

PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MENGGUNAKAN JASA SALON KECANTIKAN DINI DI PARIGI KABUPATEN PARIGI MOUTONG

SUCI AMIKA UKKAS *)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan yang terdiri dari daya tanggap, jaminan, bukti fisik, empati dan kehandalan terhadap kepuasan konsumen pada Salon Kecantikan Dini di Parigi, pengaruh daya tanggap terhadap kepuasan konsumen pada Salon Kecantikan Dini di Parigi, pengaruh jaminan terhadap kepuasan konsumen pada Salon Kecantikan Dini di Parigi, pengaruh bukti fisik terhadap kepuasan konsumen pada Salon Kecantikan Dini di Parigi, pengaruh kualitas empati terhadap kepuasan konsumen pada Salon Kecantikan Dini di Parigi dan pengaruh kehandalan terhadap kepuasan konsumen pada Salon Kecantikan Dini di Parigi. Jumlah sampel yang ditarik sebanyak 75 orang konsumen pengguna jasa Salon Dini. Dari analisis yang dituangkan dalam pembahasan di atas diperoleh beberapa kesimpulan yaitu kualitas layanan yang terdiri dari daya tanggap, jaminan, bukti fisik, empati dan kehandalan berpengaruh nyata terhadap kepuasan konsumen pada Salon Kecantikan Dini di Parigi, daya tanggap berpengaruh tidak nyata terhadap kepuasan konsumen pada Salon Kecantikan Dini di Parigi, jaminan berpengaruh tidak nyata terhadap kepuasan konsumen pada Salon Kecantikan Dini di Parigi, bukti fisik berpengaruh tidak nyata terhadap kepuasan konsumen pada Salon Kecantikan Dini di Parigi, kualitas empati berpengaruh nyata terhadap kepuasan konsumen pada Salon Kecantikan Dini di Parigi dan kehandalan berpengaruh nyata terhadap kepuasan konsumen pada Salon Kecantikan Dini di Parigi.

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia usaha yang dicapai manusia dewasa ini telah mengalami banyak sekali peningkatan. Hal ini terlihat diberbagai produk barang maupun jasa yang bersinergi dengan peningkatan teknologi. Salah satu produk jasa yang banyak bersentuhan dengan teknologi adalah jasa kecantikan di salon-salon kecantikan. Dalam upaya memudahkan usahanya jasa salon menggunakan berbagai teknologi yang terus berkembang.

Jasa salon kecantikan khususnya di daerah perkotaan atau suatu daerah yang berkembang sudah tidak asing lagi, utamanya bagi kaum perempuan. Telah menjadi kodrat perempuan untuk selalu berusaha terlihat menarik/cantik. Untuk itu berbagai cara ditempuh dan salah satu cara yang paling banyak dilakukan oleh perempuan modern saat ini adalah dengan menggunakan jasa salon kecantikan.

Jasa salon kecantikan tidak hanya menawarkan jasa gunting rambut, tetapi juga banyak jenis produk jasa yang ditawarkan yang berhubungan dengan kecantikan perempuan. Berkembangnya usaha jasa salon dan makin tingginya kebutuhan akan penampilan yang menarik maka jasa salon tidak lagi hanya terbatas pada kaum

perempuan. Saat ini frekwensi mendatangi salon kaum laki-laki juga cukup tinggi. Hal ini karena terkait dengan kesibukan dan juga kemudahan yang ditawarkan.

Makin tingginya persaingan diantara usaha salon kecantikan, mengharuskan mutu pelayanan jasa salon harus ditingkatkan. Pelayanan ini termasuk di dalamnya adalah kelengkapan peralatan yang digunakan. Selain itu yang lebih penting lagi adalah sumber daya manusianya atau karyawannya. Ketrampilan dan pengetahuan mengenai kecantikan sangatlah mutlak dimiliki oleh seorang karyawan salon kecantikan. Semua itu dapat menjadi faktor yang mempengaruhi minat seseorang dalam menggunakan jasa salon. Faktor tersebut dapat dengan *Customer delivered value* (Kotler, 1997; 35)

Parasuraman (2001; 26) mengemukakan konsep kualitas layanan yang berkaitan dengan kepuasan ditentukan oleh lima unsur yang biasa dikenal dengan istilah kualitas layanan "RATER" (*responsiveness, assurance, tangible, empathy* dan *reliability*). Konsep kualitas layanan RATER intinya adalah membentuk sikap dan perilaku dari pengembang pelayanan untuk memberikan bentuk pelayanan yang kuat dan mendasar,

agar mendapat penilaian sesuai dengan kualitas layanan yang diterima.

