

## Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pelanggan Untuk Menggunakan Jasa Salon Bunda Rida

Oleh:

Fitri Adriana<sup>1</sup>, Muh Zabir Zainuddin<sup>2</sup>, Suyuti HM<sup>3</sup>, Rasidin Utha<sup>4</sup>

[Fitriadriana1111@gmail.com](mailto:Fitriadriana1111@gmail.com)

### ABSTRAK

Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pelanggan Untuk Menggunakan Jasa Salon Bunda Rida. Skripsi, Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. Pembimbing I: Bapak H.Muh.Zabir Zainuddin, dan Pembimbing II: Bapak Suyuti HM. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap keputusan pelanggan untuk menggunakan jasa Salon Bunda Rida. Untuk mencapai tujuan tersebut, digunakan data kualitatif dan kuantitatif, teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Salon Bunda Rida. Sampel dalam penelitian ini menggunakan analisis dengan *multivariate* (korelasi atau regresi ganda), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali variabel yang diteliti (*independen + dependen*). Dalam penelitian ini terdapat 2 variabel *independen* dan 1 variabel *dependen* (terdapat 3 variabel), maka  $3 \times 10 = 30$ . Sehingga jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 30 responden. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda dan menggunakan uji hipotesis, yaitu uji t parsial dan uji F simultan. Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara kualitas layanan dan harga terhadap keputusan pelanggan Salon Bunda Rida, baik secara parsial maupun secara simultan.

**Kata Kunci:** *kualitas layanan, harga, dan keputusan pelanggan*

### ABSTRACT

The Effect of Service Quality and Price on Customer's Decision to Use The Services of Bunda Rida Salon. Thesis, Management Study Program, Faculty of Economics and Business. Guide I: Mr. H.Muh.Zabir Zainuddin, and Mentor II: Mr. Suyuti HM. This research aims to find out the influence of service quality and price on customer decisions to use the services of Salon Bunda Rida. To achieve these goals, qualitative and quantitative data, data collection techniques are used with observations, interviews, and documentation. The population in this study is a customer of Salon Bunda Rida. The samples in this study used *multivariate* analysis (*correlation or multiple regression*), then the number of sample members was at least 10 times the variables studied (*independent + dependent*). In this study there are 2 *independent* variables and 1 *dependent* variable (there are 3 variables), then  $3 \times 10 = 30$ . So the number of samples in this study is as many as 30 respondents. The data was collected through questionnaires and analyzed using multiple linear regression analyses and using hypothesis tests, i.e. partial t tests and simultaneous F tests. The results of the analysis showed that there was a significant and positive influence between the quality of service and price on the decisions of customers, both partially and simultaneously.

**Keywords:** *Quality of Service, Price, and Customer Decisions*

## PENDAHULUAN

Usaha jasa salon adalah sebuah jasa perseorangan yang bergerak dibidang jasa perawatan anggota tubuh dan kecantikan, seperti kecantikan rambut dan kecantikan badan. Usaha jasa salon merupakan usaha yang dapat dijadikan bisnis jangka penjang, karena kebutuhan fisik untuk seorang wanita bahkan seorang pria.

Salon Bunda Rida adalah sebuah usaha salon yang menawarkan perawatan kecantikan rambut, jenis perawatan tersebut yaitu, Rebonding, Smothing, Colouring, Creambath dan Cukur rambut. Sejauh ini Salon Rida sudah menerapkan strategi-strategi pemasaran untuk menarik minat konsumen, diantaranya yaitu dari segi kualitas layanannya, keramahan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan, memberikan harga yang terjangkau sesuai dengan kualitas produk. Salon Bunda Rida berdiri pada tahun 2014 yang berlokasi Di Jl.pasar bruga, Baruga Kota Kendari.

Salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pelanggan untuk menggunakan jasa adalah kualitas pelayanan, sebab kualitas pelayanan jasa berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan maupun keinginan pelanggan, serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas diartikan sebagai suatu kondisi dinamis di mana berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memeneuhi atau melebihi harapan. Menurut Tjiptono (2004:53), "Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut memenuhi keinginan pelanggan. Apabila jasa atau pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa atau pelayanan yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal.

