

## PENGARUH PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA SALON LIDEO

Oleh:

**Alwinda Manao**

Program Studi Akuntansi

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Nias Selatan

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear sederhana. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Kemudian melalui penelitian ini diperoleh persamaan regresi linea  $Y = 11,146 + 0,520X$ . Persamaan ini memberikan makna bahwa nilai konstanta ( $a$ ) sebesar 11,146, ketika variabel pelayanan ( $X$ ) bernilai 0 (nol), maka variabel loyalitas konsumen ( $Y$ ) memiliki nilai yang tetap sebesar nilai konstanta adalah 11,146. Nilai koefisien ( $b$ ) variabel bebas (pelayanan) sebesar 0,520, artinya apabila variabel pelayanan ( $X$ ) mengalami peningkatan sebesar satu-satuan atau 1%, maka akan dapat meningkatkan variabel loyalitas pelanggan sebesar 0,520 atau 52%, dengan asumsi tidak dipengaruhi oleh variabel yang tidak disebut dalam model.

**Kata Kunci:** Pelayanan dan Loyalitas Pelanggan.

### 1. PENDAHULUAN

Perkembangan yang terjadi di era modern ini, perawatan kecantikan menjadi sebuah kebutuhan yang sangat penting bagi masyarakat terkhusus kaum hawa. Kecantikan dianggap adalah sebuah harta yang berharga sehingga selalu dijaga dan dirawat. Saat ini kebutuhan akan perawatan semakin berkembang yang dianggap kebutuhan sehari-hari sehingga banyak usaha saat ini menawarkan jasa perawatan kecantikan seperti Salon Lideo.

Salon Lideo adalah sebuah salon khusus wanita yang menawarkan berbagai macam rangkaian perawatan, mulai dari rambut, wajah dan tubuh yang berdiri sejak tahun 2007, dan memiliki 3 pegawai. Tidak lama setelah "Salon Lideo" muncul salon yang hampir sama konsepnya. Persaingan bisnis yang semakin ketat menyebabkan usaha-usaha yang ada harus mampu memenuhi kebutuhan pelanggan agar dapat mempertahankan loyalitas pelanggan.

Loyalitas pelanggan sangat penting bagi usaha-usaha yang ingin menjaga kelangsungan usahanya. Pelanggan yang setia adalah mereka yang sangat puas dengan pelayanan tertentu sehingga mempunyai antusiasme untuk memperkenalkan kepada siapapun yang mereka kenal. Selanjutnya pelanggan yang loyal akan memperluas kesetiaan mereka pada produk atau jasa produsen buatan yang sama. Seperti teori Kotler (2011) loyalitas tinggi adalah pelanggan yang melakukan pembelian dengan persentasi makin meningkat pada perusahaan tertentu daripada perusahaan lain.

Loyalitas pelanggan terlihat dari kebiasaan pelanggan dalam melakukan pembelian barang atau jasa yang terus-menerus dengan berulang-ulang. Pelanggan yang sudah memiliki loyalitas terhadap suatu merk barang atau jasa maka tidak akan

mempertimbangkan untuk memilih produk atau jasa lain yang disukainya. Loyalitas pelanggan sangat mempengaruhi kemajuan usaha, karena biaya yang dibutuhkan untuk menarik satu orang pelanggan jauh lebih besar dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan untuk mempertahankan satu orang pelanggan yang loyal. Oleh karena itu, harus tetap menjaga dan mempertahankan para pelanggannya dengan cara meningkatkan loyalitas pelanggan.

Faktor yang kedua untuk membuat loyalitas pelanggan adalah dengan pelayanan yang baik, pelayanan yang baik dan berkualitas dapat memberikan kepuasan tersendiri kepada para konsumen dan akan mempengaruhi loyalitas pelanggan. Untuk itu, pelaku bisnis dituntut agar mampu untuk meningkatkan loyalitas pelanggan, dengan mewujudkan nilai yang baik dalam pandangan konsumen maka akan membuat konsumen untuk tetap setia melakukan pembelian dan tidak berpindah kelain hati.

