnis.

Fasilitas memiliki pengaruh terhadap pertumbuhan perusahaan dalam industri jasa. Pelanggan dengan hati-hati menganalisis fasilitas sebelum memilih untuk menggunakan layanan ini, berharap bahwa biaya sebanding dengan manfaat yang diperoleh. Fasilitas adalah segala sesuatu yang sengaja disediakan oleh penyedia jasa dengan tujuan untuk dimanfaatkan dan dinikmati oleh konsumen guna memaksimalkan kepuasan konsumen. Salah satu faktor yang mempengaruhi keberhasilan perusahaan salon adalah tidak benar.

Kehadiran fasilitas yang lengkap dapat meningkatkan kepuasan klien dan juga meningkatkan penjualan layanan. Kualitas pelayanan merupakan salah satu variabel yang berperan dalam keberhasilan perusahaan. Pelayanan yang baik melebihi harapan pelanggan dan sebaliknya. Layanan yang buruk menciptakan anggapan bahwa layanan yang diperoleh tidak sesuai dengan harapan pelanggan. Pelanggan akan kembali dan melakukan pembelian lebih banyak, dan mereka akan mempromosikan produk dan jasa yang ditawarkan oleh penyedia layanan kepada kontak terdekat mereka, menunjukkan bahwa pelanggan senang dengan layanan yang mereka dapatkan selama proses transaksi.

Kepuasan klien terkait dengan persepsi pelanggan terhadap fasilitas dan kualitas layanan. Ketika klien melihat bahwa fasilitas dan kualitas layanan tidak memenuhi harapan mereka, mereka mengabaikan tujuan mereka dan mempertimbangkan kembali untuk membeli layanan tersebut.

KAJIAN PUSTAKA

Kepuasan Pelanggan

Menurut perspektif Brown dalam Dr. Sudaryono, kepuasan pelanggan adalah suatu keadaan dimana persyaratan, keinginan, dan harapan konsumen terhadap suatu produk dan jasa terpenuhi atau terlampaui dengan penyajian produk dan jasa tersebut (2016). Kepuasan pelanggan ditunjukkan dengan konsumen secara konsisten mengkonsumsi produk atau jasa, mendorong pelanggan untuk setia terhadap produk atau jasa tersebut, dan dengan senang hati merekomendasikan produk atau jasa tersebut kepada orang lain melalui mulut ke mulut.

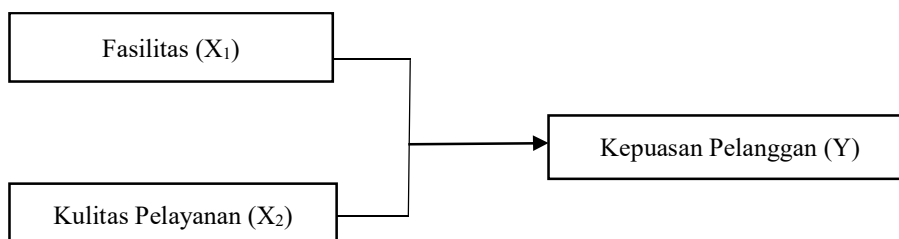
Fasilitas Pelayanan

Menurut Zakiah Daradjat dalam Purba (2017) Fasilitas adalah segala sesuatu yang dapat mempermudah upaya dan memperlancar kerja dalam rangka mencapai suatu tujuan.

Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler dalam Daryanto (2014) pengertian kualitas pelayanan adalah suatu kegiatan yang menguntungkan dalam suatu kumpulan atau kesatuan dan menawarkan kepuasan meskipun hasilnya tidak terikat pada suatu produk secara fisik.

Kerangka Konseptual



Berdasarkan rumusan masalah dan uraian sebelumnya maka hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh Fasilitas (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan pada Salon *Anne Beauty House*, Citraland, Kec. Benowo, Surabaya
2. Terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan pada Salon *Anne Beauty House*, Citraland, Kec. Benowo, Surabaya.
3. Terdapat pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Salon *Anne Beauty House*, Citraland, Kec. Benowo, Surabaya.

Companies that have competence in the fields of marketing, manufacturing and innovation can make its as a source to achieve competitive advantage (Daengs GS, et al. 2020:1419).

To find out the results of the data, the technique of data analysis is also used to test the hypotheses put forward by the researchers, because the analysis of the data collected to determine the effect of the independent variables on the related variables is used multiple linear statistical test. (Enny Istanti, et al, 2020:113).

The research design is a plan to determine the resources and data that will be used to be processed in order to answer the research question. (Asep Iwa Soemantri, 2020:5).