Selain kualitas pelayanan, faktor harga turut berperan dalam mempengaruhi keputusan pelanggan untuk menggunakan jasa salon. Harga merupakan salah satu elemen dari bauran pemasaran dan satu-satunya yang menghasilkan pendapatan bagi perusahaan. Sedangkan menurut Tjiptono (2007:126) dari sudut pandang konsumen, harga sering kali digunakan sebagai indikator nilai apabila harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang ataupun jasa.

**Tabel Jenis dan harga/tarif perawatan Salon Bunda Rida**

Jenis	Harga
Smoothing	Rp. 300.000
Colouring Hair	Rp. 250.000
Creambeth	Rp. 50.000
Cukur Rambut	Rp. 20.000

*Sumber: Salon Bunda Rida, 2021*

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa perbedaan harga pada setiap jenis perawatan rambut diterapkan oleh jasa salon Rida. Penentuan harga juga dapat berubah tergantung harga produk yang kadang mengalami kenaikan harga pada suatu produk yang akan digunakan pada saat perawatan rambut. Tarif yang ditawarkan oleh Salon Rida merupakan daya tarik yang diberikan pelanggan agar memilih Salon Rida sebagai tempat untuk merawat rambut mereka. Tarif yang berbeda-beda tersebut merupakan bentuk dari memenuhi kebutuhan dan keinginan dari konsumen.

Adanya kualitas pelayanan dan harga yang baik dalam suatu perusahaan jasa salon, akan menciptakan kepuasan bagi para pelanggannya dan memutuskan memilih salon yang sama dilain waktu. Jika pelanggan merasa puas dengan produk jasa yang diterima, pelanggan akan membandingkan pelayanan yang diberikan, apabila pelanggan merasa benar-benar puas, mereka akan kemabali datang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk melakukan pengiriman paket ditempat yang sama. Oleh karena itu, perusahaan harus memulai memikirkan pentingnya pelayanan pelanggan secara lebih matang melalui kualitas pelayanan, karena keputusan pelanggan merupakan aspek yang sangat penting untuk bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan.

Faktor-faktor tersebut akan dijadikan tolak ukur bagi pelanggan dalam memilih Salon. Kualitas layanan pada suatu usaha haruslah sangat baik agar para calon pelanggan merasa puas dan nyaman, selain kualitas layanan pada suatu usaha, harga merupakan salah satu hal yang sering menjadi

pertimbangan calon pelanggan untuk memilih salon, salah satu strategi agar bisnis persalonan tetap bisa bertahan dan bersaing dengan memasang harga yang terjangkau.

Sehubungan dengan uraian-uraian yang dikemukakan di atas, baik secara teori maupun berdasarkan fenomena, maka penulis menetapkan judul penelitian: "Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Keputusan Pelanggan untuk Menggunakan Jasa Salon Bunda Rida"

### **Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian yang dikemukakan diatas, maka permasalahan yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan pelanggan untuk menggunakan jasa Salon Bunda Rida?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pelanggan untuk menggunakan jasa Salon Bunda Rida?
3. Apakah kualitas layanan dan harga berpengaruh terhadap keputusan pelanggan untuk menggunakan jasa Salon Bunda Rida?

### **Tujuan penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan pelanggan untuk menggunakan jasa Salon Bunda Rida.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pelanggan untuk menggunakan jasa Salon Bunda Rida.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap keputusan pelanggan untuk menggunakan jasa Salon Bunda Rida.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Pengertian Pemasaran**

Pemasaran adalah salah satu kegiatan pokok yang perlu dilakukan oleh perusahaan baik itu perusahaan barang ataupun jasa dalam upaya mempertahankan kelangsungan hidup usahanya. kegiatan pemasaran dapat diartikan sebagai kegiatan manusia yang berlangsung dalam kaitannya dengan pasar. Menurut Kotler dan Keller (2012:28) yaitu: "*marketing is meeting needs profitability*" maksud ungkapan tersebut adalah pemasaran merupakan hal yang dilakukan untuk memenuhi setiap kebutuhan pelanggan dengan cara-cara yang menguntungkan semua pihak.

