

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Serta Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian di Salon Rumah Cantik Nadia Muslimah Samarinda

Imanur Masitah^{1✉}, Ardi Paminto¹, Risky Yudaruddin¹

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mulawarman

Abstrak

Tujuan penelitian ini bertujuan Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga, serta fasilitas terhadap keputusan pemilihan disalon RCN Samarinda. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda dengan menggunakan alat bantu pengolah data SPSS 23. Pengumpulan data menggunakan kuisisioner dengan jumlah sample dalam penelitian ini terdiri dari 51 responden yang merupakan konsumen yang telah menggunakan jasa di Salon Rumah Cantik Nadia Muslimah Samarinda pada tahun 2020. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pelayanan (X1) berpengaruh terhadap variabel keputusan membeli (Y) pada Salon Rumah Cantik Nadia Muslimah Samarinda; Variabel Harga (X2) tidak berpengaruh terhadap variabel keputusan membeli (Y) pada Salon Rumah Cantik Nadia Muslimah Samarinda; Variabel fasilitas (X3) berpengaruh terhadap variabel keputusan membeli (Y) pada Salon Rumah Cantik Nadia Muslimah Samarinda.

Kata kunci: Pelayanan; Harga; Fasilitas; Keputusan Pembelian

Abstract

The purpose of this study aims to determine the effect of service quality, price, and facilities on the election decision at the RCN Samarinda candidate. The methodology used in this study is multiple linear regression using the SPSS 23 data processing tool. Data collection using a questionnaire with the number of samples in this study consisted of 51 respondents who were consumers who had used the services at Rumah Cantik Nadia Muslimah Salon Samarinda in 2020. The results showed that the service variable (X1) affected the purchase decision variable (Y) at Rumah Cantik Nadia Muslimah Salon Samarinda; Price variable (X2) has no effect on purchasing decision variable (Y) at Salon Rumah Cantik Nadia Muslimah Samarinda; The facility variable (X3) affects the purchase decision variable (Y) at the Salon Rumah Cantik Nadia Muslimah Samarinda.

Key words: Service; Price; Amenities; Buying decision

Copyright © 2022 Imanur Masitah, Ardi Paminto, Risky Yudaruddin

✉ Corresponding Author

Email Address: imaimanur18@gmail.com

DOI: -

PENDAHULUAN

Dikota samarinda sendiri terdapat banyak bisnis salon kecantikan yang biasanya didirikan kecil-kecilan atau perorangan, dan jarang sekali ada salon kecantikan dengan usaha besar awal salon pendirian tersebut mereka bermodalkan kursus yang kemudian berlanjut membuka usaha salon sendiri dirumah. Sehingga hal pelayanan yang diberikan kepada konsumen yang akan melakukan perawatan disalon tidak terlalu di perhatikan, konsumen hanya diberi pertanyaan mengenai keinginannya untuk berkunjung kemudian dibiarkan menunggu disertai fasilitas yang kurang untuk kenyamanan konsumen ketika menunggu.

Salon muslimah hadir dan menjadi peluang bisnis baru hal inilah kemudian menjadikan kegiatan perekonomian berbasis syariah menjadi trend bisnis beberapa tahun terakhir ini. Sehingga bisnis berbasis syariah mengalami perkembangan yang pesat pesatnya salon dewasa ini menjadikan wanita muslimah sebagai satu tujuan utama dalam pangsa pasar. Salon muslimah yang dikelola dengan baik dapat menarik minat konsumen diluar kalangan wanita berhijab terbukti dengan adanya berbagai varian usaha salon khusus Muslimah.

Pelayanan prima akan membuat pelanggan merasa nyaman dan kembali melakukan perawatan di salon tersebut, kualitas pelayanan yang diberikan antaranya adalah karyawan yang kopeten dan terampil serta memberikan fasilitas yang menunjang kenyamanan yang diberikan kepada konsumen. Menurut Zeithaml dan Bitner dalam Adam (2015:11) Kualitas pelayanan adalah penyampaian yang sangat baik atau unggul sesuai harapan pelanggan dengan 3 memberikan pelayanan yang terbaik sesuai dengan kebutuhan dan keinginan, pelanggan akan menilai hasil dari pelayanan yang didapatkan dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata mereka terima.