Berdasarkan pernyataan Parasuraman bila dikaitkan dengan layanan jasa Salon Dini maka inti dari konsep kualitas layanan adalah menunjukkan segala bentuk aktualisasi kegiatan pelayanan salon yang memuaskan konsumen yang menerima pelayanan salon sesuai dengan daya tanggap (*responsiveness*), menumbuhkan adanya jaminan (*assurance*), menunjukkan bukti fisik (*tangible*) yang dapat dilihatnya, menurut empati (*empathy*) dari orang-orang yang memberikan pelayanan sesuai dengan keandalannya (*reliability*) menjalankan tugas pelayanan yang diberikan secara konsekuen untuk memuaskan konsumen yang datang di salon Dini.

Berdasarkan inti dari konsep kualitas layanan "RATER" maka Salon Dini dapat menjadikan konsep ini sebagai acuan dalam menerapkan aktualisasi layanan dalam usaha salon, dalam memecahkan berbagai bentuk kesenjangan (*gap*) atas berbagai pelayanan yang diberikan karyawan salon dalam memenuhi tuntutan pelayanan konsumen di Parigi

Pada kenyataannya konsumen yang menggunakan jasa salon Dini bukan hanya datang dari kalangan yang mampu, namun kalangan menengah kebawah juga sudah menggunakan salon kecantikan Dini. Hal ini tergambar melalui fenomena yang disaksikan penulis. Konsumen berusaha memilih salon yang menurut mereka memberikan kepuasan dan pilihan mereka jatuh pada salon Dini.

Berdasarkan pendapat Parasuraman secara operasional, faktor-faktor kualitas pelayanan dilihat oleh konsumen secara aplikatif dalam proses pemberian jasa salon Dini. Faktor *responsiveness* merupakan bentuk daya tanggap karyawan salon dalam melayani konsumen yang datang. Pihak konsumen memiliki harapan untuk dimengerti keinginan mereka sehingga pihak karyawan salon dituntut untuk memenuhi hal itu.

Faktor *assurance* merupakan bentuk jaminan Salon Dini terhadap konsumen. Untuk memberikan kepuasan kepada konsumen di perlukan jaminan kepada konsumen bahwa pelayanan yang diberikan benar-benar sesuai yang dijanjikan oleh konsumen. Sebagai

kompetitor dari sekian banyak salon di Parigi, tentunya Salon Dini harus menjaga agar harapan-harapan konsumen tetap terpenuhi. Hal ini memerlukan sebagian besar waktu bagi manajemen salon Dini untuk memikirkan dan mendesain sebaik mungkin pelayannya.

Kepuasan konsumen khususnya di Salon Dini pada kenyataannya juga ditentukan oleh penampilan fisik salon. Mulai dari penampilan karyawan sampai penyediaan peralatan dan perlengkapan lainnya akan memenuhi harapan konsumen. Salon Dini dituntut untuk selalu mengevaluasi bagaimana proses pelayanan itu berjalan lancar melalui fasilitas fisik yang memadai. Termasuk dalam hal ini bangunan dan fisik ruangan yang menjadi pusat pelayanan Salon Dini. Banyak hal yang harus dipikirkan dalam pelayanan jasa sebagaimana yang dilakukan Salon Dini. Termasuk lainnya adalah masalah empati. Unsur ini lebih pada perlakuan psikologi karyawan terhadap konsumen.