Definisi pemasaran menurut Kurtz (2012:7) yaitu: "*Marketing is an organizational function and set of process for creating communicating and delivering value to customers and for managing customers relationship in that benefit the organization and stakeholders*". Yang berarti Pemasaran adalah fungsi organisasi dan seperangkat proses untuk menciptakan berkomunikasi dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan di manfaat bahwa organisasi dan stakeholder.

Pernyataan tersebut diperkuat oleh AMA (American Marketing Association) yang dikutip oleh Kotler dan Keller (2012:5) yaitu: pemasaran adalah kegiatan, mengatur lembaga, proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan, dan bertukar penawaran yang memiliki nilai bagi pelanggan, klien, dan masyarakat pada umumnya.

Dari pengertian pemasaran diatas, maka dapat disimpulkan bahwa pemasaran merupakan suatu proses pertukaran produk berupa barang, jasa, dan ide yang melibatkan dua pihak atau lebih. Pada prakteknya, pemasaran seringkali dipandang sebagai suatu upaya kreatif, promosi atau periklanan, distribusi, dan penjualan. Oleh karenanya, keberhasilan sebuah perusahaan juga seringkali dia dikaitkan dengan keberhasilan upaya pemasaran yang dilakukan perusahaan tersebut. Agar upaya pemasaran dapat dilakukan dengan efektif dan mencapai sasaran diharapkan, diperlukan strategi yang benar-benar cermat.

### **Pengertian Jasa**

Jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya bersifat intangible (tidak terwujud fisik) dan tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu. Menurut Stanton (dalam Sunyoto, 2013) jasa adalah kegiatan yang dapat diidentifikasi, yang bersifat tak teraba, yang direncanakan untuk pemenuhan kepuasan pada pelanggan.

### **Pengertian Kualitas Layanan**

Menurut Tjiptono (Tjiptono, 2001) Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Sehingga definisi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2007). Kualitas pelayanan (service quality) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan.

### **Harga**

Menurut Kotler (2005:43) dalam Yuda harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah nilai yang ditukar konsumen untuk manfaat-manfaat yang diterima karena menggunakan produk atau jasa tersebut. Buchari Alma (2011:169) mendefinisikan harga adalah sebagai nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang. Kemudian menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2008:345) menyatakan bahwa harga adalah sejumlah tagihan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.

### **Keputusan Konsumen**

menurut Supranto dan Limakrisna (2011:212) bahwa pembuatan keputusan konsumen sebenarnya merupakan suatu aliraninteraksi (*stream interaction*) antara faktor lingkungan, kognitif dan tindakan perilaku. Menurut swastha dan irawan dalam M.Zabir Zainuddin (2018) keputusan pembelian adalah pemahaman konsumen tentang keinginan dan kebutuhan akan suatu produk dengan menilai dari sumber yang ada dengan menetapkan tujuan pembelian serta mengidentifikasi alternatif sehingga pengambil keputusan untuk membeli disertai dengan perilaku setelah melakukan pembelian.

### **Hipotesis Penelitian**

Berdasarkan uraian tinjauan pustaka, hasil penelitian terdahulu dan kerangka pikir, maka hipotesis penelitian ini adalah :

1. Kualitas Layanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pelanggan untuk menggunakan jasa Salon Bunda Rida.
2. Harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pelanggan untuk menggunakan jasa Salon Bunda Rida.
3. Kualitas layanan dan harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pelanggan untuk menggunakan jasa jasa Salon Bunda Rida.

### **METODE PENELITIAN**

#### **Lokasi dan Obyek Penelitian**

Penelitian ini dilakukan dengan mengambil lokasi pada Salon Bunda Rida di Jl.Pasar Baruga, Baruga Kota Kendari, dengan bijak penelitiannya adalah pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap keputusan pelanggan.

## **Populasi dan Sample**

### **1. Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2012:119). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang menggunakan jasa Salon Bunda Rida yang tidak ketahu.

### **2. Sampel**

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Menurut Sugiyono (2012:120), bila populasi besar/jauh sehingga peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka penel dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *accidental sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan telah menggunakan jasa salon lebih dari 1 kali, maka dapat digunakan sebagai sampel.