Xia et al dalam Lee dan Lawson-Body (2011:532) mengemukakan bahwa persepsi harga merupakan penilaian pelanggan dan bentuk emosional yang terasosiasi mengenai apakah harga yang ditawarkan oleh penjual dan harga yang dibandingkan dengan pihak lain masuk akal, dapat diterima atau dapat dijustifikasi. Harga memiliki peranan sangat penting dalam mempengaruhi konsumen dalam mempertahankan konsumen, pelanggan setia akan melakukan pembelian ulang karena membeli suatu produk atau pelayanan jasa karena menyediakan berbagai macam perawatan dari wajah, rambut, dan massage konsumen bebas memilih pelayanan jasa dengan menggunakan berbagai kriteria yang sesuai dengan kebutuhan, kenyamanan, kualitas pelayanan dan harga yang sesuai.

Menurut Sulistiyono dalam Yunus dan Budianto (2014:6) fasilitas adalah penyediaan perlengkapan-perengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada para konsumen dalam melaksanakan aktivitas-aktivitas kegiatannya, sehingga kebutuhan dapat terpenuhi. Fasilitas merupakan tolak ukur dari semua pelayanan yang diberikan, serta sangat tinggi pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan. Karena dengan tingkat fasilitas yang ada juga sangat memudahkan pelanggan dalam beraktivitas serta nyaman dengan fasilitas yang ada.

Menurut Kotler (2014:184) keputusan pembelian konsumen yaitu keputusan akhir perorangan dan rumah tangga yang membeli barang dan jasa untuk konsumsi pribadi. Keputusan pembelian merupakan suatu proses dimana konsumen melalui tahapan-tahapan tertentu untuk melakukan pembelian suatu produk. Berdasarkan uraian dari latar belakang masalah diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan tujuan Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan harga serta fasilitas terhadap keputusan pemilihan disalon Rumah Cantik Nadia Muslimah Samarinda.

METODE PENELITIAN

Definisi Operasional

Definisi operasional dalam penelitian ini ada empat, yaitu:

1. Keputusan pemilihan salon berbasis syari'ah yang dimaksud disini adalah kebutuhan terhadap produk salon, tersedianya informasi yang dibutuhkan dan kesadaran untuk melakukan perawatan disalon berbasis syariah.
2. Kualitas Pelayanan (X1) yang dimaksud disini adalah suatu ukuran dan tingkat keunggulan yang dirasakan seseorang terhadap suatu jasa dari perbandingan antara harapan dan kinerja yang dirasakan oleh konsumen.
3. Harga (X2) merupakan salah satu bagian yang sangat penting dalam suatu produk atau jumlah dari nilai yang ditukar oleh konsumen salon RCN muslimah Samarinda atas manfaat-manfaat karena melakukan perawatan atas jasa pelayanan tersebut, salon Rcn juga menyediakan member card bagi konsumen maka akan mendapatkan potongan harga.
4. Fasilitas (X3) adalah penyediaan perlengkapan-perengkapan fisik untuk memberi kemudahan konsumen salon RCN Muslimah Samarinda, untuk melaksanakan aktifitas sehingga kebutuhan konsumen dapat terpenuhi.

Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis Penelitian

Jenis data dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, Menurut Sugiyono (2015:14) metode kuantitatif adalah metode penelitian yang berdasarkan sifat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi ataupun sampel yang dilakukan secara acak, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis.

Sumber dan Jenis Data

Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber pertama yaitu responden dengan memberi kuesioner. Dalam hal ini respondennya adalah konsumen salon RCN Muslimah Samarinda.
2. Data sekunder adalah pengumpulan data dalam penelitian ini juga diperoleh melalui data sekunder yang diperoleh melalui studi kepustakaan dengan cara membaca, mempelajari dan mengutip dari literatur yang berhubungan dengan permasalahan yang sedang diteliti.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dalam 2 cara, yaitu:

1. Kuesioner

Pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner dibuat dengan skala Likert 1-5 dengan menggunakan pertanyaan berskala. Dalam penelitian ini penulis menggunakan skala likert Menurut Sugiyono (2015:86) Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.