Time management skills can facilitate the implementation of the work and plans outlined. (Rina Dewi, et al. 2020:14)

Standard of the company demands regarding the results or output produced are intended to develop the company. (Istanti, Enny, 2021:560).

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif, pada umumnya pengambilan sampel dilakukan secara acak, pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan instrumen penelitian, dan analisis data kuantitatif digunakan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di *Anne Beauty House* yang terletak di Ruko RG 1 N0, 3, Jalan Citraland , Sememi, Kecamatan Benowo, Surabaya. Waktu penelitian ini dilaksanakan pada bulan Januari 2022.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi yang digunakan adalah pelanggan dari Salon *Anne Beauty House* Citraland, Kec. Benowo, Surabaya. Pada bulan November tahun 2021 sebanyak 112 pelanggan. Teknik pengambilan sampel menggunakan accidental sampling dengan kriteria inklusi dalam penelitian ini adalah :

1. Pelanggan yang bersedia menjadi responden penelitian.
2. Pelanggan berusia 24-29 tahun.
3. Pelanggan yang telah melakukan perawatan lebih dari tiga kali ke Salon *Anne Beauty House* direntan bulan Januari 2022.

berdasarkan Hair dalam Astuti (2017) yang ukuran sampelnya tergantung dari jumlah semua indikator dikalikan minimal 5 sampai maksimal 10. Pada penelitian ini terdapat 14 indikator, sehingga peneliti menggunakan sampel sebanyak $14 \times 8 = 112$.

Metode Pengumpulan dan Analisis data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuisioner dengan skala likert.

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Keterangan	B	t Hitung	t Tabel	Sig
Konstanta	0,359			
Fasilitas	0,421	4,600	1,981	0,000
Kualitas Pelayanan	0,504	5,446	1,981	0,000
			R	0,677
			R square	0,458
			R adjusted	0,448
			F hitung	46,044
			F tabel	3,08
			Sig	0,000
			df	111
			SEE	0,264

Sumber: Data output SPSS yang diolah (2022)

Berdasarkan analisis data diatas diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 0,359 + 0,421 X_1 + 0,504 X_2 + 0,5683$$

Dari hasil persamaan regresi linier berganda diatas maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

1. Konstanta
 Nilai konstanta Y diperoleh sebesar 0,359 artinya kepuasan pelanggan dari Salon *Anne Beauty House* sebesar 0,359 satuan, bila diasumsikan bahwa fasilitas dan kualitas pelayanan = 0, artinya jika nilai variabel bebas 0 maka variabel terikat sebesar 0,359.
2. Nilai koefisien fasilitas (X1)
 Koefisien fasilitas (X1) sebesar 0,421 pernyataan tersebut memiliki arti apabila salon *Anne Beauty House* meningkatkan fasilitas (X1) maka akan menaikkan kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,421 satuan. Dengan asumsi nilai dari kualitas pelayanan (X2) sama dengan nol.
3. Nilai koefisien kualitas pelayanan (X2)
 Koefisien kualitas pelayanan (X2) sebesar 0,504 pernyataan tersebut memiliki arti apabila Salon *Anne Beauty House* meningkatkan kualitas pelayanan (X2) maka akan menaikkan kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,504 satuan. Dengan asumsi nilai dari fasilitas (X1) sama dengan nol.
4. Nilai R
 Nilai R sebesar 0,677 menunjukkan bahwa korelasi/ hubungan antara kepuasan pelanggan dengan 2 variabel bebasnya (fasilitas dan kualitas pelayanan) adalah kuat dikarenakan nilai R sebesar 0,677 diatas 0,5.
5. *Standard Error of the Estimates* (SEE)
 Nilai dari SEE sebesar 0,264 yang artinya adalah tingkat kesalahan model regresi cukup besar namun masih dibawah 1. Semakin kecil nilai *standard error of the estimates* (SEE) maka model regresi semakin tepat dalam memprediksi kepuasan pelanggan.

Hasil Uji t

Model	T	Sig.	Ket
-------	---	------	-----

(Constant)	0,829	0,409	Signifikan
X1	4,600	0,000	Signifikan
X2	5,446	0,000	Signifikan

Berdasarkan tabel 4.15 diatas dapat diketahui bahwa nilai dari thitung variabel fasilitas (X1) sebesar 4,600 dan variabel kualitas pelayanan (X2) sebesar 5,446.