Menurut Roscoe dalam Sugiyono (2012:91) Untuk menentukan jumlah sampel jika dalam penelitian akan melakukan analisis dengan *multivariate* (korelasi atau regresi ganda), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali variabel yang diteliti (independen + dependen). Dalam penelitian ini terdapat 2 variabel independen dan 1 variabel dependen (terdapat 3 variabel), maka  $3 \times 10 = 30$ . Sehingga jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 30 responden.

## **Jenis dan Sumber Data**

### **Jenis Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Data Kualitatif yaitu data yang diperoleh dalam bentuk informasi, baik secara lisan maupun tulisan yang berperan sebagai data pendukung berupa penjelasan dari hasil wawancara serta data kualitatif lainnya yang berhubungan dengan penelitian ini.
2. Data Kuantitatif yaitu data dalam bentuk angka atau bilangan berupa jumlah pengunjung, data laporan, serta data kuantitatif lainnya yang berhubungan dengan penelitian ini.

### **Sumber Data**

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Data primer,  
yaitu data yang diperoleh secara langsung dari responden berupa tanggapan atau penilaian pelanggan yang berkaitan dengan variabel yang diteliti. Sumber data primer dikumpulkan melalui survei dengan cara membagikan kuesioner kepada responden untuk diisi dan melakukan wawancara.
2. Data sekunder  
yaitu data yang diperoleh dari berbagai bahan referensi dan instansi seperti data internal hotel, jurnal-jurnal dan buku-buku yang berkaitan dengan obyek penelitian.

### **Metode Pengumpulan Data**

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara :

1. Observasi  
Peneliti mengadakan pengamatan dan penelitian secara umum dengan mendatangi pelanggan pada salon Bunda Rida dengan tujuan untuk memperoleh gambaran secara umum mengenai kualitas layanan, harga, dan keputusan pelanggan.
2. Wawancara, dilakukan dengan melakukan tanya jawab langsung dengan responden/pelanggan pada Salon Bunda Rida dengan harapan untuk mendapatkan informasi tambahan untuk kelengkapan data yang diperoleh melalui kuesioner.

3. Dokumentasi, yaitu mengambil data yang telah didokumentasikan oleh Salon yang ada relevansinya dengan penelitian.

### **Metode Pengolahan Data**

Kesimpulan penelitian berupa jawaban atau pemecahan masalah penelitian sangat tergantung pada kualitas data yang dianalisis dan instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian. Adapun konsep untuk mengukur kualitas data yaitu sebagai berikut:

1. *Editing*, yaitu menghimpun data-data yang diperlukan yang bersumber dari responden/pelanggan pada Salon Bunda Rida.
2. Tabulasi, yaitu memasukkan data ke dalam tabel untuk selanjutnya mejadi bahan analisis.
3. Sortir, yaitu menyortir atau melihat data-data yang telah dikumpulkan untuk digunakan dalam penelitian.
4. Interpretasi, yaitu menjelaskan dan menguraikan data-data berdasarkan variabel yang diteliti dalam penelitian ini.

### **Alat Pengumpulan Data**

Pengukuran data yang berkaitan dengan variabel bebas maupun variabel terikat dilakukan dengan menggunakan skala *Likert*. Sugiyono (2012: 132) menjelaskan bahwa skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial yang telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut variabel penelitian. Penentuan skala *Likert* menggunakan skala 1 sampai dengan 5 :

Jawaban “Sangat Tidak Setuju” diberi bobot 1

Jawaban “Tidak Setuju” diberi bobot 2

Jawaban “Netral” diberi bobot 3

Jawaban “Setuju” diberi bobot 4

Jawaban “Sangat Setuju” diberi bobot 5

### **Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis statistik adeskriptif dan analisis statistik ainferensial yaitu analisis regresi linier berganda (*Multiple Regression Analysis*) dengan bantuan perhitungan melalui program computer SPSS24.0 for Windows. Analisis statistic deskriptif bertujuan untuk mendeskriptifkan masing-masing variable ini dalam bentuk jumlah, rata-rata maupun angka persentase serta karakteristik responden dangan gambaran umum obyek penelitian.

