

**PENGARUH LIMA DIMENSI KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA JASA PERAWATAN RAMBUT DI SALIHA SALON & SPA MUSLIMAH SURABAYA**

**Ratna Rana Wangsi**

**Program Studi S1 Pendidikan Tata Rias, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Surabaya**

[ratnawangsi@mhs.unesa.ac.id](mailto:ratnawangsi@mhs.unesa.ac.id)

**Drs. Ec. Mein Kharnolis, M. SM**

**Dosen Program Studi S1 Pendidikan Tata Rias, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Surabaya**

[meinkharnolis@unesa.ac.id](mailto:meinkharnolis@unesa.ac.id)

**Abstrak**

Saliha Salon & Spa Muslimah Surabaya adalah salon kecantikan yang menawarkan jasa kecantikan seperti salon pada umumnya. Salon ini didirikan pada bulan November 2018. Meskipun tergolong salon kecantikan yang baru namun konsumennya bertambah setiap bulannya terutama pada jasa perawatan rambut. Kepuasan konsumen erat kaitannya dengan kualitas pelayanan. Bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati adalah lima dimensi dari kualitas pelayanan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen baik secara parsial maupun secara simultan. Subyek penelitian ini adalah 100. Jenis penelitian menggunakan teori analitik korelasional. Pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi, dan kuesioner. Instrumen penelitian menggunakan lembar kuesioner. Analisis data penelitian menggunakan analisis regresi linear berganda dan uji TCR. Hasil penelitian menunjukkan kelima dimensi baik secara parsial maupun simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada jasa perawatan rambut di Saliha Salon & Spa Muslimah Surabaya. Dan hasil analisis data penelitian menunjukkan dimensi bukti fisik hasil uji  $t = 2,401$  dan hasil uji TCR = 86,8% dengan kategori baik. Dimensi kehandalan hasil uji  $t = 2,129$  dan hasil uji TCR = 88,4% dengan kategori baik. Dimensi daya tanggap hasil uji  $t = 2,177$  dan hasil uji TCR = 88,2% dengan kategori baik. Dimensi jaminan hasil uji  $t = 2,148$  dan hasil uji TCR = 87,6% dengan kategori baik. Dimensi empati hasil uji  $t = 2,122$  dan hasil uji TCR = 87,9% dengan kategori baik. Kelima dimensi secara simultan hasil uji  $F = 9,205$  dan hasil uji  $R^2 = 0,329$  atau 32,9%.

**Kata Kunci :** lima dimensi, kualitas pelayanan, kepuasan konsumen

**Abstrack**

Saliha Salon & Spa Muslimah Surabaya is a beauty salon that offers beauty services such as salon in general. This salon was founded on November 2018. Although classified as a new beauty salon, but its customers are increasing every month, especially in hair care services. Customer satisfaction is closely related to service quality. Physical evidence, reliability, responsiveness, assurance, and empathy are five dimensions of service quality. The aim of this research is to find out influence from each dimensions of service quality on customer satisfaction both partially and simultaneously. The subjects of this research were 100 respondents. Type of this research is correlational analytics. Data collection using interviews, observation, and questionnaires. Instrument research using a questionnaire sheet. Data analysis using multiple linear regression and TCR test. The results shows that are the five dimensions both partially and simultaneously have a positive and significant influence on customer satisfaction on hair care services in Saliha Salon & Spa Muslimah Surabaya. And the result of data analysis in this research are dimension of physical evidence t test result = 2,401 and TCR test result = 86,8% with good category. Dimension of reliability t test result = 2,129 and TCR test result = 88,4% with good category. Dimension of responsiveness t test result = 2,177 and TCR test result = 88,2% with good category. Dimension of assurance t test result = 2,148 and TCR test result = 87,6% with good category. Dimension of empathy t test result = 2,122 and TCR test result = 87,9% with good category. Five dimensions of service quality simultaneous F test result = 9,205 and  $R^2$  test result = 0,329 or 32,9%.