Kualitas layanan mendorong pelanggan untuk komitmen kepada layanan yang diberikan sehingga berdampak kepada peningkatan market share. Kualitas layanan sangatlah krusial dalam mempertahankan pelanggan dalam waktu yang lama. Sayangnya menurut peneliti kinerja karyawan "Salon Lideo" masih kurang baik, kurang lengkapnya produk yang digunakan, kurang lengkapnya fasilitas yang dibutuhkan, kurang cekatannya para karyawannya sehingga hal ini yang membuat ketidaknyamanan pelanggan, terkadang pengunjung harus antri lama dikarenakan tidak cukup karyawan, bahkan beberapa konsumen memutuskan untuk pindah kesalon lain.

## 2. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Jenis penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan kausal (sebab akibat). Hal ini sejalan dengan yang dikemukakan oleh Sugiyono (2012:69) bahwa "asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun juga hubungan antara dua variabel atau lebih".

Data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer dikumpulkan dengan menggunakan tes wawancara yang telah dipersiapkan. Data primer yang dikumpulkan di antaranya adalah tanggapan responden tentang pelayanan dan loyalitas di Salon Lideo. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian menggunakan daftar pernyataan angket yang diberikan kepada responden. Daftar pernyataan ini disusun berdasarkan skala Likert sebanyak 24 item pernyataan, yakni 14 item pernyataan untuk variabel pelayanan dan 10 pernyataan untuk variabel loyalitas dengan pernyataan jawaban setiap item soal angket terdiri dari beberapa *option*.

Dalam menganalisis dan mengetahui besarnya pengaruh pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada Salon Lideo dengan menggunakan analisis regresi linear sederhana dengan menggunakan alat bantu perangkat lunak program *SPSS 15.0 For Windows Evaluation Version (Statistical Product and Service Solutions)*, yaitu suatu program komputer statistik yang mampu memproses data statistik secara cepat dan tepat menjadi *output* yang dikehendaki peneliti. Model regresi yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$Y = f(X) \text{ Atau } Y = a + bx + e$$

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa koefisien variabel bebas memiliki tanda yang positif. Ini berarti peningkatan dari variabel bebas (Pelayanan) akan meningkatkan variabel terikat (Loyalitas Konsumen) atau sebaliknya dan dibuktikan dengan hasil pengujian hipotesis yang menunjukkan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  pada taraf signifikan 5%. Untuk mempermudah dalam menginterpretasikan hasil persamaan regresi linear sederhana dapat ditunjukkan yakni  $Y = 11,146 + 0,520X$ . Hasil persamaan regresi sederhana di atas, dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta (*a*) sebesar 11,146 artinya ketika variabel pelayanan (X) bernilai 0 (nol), maka variabel loyalitas pelanggan (Y) memiliki nilai yang tetap sebesar nilai konstanta adalah 11,146. Artinya, jika pemilik Salon Lideo mampu mewujudkan pelayanan produk yang dihasilkannya maka akan terciptanya loyalitas yang pada akhirnya konsumen akan tetap melakukan pembelian di Salon Lideo.
2. Nilai koefisien (*b*) variabel bebas (pelayanan) sebesar 0,520, artinya apabila variabel

pelayanan (X) mengalami peningkatan sebesar satu-satuan atau 1%, maka akan dapat meningkatkan variabel loyalitas sebesar 0,520 atau 52%, dengan asumsi tidak dipengaruhi oleh variabel yang tidak disebut dalam model.

Sesuai dengan persamaan regresi sederhana di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa Pelayanan (X) berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) pada Salon Lideo. Dapat memberi arti bahwa semakin tinggi pelayanan yang diberikan maka semakin tinggi pula konsumen menjadi loyal. Kemudian hasil pengujian koefisien determinasi ( $R^2$ ) dengan memperoleh nilai sebesar 0,706 atau 70,6% memberi makna bahwa variabel pelayanan dapat menjelaskan variabel loyalitas pelanggan sebesar 0,706 atau 70,6%. Sedangkan sisanya sebesar 29,4% (100% - 70,5%) dipengaruhi oleh variabel yang tidak disebut dalam model. Variabel dari Pelayanan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, hal ini terjadi karena pelayanan pada Salon Lideo dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan.