### **Analisis Regresi Linear Berganda**

Untuk membuktikan ada atau tidaknya pengaruh dua variabel bebas atau lebih dengan satu variabel terikat digunakan regresi berganda. Tujuan menggunakan analisis ini untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Rumus regresi berganda yang digunakan sebagai berikut (Sugiyono, 2015: 275).

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e \dots b_nX_n$$

Keterangan :

Y : Keputusan Konsumen/Pelanggan

a : Konstanta

X<sub>1</sub> : Kualitas Layanan

X<sub>2</sub> : Harga

b : Koefisien Regresi

e : Faktor kesalahan (error)

### **Uji Hipotesis**

#### **Uji t (Parsial)**

Uji t pada hakikatnya adalah pengaruh dari suatu variabel penjelas di dalam menjelaskan variabel terikat . Sebagai akar pengambilan keputusan, criteria pengujian berikut bisa digunakan:

- a. Jika  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $t_{hitung} > t_{tabel}$ ) dan tingkat signifikansi lebih kecil  $\alpha$  (0,05) berarti terdapat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.
- b. Jika  $t_{hitung}$  lebih kecil dari  $t_{tabel}$  ( $t_{hitung} < t_{tabel}$ ) dan tingkat signifikansi lebih besar  $\alpha$  (0,05) berarti tidak terdapat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

### Uji F (Simultan)

Uji F statistik digunakan untuk membuktikan bahwa aspek kualitas layanan dan harga secara bersama-sama (simultan) mempengaruhi keputusan konsumen. Riduwan (2012:117) uji F digunakan pada dasarnya menunjukkan apakah Semua variabel independen atau bebas yang di masukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat. Adapun dasar keputusannya adalah sebagai berikut :

$H_0$  : ditolak bila  $F_{hitung} < F_{tabel}$

$H_a$  : diterima bila  $F_{hitung} > F_{tabel}$

Pengujian hipotesis dapat pula dilakukan dengan membandingkan antara nilai signifikan (F) dengan nilai *Level of Significant (LoS)* sebesar 0,05. Jika nilai signifikan F lebih kecil dari nilai  $LoS = 0,05$  ( $F_{sig} < 0,05$ ), maka hipotesis dalam penelitian ini diterima, begitu pula sebaliknya.

## ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

### Gambaran Umum Salon Bunda Rida

Salon Bunda Rida berdiri pada tahun 2014 di Jl.Pasar Baruga, Baruga Kota Kendari, Salon Bunda Rida merupakan usaha dibidang jasa perawatan rambut. Dasar pemikiran berdirinya salon bunda rida adalah untuk merespon kebutuhan masyarakat yang mulai haus akan perawatan diri. Salon Bunda Rida buka setiap hari pukul 09.00 pagi yang menyediakan perawatan rambut, jenis perawatan tersebut adalah smothing, colouring, creambath dan cukur rambut.

Seiring berjalannya waktu dan berkembangnya zaman, kualitas layanan sangatlah penting dalam suatu usaha karena pesaing dalam pasar semakin banyak. Salon Bunda Rida telah menerapkan kualitas layanan yang baik dan harga yang terjangkau.

### Analisis Data

Pada bab ini, menjelaskan data yang dikumpulkan dan dianalisis data untuk dapat membuktikan analisis tentang “Pengaruh Kualitas layanan, Harga, terhadap Pengambilan Keputusan Pelanggan menggunakan jasa Salon Bunda Rida”.

Penulis menyusun beberapa pernyataan dalam bentuk kuesioner yang dibagikan kepada pelanggan jasa Salon Bunda Rida pada tanggal 20, 21 dan 22 Juli 2021. Kuesioner dibagikan kepada konsumen yang sudah berulang kali melakukan pembelian di Salon Bunda Rida sebanyak 30 kuesioner. Pembagian kuesioner dilakukan pada saat konsumen sudah selesai dalam melakukan kegiatan belanja, saat memilih produk yang akan dibeli, dan konsumen yang baru datang ke Salon Bunda Rida. Dalam pengisian kuesioner, penulis mendampingi responden sehingga padasaat responden merasa kebingungan atau membutuhkan bantuan, penulis dapat langsung membantu responden tersebut.

Kuesioner yang sudah terkumpul kemudian ditabulasikan dengan menggunakan *software* yaitu Program Microsoft Excel 2013 dan selanjutnya dianalisis dengan menggunakan Program SPSS 24.