**Keyword :** five dimension, service quality, customer satisfaction

## PENDAHULUAN

Industri jasa adalah sektor ekonomi yang saat ini sedang tumbuh pesat. Hal ini ditandai dengan bermunculannya jenis jasa baru. Salah satunya adalah salon kecantikan (Hurriyati, 2010:33). Salon kecantikan adalah jasa yang berfokus pada pelayanan kecantikan fisik seperti rambut, wajah, badan, dan kuku (Julianti dalam Jemina, 2015). Salah satu dari jasa salon kecantikan yang paling banyak diminati adalah jasa perawatan rambut. perawatan rambut adalah suatu kegiatan merawat rambut dengan kosmetika khusus rambut seperti sampo, kondisioner, tonik rambut, vitamin rambut, serum rambut, krim *creambath*, masker rambut baik tradisional maupun modern. Perawatan rambut secara umum yang disediakan salon kecantikan adalah cuci kering, *creambath*, *hairmask*, *hairspa*, perawatan rambut berketombe, perawatan rambut rontok, perawatan rambut berketu.

Gambar 1. Logo Saliha Salon & Spa Muslimah



Sumber : Website Saliha Salon & Spa Muslimah

Saliha Salon & Spa Muslimah Surabaya adalah salah satu salon kecantikan yang juga menawarkan jasa perawatan rambut. Perawatan rambut yang ditawarkan salon ini adalah cuci kering, *creambath*, *hairmask*, *hairspa*, dan perawatan rambut berketu. Salon ini terletak di Jl. Dukuh Kupang No. 20/42A, Surabaya. Salon ini berdiri pada bulan November 2018 dengan pimpinan Ibu Sierra Meidita, S. Sos dengan dibantu oleh satu orang kasir & administrasi, satu orang *senior beauty therapist* sekaligus *supervisor*, dan tiga *beauty therapist* (Hasil wawancara dengan pemilik salon, 29 Juli 2019).

Tabel 1. Data konsumen periode Januari-Juli 2019

Bulan	Prw Rambut	Prw Wajah	Prw Badan	Jumlah
Januari	53	21	55	129
Februari	88	30	60	178
Maret	92	40	65	197
April	145	44	70	259
Mei	153	55	82	290
Juni	155	52	97	304
Juli	208	85	120	413
Total				1.770

Sumber : Data admin Saliha Salon & Spa Muslimah

Sebagai salon yang baru Saliha Salon & Spa Muslimah Surabaya dituntut untuk memperhatikan pelayanan dan kepuasan konsumen agar tetap dapat bertahan di industri jasa bidang kecantikan. Kualitas pelayanan adalah suatu upaya industri jasa untuk memenuhi harapan konsumen atas jasa yang ditawarkan agar konsumen puas dan terpenuhi harapannya (Fandy Tjiptono, 2014:264). Setiap dimensi dari kualitas pelayanan harus dipandang penting untuk ditingkatkan kualitasnya. Bukti fisik dalam penelitian ini yang harus diperhatikan adalah lokasi yang strategis, tempat parkir aman dan memadai, ruang tunggu yang nyaman, peralatan perawatan rambut yang steril, dan *beauty therapist* yang berpakaian rapi. Dimensi kehandalan dalam penelitian ini yang harus diperhatikan adalah ketepatan dan kecepatan waktu pelayanan, *beauty therapist* cepat dan rapi dalam perawatan rambut, *beauty therapist* memberikan rasa nyaman selama perawatan, *beauty therapist* mampu menggunakan alat perawatan rambut dengan baik, kasir akurat dalam masalah pembayaran. Dimensi daya tanggap dalam penelitian ini yang harus diperhatikan adalah karyawan memberikan informasi mengenai perawatan rambut, karyawan menanggapi keluhan konsumen dengan baik, karyawan cepat dan tanggap dalam melayani konsumen. Dimensi jaminan dalam penelitian ini yang harus diperhatikan adalah karyawan ramah dan sopan, *beauty therapist* handal dan berpengalaman dalam memberikan perawatan rambut, *beauty therapist* memberikan rasa aman saat perawatan rambut. Dimensi empati dalam penelitian ini yang harus diperhatikan adalah *beauty therapist* melayani tanpa memandang status sosial, karyawan mampu memahami kebutuhan dan keinginan personal setiap konsumen, karyawan sabar dalam melayani, karyawan tulus dan sepenuh hati dalam melayani.