Metode Analisis Data

1. Uji Validitas Data

Menurut Ghozali (2016:40) suatu alat ukur dikatakan valid apabila dapat menjawab secara cermat tentang variabel yang dapat diukur. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

2. Uji Reliabilitas

Data Instrumen dikatakan reliabel apabila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur bahwa variabel yang digunakan benar-benar bebas dari kesalahan sehingga menghasilkan hasil yang konsisten sekalipun diuji berkali-kali. Uji reliabilitas ini menggunakan program SPSS Ver 23.00 dengan uji statistik Cronbach Alpha (α) $> 0,60$. (Ghazali 2016:42).

Alat Analisis

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda menurut Sugiyono (2015:277), analisis regresi linear berganda merupakan sebuah model hubungan antara variabel dependen dan variabel independen, dengan jumlah variabel independen lebih dari satu.

2. Uji F

Menurut Priyatno (2014:157) apabila $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka H_0 diterima, dan apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak. Dan apabila signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak.

3. Uji t

Menurut Ghazali (2016:98) uji ini digunakan untuk mengetahui apakah di dalam model regresi variabel independen X_1, X_2, X_3 secara parsial berpengaruh signifikan pada variabel dependen (Y).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Untuk mengetahui jenis mengenai data-data responden yang menjadi sample dalam penelitian ini, berikut ini :

1. Responden Menurut Usia
2. Responden Menurut pekerjaan

Pengujian Instrumen

1. Uji Validitas

Hasil pengujian validitas indikator dari semua variabel bebas tidak menunjukkan adanya variabel yang tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Terlihat bahwa masing-masing variabel memiliki nilai cronbach alpha lebih dari 0,60, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X_1, X_2, X_3 adalah reliabel.

Metode Analisis Data

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Persamaan Regresi linear berganda didalam penelitian ini dapat dijelaskan bahwa:

- 1) Nilai konstanta (Y) sebesar 2,571, artinya jika variabel independen pelayanan, harga, fasilitas dan promosi pada nol, maka variabel dependen keputusan memilih (Y) konstan pada taraf 2,571.
- 2) Pengaruh pelayanan terhadap keputusan memilih Salon RCN Muslimah Samarinda. Dari perhitungan linier Berganda didapat nilai coefficients (b) = 0,425 yang menyatakan bahwa setiap ada satu peningkatan pelayanan (X_1) maka keputusan memilih Salon RCN Muslimah Samarinda (Y) juga akan meningkat sebesar 42,5% dengan anggapan konstanta sebesar 2,571
- 3) Pengaruh harga terhadap keputusan memilih Salon RCN Muslimah Samarinda. Dari perhitungan linier Berganda didapat nilai coefficients (b) = 0,031 yang menyatakan bahwa setiap ada satu peningkatan harga (X_2) maka keputusan memilih Salon RCN Muslimah Samarinda (Y) juga akan meningkat sebesar 3,1% dengan anggapan konstanta sebesar 2,571.
- 4) Pengaruh fasilitas terhadap keputusan memilih Salon RCN Muslimah Samarinda. Dari perhitungan linier Berganda didapat nilai coefficients (b) = 0,406 yang menyatakan bahwa setiap

ada satu peningkatan fasilitas (X3) maka keputusan memilih Salon RCN Muslimah Samarinda (Y) juga akan meningkat sebesar 40,6% dengan anggapan konstanta sebesar 2,571.