Perhatian yang baik dan merata menjadikan salon Dini digemari banyak konsumen. Hal ini sudah tentu faktor empati berperan di dalamnya. Dalam persaingan yang tinggi, tentu akan banyak pilihan bagi konsumen untuk menentukan sikapnya memilih salah satu dari sekian banyak Salon. Olehnya itu faktor empati menjadi salah satu instrumen penting bagi Salon Dini untuk mencapai penjualan jasa dan terutama untuk kepuasan konsumen.

Pelayanan yang konsisten makin menjadi perhatian konsumen. Manajemen Salon Dini perlu memperhatikan proses pelayanan agar benar-benar andal dalam artian tetap dipertahankan sesuai pelayanan yang dijanjikan. Faktor *reliability* menjadi harapan konsumen untuk diterapkan secara maksimal kepada semua kalangan konsumen.

Mengingat pentingnya dimensi kualitas pelayanan dalam upaya menciptakan kepuasan konsumen pada Salon Dini maka penulis tertarik melakukan penelitian ilmiah dengan judul "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Konsumen Menggunakan Jasa Salon Kecantikan Dini Di Parigi Kabupaten Parigi Moutong"

Rumusan Masalah

Apakah kualitas layanan yang terdiri dari daya tanggap, jaminan, bukti fisik, empati dan kehandalan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Salon Kecantikan Dini di Parigi?

1. Apakah daya tanggap berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Salon Kecantikan Dini di Parigi?
2. Apakah jaminan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Salon Kecantikan Dini di Parigi?
3. Apakah bukti fisik berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Salon Kecantikan Dini di Parigi?
4. Apakah kualitas empati berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Salon Kecantikan Dini di Parigi?
5. Apakah kehandalan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Salon Kecantikan Dini di Parigi?

Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan Penelitian

1. Pengaruh kualitas layanan yang terdiri dari daya tanggap, jaminan, bukti fisik, empati dan kehandalan terhadap kepuasan konsumen pada Salon Kecantikan Dini di Parigi
2. Pengaruh daya tanggap terhadap kepuasan konsumen pada Salon Kecantikan Dini di Parigi
3. Pengaruh jaminan terhadap kepuasan konsumen pada Salon Kecantikan Dini di Parigi
4. Pengaruh bukti fisik terhadap kepuasan konsumen pada Salon Kecantikan Dini di Parigi
5. Pengaruh kualitas empati terhadap kepuasan konsumen pada Salon Kecantikan Dini di Parigi
6. Apakah kehandalan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Salon Kecantikan Dini di Parigi?

Manfaat Penelitian

- a. Sebagai bahan informasi bagi pimpinan organisasi layanan Salon Kecantikan Dini di Parigi dalam penerapan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen.
- b. Sebagai bahan pembanding atau referensi bagi peneliti-peneliti selanjutnya, khususnya penelitian mengenai kualitas layanan terhadap kepuasan.

Kerangka Pemikiran

Jasa salon kecantikan Dini berupaya meningkatkan kepuasan konsumen dengan menerapkan kualitas layanan. Kualitas layanan yang diterapkan meliputi daya tanggap, jaminan, bukti fisik, empati dan kehandalan. Pentingnya daya tanggap sebagai bentuk pemberian pelayanan yang diberikan kepada konsumen sesuai tingkat pemahaman dan tindak lanjut dalam merespon suatu pelayanan yang diterima berupa menunjukkan pelayanan yang menyenangkan, kecakapan dalam pelayanan, menciptakan respon yang positif.

Jaminan menjadi bentuk pemberian pelayanan yang berkualitas sesuai dengan komitmen harapan yang diberikan kepada konsumen dengan memperlihatkan sikap ramah/sopan, menjamin keselamatan dan kenyamanan konsumen dalam mendapatkan pelayanan jasa lalu lintas penerbangan.

Bukti fisik menjadi hal penting bagi konsumen, hal tersebut yang memberikan suatu apresiasi bagi konsumen dalam melihat pelayanan sesuai ketersediaan sarana, fasilitas dan keahlian karyawan salon yang secara nyata diterapkan kepada konsumen mulai dari ketersediaan peralatan yang modern, perlengkapan yang tersedia lengkap dan tenaga yang profesional.