Dengan memperhatikan kelima dimensi pelayanan diharapkan agar kepuasan konsumen tercapai. Kepuasan konsumen adalah perasaan puas setelah memperoleh pengalaman dan hasil dari membandingkan harapan dan keinginan terhadap kenyataan yang didapat dalam hal ini perawatan rambut (Cadotte et al dalam Tjiptono, 2014:353). Salah satu cara untuk mengevaluasi tingkat kepuasan konsumen adalah meminta tanggapan dari konsumen mengenai harapan dan kenyataan yang diterima setelah melakukan perawatan rambut.

Karena salon ini masih baru dan belum pernah dilakukan penelitian ilmiah sebelumnya maka peneliti ingin mengangkat judul **“Pengaruh Lima Dimensi Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Jasa Perawatan Rambut Di Saliha Salon & Spa Muslimah Surabaya”**. Dengan tujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen, dan dari lima dimensi itu manakah dimensi yang paling rendah untuk ditingkatkan

dan manakah dimensi yang paling tinggi untuk dipertahankan.

## METODE

Metode penelitian menggunakan teori analitik korelasional. Penelitian analitik adalah penelitian berbasis analisis data menggunakan statistik. Sementara penelitian korelasional adalah penelitian dengan tujuan untuk mengetahui korelasi antar variabel bebas dan terikat (Sukardi, 2008).

Lokasi penelitian di Saliha Salon & Spa Muslimah Surabaya yang terletak di Jl. Dukuh Kupang No. 20/42A Dukuh Kupang, Kec. Dukuh Pakis, Surabaya, Jawa Timur. Waktu penelitian awal Agustus –akhir Desember 2019.

Subyek penelitian ini 100 konsumen Saliha Salon & Spa Muslimah Surabaya. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi, dan kuesioner. Instrumen penelitian menggunakan lembar kuesioner.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

#### 1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik harus dipenuhi untuk prasyarat uji analisis regresi linear berganda. Uji asumsi klasik yang dilakukan adalah uji normalitas, muktikolinearitas, autokorelasi, dan heteroskedastisitas. Uji asumsi klasik dalam penelitian ini semuanya sudah terpenuhi. Hasil uji normalitas Kolmogorov Smirnov 0,067. Hasil uji multikolinearitas dengan nilai VIF  $X_1 = 1.046$ ,  $X_2 = 1.158$ ,  $X_3 = 1.083$ ,  $X_4 = 1.134$ , dan  $X_5 = 1.179$ . Hasil uji autokorelasi Durbin Watson 2.046. dan hasil uji heteroskedastisitas Rank Spearman  $X_1 = 0.518$ ,  $X_2 = 0.710$ ,  $X_3 = 0.597$ ,  $X_4 = 0.717$ , dan  $X_5 = 0.628$ .

#### 2. Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Uji analisis regresi linear berganda untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Berikut hasil uji analisis regresi linear berganda, nilai konstanta 1,282 (nilai kepuasan konsumen jika semua variabel independen dihilangkan). Nilai bukti fisik 0,099 (setiap peningkatan sebesar 1% dari bukti fisik maka kepuasan konsumen akan ikut meningkat sebesar 9,9%). Nilai kehandalan 0,110 (setiap peningkatan sebesar 1% dari kehandalan maka kepuasan konsumen akan ikut meningkat sebesar 11%). Nilai daya tanggap 0,170 (setiap kenaikan sebesar 1% dari daya tanggap maka kepuasan konsumen ikut meningkat sebesar 17%). Nilai jaminan 0,167 (setiap kenaikan sebesar 1% dari jaminan maka

kepuasan konsumen akan ikut meningkat sebesar 16,7%). Nilai empati 0,130 (setiap kenaikan sebesar 1% dari empati maka kepuasan konsumen akan ikut meningkat sebesar 13%).