2. Analisis Koefisien Korelasi dan Determinasi

Analisis korelasi ganda (R) digunakan untuk mengetahui hubungan diantara dua atau lebih variabel independen (X1,X2,X3) terhadap variabel dependen (Y). Berdasarkan tabel diatas hasil nilai Koefisien Korelasi (R) sebesar 0,759. Hal ini berarti bahwa hubungan antara variabel pelayanan (X1), harga (X2), dan fasilitas (X3) terhadap variabel keputusan memilih Salon RCN Muslimah Samarinda (Y) dengan tingkat hubungan sangat erat (kuat).

hasil koefisien determinasi 0,576 berarti 57,6% faktor yang mempengaruhi keputusan memilih Salon RCN Muslimah Samarinda dapat dijelaskan oleh faktor pelayanan, harga, dan fasilitas. Sedangkan 42,4% (100% - 57,6%) dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh penulis.

Uji Hipotesis

1. Uji F (Uji Simultan)

Maka dapat disimpulkan, karena F hitung $>$ F tabel (34,411 $>$ 2,80) maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya antara variabel independen pelayanan (X1), harga (X2), dan fasilitas (X3) secara simultan mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen keputusan memilih Salon RCN Muslimah Samarinda (Y).

2. Uji T (Uji Parsial)

1) Pelayanan

Pelayanan Dari hasil perhitungan SPSS diperoleh nilai t hitung 2,751 $>$ t tabel 1.67793 dengan tingkat signifikan = 0,011 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel pelayanan (X1) memiliki pengaruh terhadap variabel keputusan konsumen memilih (Y) di Salon RCN Muslimah Samarinda.

2) Harga

Harga Dari hasil perhitungan SPSS diperoleh nilai t hitung 0,284 $<$ t tabel 1.67793 dengan tingkat signifikan = 0,778 lebih besar dari $\alpha = 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel harga (X2) tidak memiliki pengaruh terhadap variabel keputusan konsumen memilih (Y) di Salon RCN Muslimah Samarinda.

3) Fasilitas

Fasilitas Dari hasil perhitungan SPSS diperoleh nilai t hitung 2,719 $>$ t tabel 1.67793 dengan tingkat signifikan = 0,012 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel fasilitas (X3) memiliki pengaruh terhadap variabel keputusan konsumen memilih (Y) di Salon RCN Muslimah Samarinda.

Pembahasan Hasil Analisis

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pemilihan

Berdasarkan hasil penelitian dari responden konsumen Salon RCN Muslimah Samarinda di Samarinda menunjukkan pelayanan pada setiap dimensi mempengaruhi keputusan konsumen. Ditinjau dari hasil analisis uji t dan regresi linier berganda yang membuktikan bahwa pelayanan memiliki pengaruh terhadap keputusan pemilihan di Salon RCN Muslimah Samarinda. Mengingat pelayanan merupakan faktor yang penting dalam bidang jasa karna pelayanan yang baik akan memunculkan keputusan konsumen memilih Salon RCN Muslimah Samarinda.

Dari hasil analisis yang diperoleh terhadap variabel pelayanan (X1) dapat disimpulkan bahwa variabel Pelayanan berpengaruh terhadap keputusan konsumen memilih Salon RCN Muslimah Samarinda dalam penelitian ini diukur melalui lima indikator yaitu tangible, realibility, responsiviness, ansurance, emphaty. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan Virginia Meryanta 48 Panjaitan dan Sri Suryoko tahun 2017) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pemilihan.

2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pemilihan

Berdasarkan hasil penelitian dari responden konsumen Salon RCN Muslimah Samarinda menunjukkan harga pada setiap dimensi tidak mempengaruhi keputusan konsumen. Ditinjau dari hasil analisis uji t dan regresi linier berganda yang membuktikan bahwa harga tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pemilihan di Salon RCN Muslimah Samarinda. Hal ini Pengelolaan harga pada sebuah salon Muslimah terdiri dari harga yang sesuai dengan kualitas pelayanan jasa, harga yang sesuai dengan manfaat dari produk pelayanan, harga bersaing dengan toko lain.