### Pengujian Hipotesis

#### Uji t (Parsial)

Tabel Tabel Uji Parsial

Coefficients <sup>a</sup>							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	95.0% Confidence Interval for B	
	B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
(Constant)	2.159	1.041		2.074	.004	.023	4.294
PELAYANAN (X1)	.746	.030	.153	7.555	.000	.015	.107
HARGA (X2)	.718	-.094	.816	8.273	.000	.585	.970

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat diketahui:

a.  $X_1$  :  $t_{hitung} = 7.555 > t_{tabel} = 2.051$  atau nilai sig.  $(0,000) < \alpha (0,05)$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya, hipotesis yang diajukan penulis bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan pelanggan, terbukti atau diterima.

b.  $X_2$  :  $t_{hitung} = 8.273 > t_{tabel} = 2,051$  atau nilai sig.  $(0,000) < \alpha (0,05)$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya, hipotesis yang diajukan penulis bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan pelanggan, terbukti atau diterima.

Selanjutnya jika kita membandingkan nilai  $t_{hitung}$  antara variabel pelayanan ( $X_1$ ) dengan  $t_{hitung}$  variabel Harga ( $X_2$ ) dapat diketahui bahwa  $t_{hitung} X_2 8.273 > t_{hitung} X_1 7.555$  artinya  $X_2$  lebih berpengaruh terhadap keputusanpelanggan

### Uji F (Simultan)

Berdasarkan hasil Uji F dengan menggunakan tingkat signifikansi 0.05, dengan menggunakan tingkat keyakinan sebesar 95%,  $a = df 1 = 2$ ,  $df 2 = 27$ . Hasil diperoleh untuk F tabel sebesar 3,35.

### Tabel Tabel Uji Simultan

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		SS	Df	MS	F	Sig.
1	Regression	63.396	2	31.698	84.986	.000 <sup>b</sup>
	Residual	10.070	27	.373		
	Total	73.467	29			

Hipotesis secara simultan:

$H_0$  :  $a_1 = a_2 = 0$ , artinya kualitas pelayanan, harga, tidak berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan menggunakan jasa Salon Bunda Rida .

Ha : a 1; a 2; minimal salah satu  $\neq 0$ , artinya bahwa kualitas pelayanan, harga, secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan menggunakan produk jasa Salon Bunda Rida.

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat diketahui bahwa  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau nilai sig.  $< \alpha.0.05$  Nilai  $F_{hitung}$  (84.986)  $> F_{tabel}$  (3.35) atau nilai sig. (0,000)  $< \alpha(0,05)$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya, hipotesis yang diajukan penulis bahwa secara simultan kualitas layanan ,harga, berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan menggunakan produk jasa Salon Bunda Rida, terbukti atau diterima.

### Koefisien Determinasi (R)

**Tabel Koefisien Determinasi**

Model Summary <sup>b</sup>									
Mo del	R	R Square	Change Statistics						
			Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	F Change	df 1	df 2	Sig. F Change
1	.929 <sup>a</sup>	.863	.853	.61072	.863	84.986	2	27	.000

a. Predictors: (Constant),

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN

Persamaan regresi adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = 2,159 + 0,746X_1 + 0,718X_2$$

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS Versi 24 diketahui nilai R (koefisien korelasi) sebesar 0,929 artinya hubungan antara variabel independen ( $X_1$  dan  $X_2$ ) dengan variabel dependen (Y) sangat kuat, di samping itu dari tabel di atas dapat diketahui nilai *R Square* sebesar 0,863 atau 86 %, artinya bahwa kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan varians dari variabel terikatnya adalah sebesar 86 %. sisanya faktor lain sebesar 14 %, Faktor lain yang dimaksud tidak diteliti dalam penelitian ini.

### Pembahasan

#### 1. Pengaruh Kualitas layanan terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian

Kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik produk dan jasa tergantung pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang tersirat (Kotler dan Keller, 2009:143). Pengukuran kualitas pelayanan pada dasarnya hampir sama dengan pengukuran kepuasan pelanggan yaitu variabel harapan konsumen dan kinerja yang dirasakan (Zeithamlet *al* dalam Yamit, 2010:19).