1. Pengujian pengaruh fasilitas (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) Besarnya t-hitung untuk variabel bebas fasilitas (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y), dikarenakan hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai t- hitung > t-tabel (4,600>1,981) dan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Sehingga terdapat pengaruh antara variabel X1 terhadap Y, atau bisa dikatakan H0 ditolak dan Ha diterima. Sebesar 42,1% pengaruh variabel bebas fasilitas (X1) terhadap variabel terikat kepuasan pelanggan (Y). Dan dapat dipakai sebagai dasar dugaan mengenai besarnya pengaruh variabel bebas fasilitas (X1) terhadap variabel terikat kepuasan pelanggan (Y) Salon *Anne Beauty House*. Jadi hipotesis yang diajukan bahwa fasilitas berpengaruh signifikansi terhadap kepuasan pelanggan Salon *Anne Beauty House* , terbukti dan didukung oleh data.
2. Pengujian pengaruh kualitas pelayanan (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) Besarnya t-hitung untuk variabel bebas kualitas pelayanan (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y), dikarenakan hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai t-hitung > t-tabel (5,446>1,981) dan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Sehingga terdapat pengaruh antara variabel X2 terhadap Y, atau bisa dikatakan H0 ditolak dan Ha diterima. Sebesar 50,4% pengaruh variabel bebas kualitas pelayanan (X2) terhadap variabel terikat kepuasan pelanggan (Y). Dan dapat dipakai sebagai dasar dugaan mengenai besarnya pengaruh variabel bebas kualitas pelayanan (X2) terhadap variabel terikat kepuasan pelanggan (Y) Salon *Anne Beauty House*. Jadi hipotesis yang diajukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikansi terhadap kepuasan pelanggan Salon *Anne Beauty House*, terbukti dan didukung oleh data.

Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	Ket.
Regression	6,440	2	3,222	46,044	0,000	Signifikan
Residual	7,622	109	,070			
Total	14,062	111				

Berdasarkan tabel 4.16 dapat diketahui bahwa hasil Fhitung diperoleh sebesar 46,044 sedangkan nilai Ftabel diperoleh sebesar 3,08. Dengan demikian Fhitung 46,044> Ftabel 3,08. Dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05 sehingga dapat disimpulkan fasilitas (X1) dan kualitas pelayanan (X2) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada Salon *Anne Beauty House*.

Hasil Koefisien Determinasi R square (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.677 ^a	.458	.448	.264

a. Predictors: (Constant), X2, X1 b.

Dependent Variable: Y

Sumber: Data output SPSS yang diolah (2022)

Berdasarkan tabel diatas bahwa interperiasi sebagai berikut :

1. Nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,677, menunjukkan hubungan yang sangat kuat mendekati satu antara variabel fasilitas (X1) dan variabel kualitas pelayanan (X2), serta variabel kepuasan pelanggan (Y). Hubungannya searah positif, yang menunjukkan bahwa jika variabel fasilitas (X1) dan kualitas pelayanan (X2), ditingkatkan maka variabel kepuasan pelanggan (Y) cenderung meningkat.
2. Hasil dari koefisien determinasi (R²), juga dikenal sebagai R Square dari 0,458 yang menunjukkan bahwa variabel bebas fasilitas (X1) dan kualitas pelayanan (X2) memiliki pengaruh terhadap variabel terikat kepuasan pelanggan sebesar 0,458 atau 45,8 persen (Y). Sedangkan sisanya 54,2 persen (hasil dari 100% - 45,8 persen) dipengaruhi oleh variabel yang tidak terukur.
3. Hasil nilai Adjusted R (R²) sebesar 0,448 yang berindikasi bahwa kontribusi dari variabel bebas fasilitas (X1) dan kualitas pelayanan (X2) berpengaruh sebesar 0,448 atau 44,8% terhadap variabel terikat kepuasan pelanggan (Y). Sedangkan sisanya sebesar 55,2% (hasil dari 100%-44,8%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdeteksi dalam penelitian ini.