## 4. PENUTUP

### Kesimpulan

Pembahasan yang telah diuraikan, dapat ditarik kesimpulan bahwa Pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Salon Lideo. Hal ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Dari hasil pengujian hipotesis yang dilakukan maka variabel pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada tingkat kepercayaan 95% yang ditunjukkan oleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 11,805 dan tingkat signifikan sebesar 0,000. Sedangkan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,672. Karena nilai  $t_{hitung}$  (11,805)  $>$   $t_{tabel}$  (1,672) dan tingkat signifikansi  $0,000 < (0,05)$ , maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak, artinya variabel Pelayanan (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) pada Salon Lideo.
2. Hasil pengujian koefisien determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan bahwa nilai sebesar 0,706 atau 70,6% memberi makna bahwa variabel pelayanan dapat menjelaskan variabel loyalitas pelanggan sebesar 0,706 atau 70,6%. Sedangkan sisanya sebesar 29,4% dipengaruhi oleh variabel yang tidak disebut dalam model.

### Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan penelitian dan kesimpulan yang telah diuraikan, sehingga penulis menyarankan kepada:

1. Salon Lideo agar pelayanan dapat digunakan sebagai acuan dalam membentuk kualitas pelayanan yang baik serta terbentuknya perasaan yang positif dalam benak konsumen terhadap Salon Lideo.
2. Pelayanan perlu ditingkatkan oleh Salon Lideo dalam melayani para calon konsumen dan pelanggannya agar loyalitas pelanggan dapat meningkat.

5. REFERENSI

- Andreas, Caesar dan Yuniati, Tri. 2016. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Volume V; 1-16).
- Aptaguna, A., Pitaloka, E. 2016. Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Minat Beli Jasa Go-Jek. *Jurnal Manajemen*. Volume III; 49-56).
- Asep M., Isyanto Puji, Irma Eli. 2012. Analisis Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Konsumen Rental DVD Pada Perusahaan Jasa Rental DVD Club Cabang Tuparev-Karawang. *Jurnal Manajemen*. Volume IX; 863-875).
- Cornelia Ellys, Veronica S. Nanci, Kartika Endo Wijaya, Kaihatu Thomas S. 2008. Analisa Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan di Laundry 5ASEC Surabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan*. Volume. IV; 45-57).
- Kusumasasti, Ika dan Hadiwidjojo, Andarwati Djumilah. 2017. Pengaruh Kualitas Produk dan Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan *Coffee Shop*. *Jurnal Ekonomi Bisnis*. Volume XXII; 123-12).
- Lupiyoadi, Rambat, dan A. Hamdani. 2004. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ma'ruf, Hendri. 2006. *Pemasaran Ritel*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Loyalitas Konsumen Dalam Pembelian Pembalut Wanita (Studi Kasus pada Pengguna *Brand Laurier* di Kalangan Wanita Usia Subur di Bandar Lampung). *Skripsi*. Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Lampung: Bandar Lampung.
- Nurullaili, Wijayanto Andi. 2013. Analisis Faktor-Faktor yang memengaruhi Loyalitas Konsumen Tupperware (Studi Pada Konsumen Tupperware di Universitas Diponegoro). *Jurnal Administrasi Bisnis*. Volume II; 89-97).
- Rachmansyah, Ardy. 2013. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Dok dan Perkapalan Surabaya (Persero). *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Volume II; 1-21).
- Solichin, Ilham Akbar, Kantun, Sri dan Suyadi, Bambang. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Restoran *Quick Chicken* Jalan Jawa No. 63 Jember Tahun 2016. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*. Volume XI; 61-66).
- Sopiah dan Syihabudhin. 2008. *Manajemen Bisnis Ritel*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Suliyanto. 2008. *Teknik Proyeksi Bisnis Teori dan Aplikasi dengan Mincrosoft Excel*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Unnisyak, Yunita. 2014. Mempertahankan Loyalitas Konsumen Melalui Kualitas Pelayanan (Studi Kasus Pada Salon Johnny Andean, Cabang Sri Ratu Pemuda, Wanda, Kanisius Waro. 2015. Pengaruh Harga dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Mini Market Lulu Mart Samarinda. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*. Volume III; 757-768).