Berdasarkan dengan hasil penelitian, dapat dilihat dari nilai  $t_{hitung}$  adalah sebesar 7.555  $t_{tabel}$  2,051 dengan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  dengan demikian  $H_a$  diterima. Penerimaan  $H_a$  berarti kualitas pelayanan berpengaruh signifikan baik secara parsial terhadap pengambilan keputusan pelanggan.

Nilai Kontanta (a) sebesar 2.159, artinya jika variabel  $X_1$  dan  $X_2$  konstan, maka akan terjadi kenaikan pengambilan keputusan sebesar 2.159 unit.

Nilai Koefisien regresi  $X_1$  yaitu sebesar 0,746 menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka akan semakin tinggi pula pengambilan keputusan pembelian. Artinya jika terjadi kenaikan atau peningkatan kualitas pelayanan sebesar 1% dengan asumsi variabel  $X_2$  konstan , maka akan terjadi peningkatan keputusan pembelian sebesar 0,74%

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Sigit dan Oktafani (2014) yang menyatakan bahwa berdasarkan uji koefisien determinan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pelanggan. Perusahaan harus memberikan pelayanan yang baik sehingga dapat menarik konsumen dalam pengambilan keputusan pelanggan.

## **2. Pengaruh Harga terhadap Pengambilan Keputusan Pelanggan**

Seperti yang dipaparkan oleh Kotler dan Armstrong (2008:345) harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk untuk memperoleh manfaat dari menggunakan suatu produk tertentu. Definisi harga adalah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan dan elemen lain yang menghasilkan biaya (Kotler dan Keller, 2008:67).

Berdasarkan dengan hasil penelitian, harga berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan. Dapat dibuktikan dari nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $8,273 > t_{tabel} 2,051$  dengan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  dengan demikian  $H_a$  diterima.

Penerimaan  $H_a$  berarti harga berpengaruh signifikan baik secara parsial terhadap pengambilan keputusan pembelian. Nilai Koefisien regresi sebesar  $0,718$ , menunjukkan bahwa harga yang ditawarkan sesuai dengan manfaat yang dirasakan oleh konsumen.

Nilai Koefisien regresi tersebut yaitu sebesar  $-0,718$  hal ini menandakan bahwa jika terjadi kenaikan harga sebesar 1% maka akan menurunkan keputusan konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian sebesar  $-0,718$  dengan asumsi variabel  $X_1$  konstan

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Erdalina dan Evanita (2012) yang menyatakan bahwa harga secara signifikan mempengaruhi keputusan pembelian di Pariaman. Harga yang kompetitif akan cenderung lebih menarik bagi konsumen untuk membeli ulang produk tersebut.

Kualitas layanan, Harga, terhadap Pengambilan Keputusan Pelanggan dilihat dari variabel independen (kualitas layanan, harga) yang mempunyai  $F_{hitung} 84,986 > F_{tabel} 3,35$  dengan tingkat signifikan  $0,000$ , karena probabilitas  $0,000 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Penerimaan  $H_a$  berarti bahwa kualitas pelayanan dan harga, mempengaruhi pengambilan keputusan pelanggan untuk menggunakan produk jasa Salon Bunda Rida.

Penelitian ini sesuai dengan penelitian dari Achidah, Warso, dan Hasiolan (2016) bahwa promosi, harga dan desain berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dilihat dari nilai  $F_{hitung}$  sebesar  $57,205 > F_{tabel}$  sebesar  $(2,65)$ . yang menyatakan bahwa apabila suatu produk memiliki kualitas yang tinggi dengan harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk yang didukung oleh kemampuan distribusi serta promosi yang tinggi dan suasana toko yang nyaman dapat meningkatkan keinginan konsumen dalam melakukan pembelian ulang pada produk tersebut.