KESIMPULAN

1. Hasil penilaian menunjukkan bahwa sebagian besar responden di Salon *Anne Beauty House* Citraland, Kec. Benowo, Surabaya berpendapat sangat setuju tentang fasilitas (X1) dan kualitas pelayanan (X2). Pelanggan dari Salon *Anne Beauty House* ini sebagian besar berjenis kelamin perempuan, pendapatan lebih dari Rp. 2.000.000, berusia 24-29 tahun, dan bekerja sebagai karyawan.
2. Hasil dari uji parsial atau uji t menyatakan bahwa fasilitas (X1) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) pelanggan Salon *Anne Beauty House* Citraland, Kec. Benowo, Surabaya.
3. Hasil dari uji parsial atau uji t menyatakan bahwa kualitas pelayanan (X2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) Salon *Anne Beauty House* Citraland, Kec. Benowo, Surabaya.
4. Hasil dari uji F fasilitas (X1) dan kualitas pelayanan (X2) secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) Salon *Anne Beauty House* Citraland, Kec. Benowo, Surabaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Chasanah, Devi Uswatun. 2019. Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Online Melalui Media Sosial instagram (Studi Kasus Pada Mahasiswa Wijaya Putra). Skripsi. Universitas Wijaya Putra.
- Crazymuffin. 2014. Uji asumsi klasik 34 menurut Priyatno.
- Daengs, G. S. A., Istanti, E., Negoro, R. M. B. K., & Sanusi, R. (2020). The Aftermath of Management Action on Competitive Advantage Through Proccess Attributes at Food and Beverage Industries Export Import in Perak Harbor of Surabaya. *International Journal Of Criminology and Sociologi*, 9, 1418–1425.
- Endang, Cholida. 2017. Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Penumpang di Terminal Rajekwesi Bojonegoro. *Jurnal TeknikA*. Vol 9 No 2. Hal 911-915.
- Fitriyah. 2019. Pelayanan Pada Lexa Skin Klinik Banyumanik Semarang.
- Hidayat, Anwar. 2013. Tutorial Uji Heteroskedastisitas dengan Grafik ScatterplotsSPSS.<https://www.google.com/amp/s/www.statistikian.com/2013/01/ujiheteroskedastisitas-dengan-grafik.html>. Diakses pada 29 Desember 2021.
- Intan, Raden. 2010. Pengertian Pelayanan.

- Istanti, Enny, et al. 2020. Impact Of Price, Promotion and Go Food Consumer Satisfaction In Faculty Of Economic And Business Students Of Bhayangkara University Surabaya, *Jurnal EKSPEKTRA Unitomo* Vol.IV No. 2, Hal. 104-120.
- Istanti, Enny, et al. 2021. The Effect of Job Stress and Financial Compensation Toward OCB And Employee Performance. *Jurnal Media Mahardika* Vol. 19 No. 3, Hal. 560-569.
- Iwa Soemantri, Asep et al. 2020. Entrepreneurship Orientation Strategy, Market Orientation And Its Effect On Business Performance In MSMEs. *Jurnal EKSPEKTRA Unitomo* Vol. IV No. 1, Hal. 1-10.
- Oktarezi, Eriq. 2017. Cara Mencari F Tabel Secara Manual dan Sederhana. <http://caramengetahuiterbaru.blogspot.com/2016/11/caramencari-f-tabel-secara-manual-dan.html?m=1>. Diakses pada 25 Desember 2021.
- Pantilu, Koleangan. dkk. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warunk Bendito Kawasan Megamas Manado. *Jurnal Emba*. Vol 6 No 4. Hal 3723-3732.
- Permatasari, Dian. 2019. Pengaruh Self Congruity, Brand Image, Dan Perceived Quality Terhadap Purchase Intention. Skripsi. Universitas Narotama.
- Putranto, Thomas. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen. Skripsi. Universitas Sanata Dharma.
- Purwaningsih, Septi. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Motivasi Anggota dan Citra Koperasi Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Pegawai Republik Indonesia (KPRI) NEU RSUD Banyumas. Skripsi. Universitas Negeri Semarang.
- Priyatno, Duwi. 2014. SPSS 22 Pengolah Data Terpraktis. Yogyakarta : C.V Andi Offset.
- Rina Dewi, et al. 2020. Internal Factor Effects In Forming The Success Of Small Businesses. *Jurnal SINERGI UNITOMO*, Vol. 10 No. 1, Hal. 13-21.
- Sa'adah, Halimatus. 2019. Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Toko Kecantikan Indah Eleora Domas, Kec. Menganti, Gresik). Skripsi. Universitas Wijaya Putra.
- Sudaryono. 2016. Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi. Yogyakarta : C.V Andi Offse.
- Sofie Dian, Astuti. 2014. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Klinik Kecantikan Nanisa beauty Dan Dental Klinik Di Sidoarjo. Skripsi. Universitas Negeri Surabaya.
- Tan, Tumbel. dkk. 2021. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Selama Pandemi Covid 19 Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Salon Moi Manado Town Square. *Jurnal Emba*. Vol 9 No 4. Hal 1485-1493.
- Wikepedian. 2021. Salon Kecantikan.
- Worotikan, Massie. dkk. 2021. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Makanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Ikan Bakar Kinamang. *Jurnal Emba*. Vol 9 No 3. Hal 1277-1285.
- Widyaningrum. 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Hotel Luminor Mangga Besar Jakarta Barat. *Jurnal STEI Ekonomi*. Vol XX No XX. Hal 1-22.
- William, Purba. 2020. Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Mazda Di Kota Batam. *Jurnal Emba*. Vol 8 No 1. Hal 1987-1996.