#### 3. Uji R<sup>2</sup> (Koefisien Determinasi)

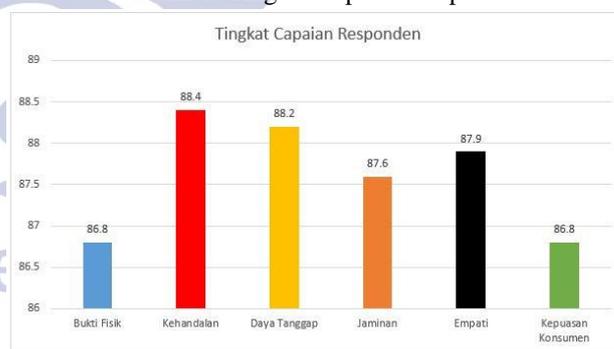
Uji R<sup>2</sup> dalam penelitian ini adalah untuk mengukur seberapa jauh variabel independen dalam mempengaruhi variabel dependen. Hasil uji R<sup>2</sup> 0,329 atau 32,9%.

#### 4. Uji Hipotesis (Uji t dan Uji F)

- 1) Bukti fisik memiliki t hitung 2,401 > t tabel 1,985 dan sig. (2-tailed) 0,01 <  $\alpha$  0,05 sehingga hipotesis diterima.
- 2) Kehandalan memiliki t hitung 2,129 > t tabel 1,985 dan sig. (2-tailed) 0,03 <  $\alpha$  0,05 sehingga hipotesis diterima.
- 3) Daya tanggap memiliki t hitung 2,177 > t tabel 1,985 dan sig. (2-tailed) 0,03 <  $\alpha$  0,05 sehingga hipotesis diterima.
- 4) Jaminan memiliki t hitung 2,148 > t tabel 1,985 dan sig. (2-tailed) 0,03 <  $\alpha$  0,05 sehingga hipotesis diterima.
- 5) Empati memiliki t hitung 2,122 > t tabel 1,985 dan sig. (2-tailed) 0,03 <  $\alpha$  0,05 sehingga hipotesis diterima.
- 6) Lima dimensi memiliki F hitung 9,205 > F tabel 1,985 dan sig. (2-tailed) 3,71E-07 <  $\alpha$  0,05 sehingga hipotesis diterima.

#### 5. Uji TCR (Tingkat Capaian Responden)

Grafik 1. Tingkat Capaian Responden



Sumber : hasil olah data primer

1. Hasil uji TCR bukti fisik sebesar 86,8% dengan kategori baik.
2. Hasil uji TCR kehandalan sebesar 88,4% dengan kategori baik.
3. Hasil uji TCR daya tanggap sebesar 88,2% dengan kategori baik.
4. Hasil uji TCR jaminan sebesar 87,6% dengan kategori baik.

5. Hasil uji TCR empati sebesar 87,9% dengan kategori baik.
6. Hasil uji TCR kepuasan konsumen sebesar 86,8% dengan kategori baik.

## Pembahasan

### 1. Pengaruh Dimensi Bukti Fisik terhadap Kepuasan Konsumen Secara Parsial

Berdasarkan uji t dimensi bukti fisik nilai t hitung 2,401 > t tabel 1,985. Sig. (2-tailed) 0,018 <  $\alpha$  0,05. Dan hasil uji TCR 86,8% dengan kategori baik karena salon memiliki lokasi strategis, fasilitas yang memadai, ruangan yang bersih, peralatan yang steril, dan *beauty therapist* yang berpakaian rapi.

### 2. Pengaruh Dimensi Kehandalan terhadap Kepuasan Konsumen Secara Parsial

Berdasarkan uji t dimensi kehandalan nilai t hitung 2,129 > t tabel 1,985. Dan sig. (2-tailed) 0,036 <  $\alpha$  0,05. Dan hasil uji TCR 88,4% dengan kategori baik karena ketepatan dan kecepatan waktu pelayanan, melayani dengan cepat dan rapi, *beauty therapist* melayani dengan rasa nyaman, *beauty therapist* menggunakan alat dengan baik, dan karyawan akurat dalam masalah pembayaran.

### 3. Pengaruh Dimensi Daya Tanggap terhadap Kepuasan Konsumen Secara Parsial

Berdasarkan uji t dimensi daya tanggap nilai t hitung 2,177 > t tabel 1,985. Sig. (2-tailed) 0,032 <  $\alpha$  0,05. Dan hasil uji TCR 88,2% dengan kategori baik karena karyawan memberikan informasi mengenai pelayanan, karyawan menanggapi keluhan dari konsumen dengan baik, dan *beauty therapist* melayani dengan cepat dan tanggap.