Empati diperlukan di dalam memenuhi kepuasan konsumen yang berkaitan dengan bentuk-bentuk sikap dan kepedulian dalam memberikan pelayanan kepada konsumen. Selain itu, dituntut untuk mengembangkan kehandalan dalam pemberian pelayanan yang utama dan unggul tanpa diskriminasi sesuai dengan proses pelayanan yang cepat, tidak pilih kasih dan memberikan kepercayaan kepada konsumen.

Berdasarkan variabel-variabel yang diteliti ini, memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen sebagai apresiasi terpenuhinya harapan konsumen cepat mendapatkan pelayanan, keinginan konsumen atas pelayanan yang memuaskan.

METODE PENELITIAN

Tipe Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode tipe deskriptif analisis, yaitu metode yang memusatkan masalah yang ada pada saat ini dimana dalam prosesnya bukan sekedar

mengumpulkan dan mengolah data, tetapi juga menganalisa, meneliti dan menginterpretasikan serta membuat kesimpulan dan memberi saran yang kemudian disusun pembahasannya secara sistematis sehingga dapat dipahami masalahnya.

Lokasi, Obyek dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah pada salon Dini di Parigi. Obyek penelitian adalah kualitas layanan dan kepuasan konsumen. Alasan memilih lokasi karena salon ini cukup diminati di Parigi oleh kawula muda dan juga kalangan orang-orang dewasa. Peran salon ini penting dalam mendukung dunia usaha khususnya jasa salon kecantikan di daerah ini. Waktu yang diperlukan dalam penelitian selama 3 bulan.

Jenis dan Sumber Data

Jenis Data

Data Kualitatif: merupakan data yang bukan dalam bentuk angka melainkan berupa uraian atau penjelasan.

Data Kuantitatif: merupakan data yang berbentuk angka-angka atau ukuran tertentu.

Sumber Data

- a. Data Primer; data yang dikumpulkan secara langsung dari pihak Salon Dini di Parigi berupa hasil wawancara langsung dan hasil isian angket.
- b. Data Sekunder; data yang diperoleh secara tidak secara langsung yang ada hubungannya dengan penelitian ini.

Metode Pengumpulan Data

Dalam hal ini penulis menggunakan 3 (tiga) metode pengumpulan data yaitu:

1. Observasi yaitu mengadakan peninjauan langsung ke obyek penelitian pada Salon Dini di Parigi, guna mencatat data-data yang dibutuhkan.
2. Wawancara yaitu upaya mendapatkan informasi secara lisan yaitu dengan melakukan tanya jawab kepada beberapa pejabat yang berwenang.
3. Dokumentasi yaitu mencatat data-data yang diperlukan, sejarah singkat perusahaan, bidang usaha perusahaan dan data lainnya yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

Populasi dan Sampel Penelitian.

Populasi dalam penelitian ini yaitu konsumen yang menggunakan salon Dini.

Jumlah konsumen yang banyak dan sulit ditentukan jumlahnya secara pasti. Untuk analisis faktor, ukuran sampel yang direkomendasikan adalah tidak kurang dari 50 observasi, dan disarankan ukuran sampel 100 atau lebih. Sebagai aturan umum, beberapa peneliti merekomendasikan rasio 10:1 atau 20:1 kasus untuk setiap variabel (Hair, dkk, 2006; 98-99). Hal ini dimaksud adalah jika item kuesioner dirancang sebanyak 20 item, maka ukuran sampel minimal adalah $20 \times 10 = 200$.

Untuk analisis regresi, disarankan adalah 15 – 20 observasi per independen variabel (Hair, dkk, 2006; 166), selanjutnya dijelaskan bahwa ukuran sampel dapat mengurangi batas penerimaan loading faktor pada item. Berdasarkan pernyataan di atas maka penulis menentukan sampel 15 kali dari jumlah variable independent (15×5) jumlah sampel yang ditarik sebanyak 75 orang konsumen pengguna jasa Salon Dini. Adapun teknik penarikan sampel digunakan *purposive sampling* yaitu menarik sampel dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan penarikan sampel yaitu:

1. Berpendidikan minimal SLTA
2. Berumur minimal 23 tahun
3. Menggunakan minimal 1 jenis layanan salon

Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang dimaksudkan adalah berupa kuisisioner atau angket yang dibuat berdasarkan indikator variabel yang telah ditetapkan. Untuk mengukur sikap responden digunakan skala likert lima tingkat yaitu:

- a. Sangat setuju diberi skor = 5
- b. Setuju diberi skor = 4
- c. Kurang setuju diberi skor = 3
- d. Tidak setuju diberi skor = 2
- e. Sangat tidak setuju diberi skor = 1

Metode Analisis

1. Metode Kualitatif: Merupakan metode analisis yang digunakan untuk menafsirkan temuan yang tidak berbentuk angka-angka, jadi sifatnya memberi gambaran (deskripsi) secara narasi
2. Metode Kuantitatif: Merupakan metode analisis yang digunakan untuk menafsirkan temuan yang berbentuk angka-angka melalui suatu teknik analisis tertentu.

DAFTAR PUSTAKA

- Ancok, Djamaluddin, dan Singarimbun, 1995. *Metode Penelitian Survei*. LP3ES Jakarta.
- Arisutha, Damartaji, 2005. *Dimensi Kualitas Pelayanan*. Penerbit Gramedia Pustaka, Jakarta.
- Barata, Atep. D., 2001. *Pelayanan Prima*. Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Dekker, A. Steven, 2001. *Measure Service Quality: Reexamination and Extension*. Journal of Marketing. Vol. 56. July, 55-68. (Diterjemahkan oleh Sutanto).
- Engel, James, 1990. (Diterjemahkan oleh Purwoko) *Satisfaction; A Behavioral Perspective On The Consumer*. McGraw Hill Companies Inc., USA.
- Gaspersz, Vincent, 2003. *Manajemen Bisnis Total - Total Quality Management*. Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Gronroos, Michael, 1990. *Perceived Service Quality Model*. Published Ohio University Press, California.
- Heskett, Robert, 1990. *Service Profit Chain Model*. Prentice Hall, California Press.
- Marcel, Davidson, 2003. *Service Quality in Concept and Theory*. Published by American Press, USA.
- Margaretha, 2003. *Kualitas Pelayanan: Teori dan Aplikasi*. Penerbit Mandar Maju, Jakarta.
- Martul, Shadiqqin, 2004. *Implementasi Dimensi Kualitas Pelayanan Konsumen*. Penerbit Sinar Grafika, Jakarta.
- Norman, Davis, 1992. *Service Management System*. Prentice Hall Ohio University Press, USA.
- Oemi, 1995. (Diterjemahkan oleh Purwoko) *Measuring Customer Satisfaction; Survey Design, Use and Statistical Analysis Methods*. ASQ Quality Press, Wisconsin, USA.
- Parasuraman, A. Valerie, 2001. (Diterjemahkan oleh Sutanto) *Delivering Quality Service*. The Free Press, New York.
- Peter, J.H., 2003. *Service Management in Managing The Image*. Trisakti University, Jakarta.
- Purwoko, Bambang, A., 2000. *Asocial Security Highlight in Indonesia: An Economic Perspective*. Komunika Jaya Pratama, Jakarta.
- Rangkuti, Freddy, 2003. *Konsep Pengukuran Kepuasan*. Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Samuelson, Jeniston, 2000. *Application of Quality Service Theory*. Published by John Wiley and Sons, USA.
- Stemvelt, Robert C., 2004. (Diterjemahkan oleh Purwoko) *Perception of Service Quality*. Allyn and Bacon, Massachusetts.
- Sunyoto, Hamingpraja, 2004. *Jaminan Kualitas Pelayanan Konsumen*. Penerbit Liberty, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy, 2004. *Kepuasan dalam Pelayanan*. Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Yong, C.Z., Yun, Y.W., Loh, L., 2003. (Diterjemahkan oleh Sutanto). *The Quest for Global Quality*. Pustaka Delapratasa, Jakarta.
- Zeithaml, Bitner, 1990. (Diterjemahkan oleh Purwoko) *The Concept of Customer*