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda uji t yang telah diuraikan tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap keputusan konsumen memilih di Salon RCN Muslimah Samarinda. Dikarenakan pelayanan yang baik dan juga memiliki beberapa fasilitas yang memadai maka konsumen yang merasa puas tidak begitu mementingkan harga. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan yang dilakukan oleh Ghanimata (2012) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pemilihan.

3. Pengaruh Fasilitas Terhadap Keputusan Pemilihan

Berdasarkan hasil penelitian dari responden konsumen Salon RCN Muslimah Samarinda menunjukkan fasilitas pada setiap dimensi mempengaruhi keputusan konsumen. Ditinjau dari hasil analisis uji t dan regresi linier berganda yang membuktikan bahwa fasilitas memiliki pengaruh terhadap keputusan 49 pemilihan di Salon RCN Muslimah Samarinda. Mengingat fasilitas merupakan faktor yang penting dalam bidang jasa karna pelayanan yang baik akan memunculkan keputusan konsumen memilih Salon RCN Muslimah Samarinda. Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda dan uji t yang telah diuraikan tersebut.

Hasil penelitian sejalan dengan yang dilakukan oleh (Raharjo 2009) yang menyatakan bahwa fasilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan pemilihan di Salon RCN Muslimah Samarinda. Hal ini bersamaan dengan kualitas pelayanan yang dimiliki Salon RCN Muslimah Samarinda. Fasilitas juga dapat meningkatkan kepercayaan konsumen artinya bahwa setiap pengelolaan fasilitas peralatan salon higienis dan terawat untuk digunakan kepada konsumen Salon. Artinya bahwa fasilitas yang didapatkan oleh konsumen perlu diperhatikan kelayakan dan kebersihannya.

SIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Serta Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Di Salon RCN Muslimah Samarinda, maka diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Pelayanan (X1) berpengaruh terhadap keputusan konsumen memilih (Y) untuk membeli pada Salon RCN Muslimah Samarinda.
2. Harga (X2) tidak berpengaruh terhadap keputusan konsumen memilih (Y) untuk membeli pada Salon RCN Muslimah Samarinda.
3. Fasilitas (X3) berpengaruh terhadap keputusan konsumen memilih (Y) untuk membeli pada Salon RCN Muslimah Samarinda.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan maka selanjutnya peneliti menyampaikan saran-saran yang kiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait atas hasil penelitian ini. Adapun saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Salon RCN Muslimah Samarinda, penelitian ini dapat dijadikan acuan dalam kebijakan salon muslimah upaya yang dilakukan Salon RCN Muslimah Samarinda dalam meningkatkan persaingan dan mempertahankan pelayanan dan fasilitas melalui keputusan pemilihan konsumen untuk mempercayai melakukan perawatan dan sikap karyawan dalam melayani konsumen.
2. Salon RCN Muslimah Samarinda mungkin belum memberikan harga yang lebih murah dari pada salon lain dikarenakan penyesuaian terhadap kualitas dan hasil bukti yang mereka berikan. Sebaiknya Salon RCN Muslimah Samarinda dapat memiliki strategi harga sehingga dapat menarik minat konsumen.
3. Untuk akademik penelitian ini diharapkan dapat dilanjutkan oleh peneliti lain dengan objek dan sudut pandang yang berbeda sehingga dapat memperkaya khasanah kajian ekonomi Islam. Dan untuk memperoleh hasil studi yang lebih baik, maka perlu dilakukan uji lagi tentang keputusan konsumen memilih dengan menambahkan variable bebas yang lebih banyak.

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, Muhammad. 2015. Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Aplikasi. Bandung: Alfabeta
- Lee, Simon dan Lawson- Body, Assion. 2011. Perceived Dynamic Pricing. Journal Of Industrial Management & Data System.
- Yunus dan Budianto. 2014. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Narita Hotel Surabaya. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Surabaya, Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Vol 3 No 12.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary, 2014, Principles of Marketin, 12th Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran Jakarta : Erlangga.
- Sugiyono. 2015. Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods). Bandung: Alfabeta.
- Ghozali, Imam. 2016. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Priyatno, Duwi. 2014. SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis. Yogyakarta: CV Andi Offset.