### 4. Pengaruh Dimensi Jaminan terhadap Kepuasan Konsumen Secara Parsial

Berdasarkan uji t dimensi jaminan nilai t hitung 2,148 > t tabel 1,985. Sig. (2-tailed) 0,03 <  $\alpha$  0,05. Dan hasil uji TCR 87,6% dengan kategori baik karena karyawan ramah dan sopan, *beauty therapist* handal dan berpengalaman, dan *beauty therapist* memberikan rasa aman selama perawatan rambut.

### 5. Pengaruh Dimensi Empati terhadap Kepuasan Konsumen Secara Parsial

Berdasarkan uji t dimensi empati nilai t hitung 2,122 > t tabel 1,985. Sig. (2-tailed) 0,03 <  $\alpha$  0,05. Dan hasil uji TCR 87,9% dengan kategori baik karena karyawan memberikan pelayanan yang sama tanpa membedakan status sosial,

*beauty therapist* memahami keinginan personal konsumen, *beauty therapist* melayani dengan sabar, dan *beauty therapist* melayani dengan tulus dan sepenuh hati.

### 6. Pengaruh Lima Dimensi terhadap Kepuasan Konsumen Secara Simultan

Lima dimensi berpengaruh secara positif dan signifikan secara simultan karena hasil uji F lima dimensi F hitung 9,20 > F tabel 2,31. Sig. (2-tailed) 3,71E-07 <  $\alpha$  0,05. Dan hasil uji  $R^2$  0,329 atau 32,9%.

## PENUTUP

### Simpulan

1. Bukti fisik berpengaruh secara parsial dengan hasil t test 2,401 dan hasil uji TCR 88,4%.
2. Kehandalan berpengaruh secara parsial dengan hasil t test 2,129 dan hasil uji TCR 86,8%.
3. Daya tanggap berpengaruh secara parsial dengan hasil t test 2,177 dan hasil uji TCR 88,2%.
4. Jaminan berpengaruh secara parsial dengan hasil t test 2,148 dan hasil uji TCR 87,6%.
5. Empati berpengaruh secara parsial dengan t test 2,122 dan hasil uji TCR 87,9%.
6. Lima dimensi berpengaruh secara simultan dengan hasil F test 9,205 dan hasil uji  $R^2$  0,329 atau 32,9%.

### Saran

1. Bagi Saliha Salon & Spa Muslimah Surabaya agar meningkatkan dimensi empati dan mempertahankan dimensi bukti fisik. Serta tetap memperhatikan dimensi yang lainnya agar kepuasan konsumen juga ikut meningkat.
2. Bagi peneliti selanjutnya agar menambah faktor lain dan jumlah responden agar hasil penelitian yang didapat lebih baik.

## DAFTAR PUSTAKA

- A. Parasuraman, Valerie A., Zeithmal and Leonard L. 1988. Servqual : A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing Vol 64 (1) pp12-37*
- Alma, Buchori. 2007. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Edisi Revisi. Bandung : Alfabeta
- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Metodologi Penelitian*. Jakarta : PT. Rineka Cipta
- Hakim, Nelly, dkk. 2001. *Tata Kecantikan Kulit Tingkat Terampil*. Jakarta : PT. Carina Indah Utama
- Hurriyati, Ratih. 2010. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung : Alfabeta

- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Managemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat
- Nasution, M. N. 2005. *Manajemen Mutu Terpadu : Total Quality Management*. Edisi Kedua. Bogor : Ghalia Indonesia
- Rostamailis, dkk. 2008. *Tata Kecantikan Rambut Jilid 3*. Jakarta : Departemen Pendidikan Nasional
- Sugiyono. 2013. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R &D*. Bandung : Alfabeta
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa : Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta : Andi Offset
- UNESA. 2000. *Pedoman Penulisan Artikel Jurnal*. Surabaya : Lembaga Penelitian Universitas Negeri Surabaya