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil dari penelitian ini maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Karakteristik responden dari penelitian ini berdasarkan jenis kelamin wanita sebanyak 28 orang dan laki-laki 2 orang, berdasarkan dengan usia responden yang paling banyak antara 21–25 tahun sebanyak 17 orang, berdasarkan pendidikan terakhir yang ditempuh oleh responden yang paling banyak adalah lulusan SMA sebanyak 25 orang, berdasarkan dengan pekerjaan responden yang paling banyak adalah wiraswasta 20 orang.
2. secara parsial menunjukkan bahwa kualitas layanan, berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan pembelian.
3. secara parsial menunjukkan bahwa harga, berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan pembelian.
4. Secara simultan menunjukkan bahwa kualitas layanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan pembelian.

### **Saran**

Adapun saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Selalu meningkatkan kualitas pelayanan terhadap pelanggan salon Bunda Rida, karena konsumen masih beranggapan bahwa penampilan pelayan masih belum rapi dan bersih, secara rutin mengingatkan kepada karyawan perusahaan untuk senantiasa meningkatkan kualitas pelayanan,
2. Merancang harga yang kompetitif di Salon Bunda Rida, dimana dalam penetapan harga membandingkan penetapan harga dengan perusahaan sejenis yang menjual produk yang sama.
3. Meningkatkan promosi di Salon Bunda Rida, karena konsumen beranggapan bahwa diskon yang diberikan ragam produk jasa Salon Bunda Rida belum banyak diketahui oleh masyarakat

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2011. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*, Alfabeta, Bandung.
- Desembrianita Eva, Ruslin. 2014. "Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pelanggan, Oval Hotel": skripsi
- Fatchurahman. 2011. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Menginap Pelanggan Di Hotel Kudus Permata Slawi" :skripsi
- Hartini Sri. 2017. "Pengaruh Kualitas Layanan, Fasilitas, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pelanggan Untuk Menginap Di hotel Sakura Palangkaraya": Skripsi
- Kotler, Philip, 2005, *Manajemen Pemasaran*. J ilid II. Edisi kesebelas. Jakarta: Indeks.
- Kotler, Philip Dan Amstong Gary. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Alih Bahasa Bob Sabran M.M. Edisi Bahasa Indonesia. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip Dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler Dan Keller, (2012). *Marketing Manajemen Edisi 14, Global Edition*. Pearson Prentice.
- Kotler, Philip And Kevin Lane Keller, 2012. *Marketing Management*, 15th Edition, Pearson Education, Inc
- Kurtz, David L. Bone, 2012. *Principle Of Contemporary Marketing*, 14<sup>th</sup> Edition Cengage Learning, USA.
- Philip Kotler, 2002, *Manajemen Pemasaran, Edisi Millenium, Jilid 2*, PT Prenhallindo, Jakarta
- Sahyunu, "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan, Kualitas Hubungan Dan Loyalitas Wisatawan Dikabupaten Wakatobi" 2019. Pascasarjana Universitas Haluoleo. Kendari, Disertasi
- Septiyowati Ary Efriyanda, Dan Hening Widi Oetomo. 2017. "Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Lokasi Dan Fasilitas Terhadap Proses Pengambilan Keputusan Menginap Di hotel 88 Surabaya"
- Sunarto, 2006. *Pengantar Manajemen Pemasaran*, Cetakan 1. Yogyakarta : Ust. Press.

- Sugiyono. 2012. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Tjiptono, 2001. *Manajemen Pemasaran dan Analisa Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.
- Tjiptono. 2002. *Manajemen Pemasaran Dan Analisa Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: BPFE.
- Tjiptono. 2004. *Manajemen Jasa*, Edisi Pertama, Yogyakarta. Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. ANDI, Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy., 2012, *Pemasaran Jasa*. Jogjakarta:Penerbit Andi
- Tjiptono, Fandy. 2014, *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan, Dan Penelitian*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Zainuddin, Zabir. Muhammad, “*Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Asuransi Usaha Tani Padi Dengan Preferensi Produk Sebagai Variabel Mediasi Dan Persepsi Risiko Sebagai Variabel Moderasi Pada PT. Asuransi Jasa Indonesia (Jasindo) Persero*” 2018, Pascasarjana Universitas Haluoleo. Kendari, Disertasi.
- Zeithaml, V.A., M.J. Bitner, D.D. Gremler. 2013. *Service Marketing: Integrating Customer Focus Across The Firm* <sup>7th</sup> Ed. Mc.Graw-Hill. Boston