

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN ELLA SKIN CARE
(STUDI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH SURAKARTA)**



**Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata I
pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

**Oleh:
PRISKA APRI KINASIH
B100160110**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2020**

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN ELLA SKIN CARE (STUDI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH SURAKARTA)**

PUBLIKASI ILMIAH

Oleh :

PRISKA APRI KINASIH

B 100 160 110

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh :

Dosen Pembimbing



(Drs. Kusdiyanto, M.Si)

NIK 674

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN ELLA SKIN CARE (STUDI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH SURAKARTA)**

Oleh :
PRISKA APRI KINASIH *
B 100 160 110

Telah dipertahankan di deppan Dewan Penguji
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari Sabtu, 25 April 2020
dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dewan Penguji :

Dr. Edi Purwo Saputro, S.E., M.Si.
(Ketua Dewan Penguji)

()

Drs. Agus Muqprobin, M.M.
(Anggota I Dewan Penguji)

()

Drs. Kusdiyanto, M.Si.
(Anggota II Dewan Penguji)

()

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. Syamsudin, S.E., M.M.)

NIP 1957021719860310001

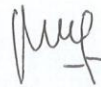
PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam naskah publikasi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 23 Juni 2020

Penulis



Priska Apri Kinasih

B 100160110

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN ELLA SKIN CARE (STUDI PADA
MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA)**

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Ella Skin Care. Dalam penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 konsumen Ella Skin Care pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta. Dari hasil pengujian model dalam penelitian ini, menggunakan *purposive sampling* dengan bantuan *software IBM SPSS Statistics 25.0*. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan beberapa variabel yaitu harga, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan hasil uji t dengan nilai signifikansi 0.000 lebih kecil dari 0.05, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan hasil uji t dengan nilai signifikansi 0.00 lebih kecil dari 0.05. Nilai *R Square* sebesar 0.618 menunjukkan bahwa variabel harga (X_1), dan kualitas pelayanan (X_2) mampu menerangkan variabel kepuasan konsumen (Y) sebesar 61.8% sedangkan sisanya 38.2% dijelaskan oleh variabel lain di luar model.

Kata kunci: harga, kualitas pelayanan, kepuasan konsumen

Abstract

This study aims to analyze the effect of price and quality of service on Ella Skin Care consumer satisfaction. In this study used a sample of 100 Ella Skin Care consumers at Muhammadiyah University Surakarta University. From the results of testing the models in this study, using purposive sampling with the help of IBM SPSS Statistics 25.0 software. Data analysis method used is multiple linear regression analysis using several variables, namely price, service quality and customer satisfaction. The results showed that the price had a significant effect on customer satisfaction with the results of the t test with a significance value of 0,000 less than 0.05, and the quality of service had a significant effect on customer satisfaction with the results of the t test with a significance value of 0.00 less than 0.05. R Square value of 0.618 indicates that the price variable (X_1) and service quality (X_2) are able to explain the variable of customer satisfaction (Y) of 61.8% while the remaining 38.2% is explained by other variables outside the model.

Keywords: price, service quality, consumer satisfaction

1. PENDAHULUAN

Perkembangan dunia bisnis kini semakin dinamis seiring dengan semakin meningkatnya permintaan masyarakat terhadap produk dan jasa untuk memenuhi segala kebutuhannya. Demi menjaga kelangsungan usaha di tengah-tengah persaingan bisnis yang sangat kompetitif, suatu perusahaan harus memberikan kepuasan pelanggannya (Gofur, 2019).

Memasuki era globalisasi menuju Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) 2015, memungkinkan satu negara menjual barang dan jasa dengan mudah sehingga persaingan akan semakin ketat. Banyaknya usaha yang ada semakin membuat banyak perusahaan tertarik dalam bersaing.

Perkembangan masyarakat serta aktivitas masyarakat yang tinggi terutama di wilayah perkotaan untuk saat ini menyebabkan para pelaku bisnis memanfaatkan peluang tersebut dengan mendirikan berbagai macam terobosan-terobosan bisnis baru sebagai *alternative* bagi para konsumennya. Salah satu sektor yang menjadi trend di kalangan wanita khususnya, yaitu menjamurnya berbagai macam klinik kecantikan yang menawarkan berbagai macam perawatan, baik untuk jasa maupun produk perawatan kulit (Worodiyanti, 2016). Banyaknya perusahaan dalam bidang perawatan kulit, membuat pelanggan lebih teliti dalam memilih perusahaan yang memang benar-benar dapat memberikan pelayanan yang sesuai dengan keinginan mereka. Dengan begitu perusahaan dalam bidang perawatan jasa harus lebih dahulu melakukan survey tentang perawatan yang seperti apa yang memang diinginkan pelanggan saat ini, sehingga mereka dapat memberikan pelanggan pelayanan dengan baik.

Penetapan harga merupakan salah satu komponen terpenting pemasaran. Klinik perlu memikirkan tentang harga. Harga yang ditetapkan haruslah tepat atau sesuai di mata pelanggan, karena harga yang tidak sesuai atau terlalu mahal justru membuat pelanggan pindah ke klinik kecantikan lainnya. Agar tidak menimbulkan kekecewaan, maka perlu bagi sebuah perusahaan meningkatkan kualitas pelayanan, semakin produsen menyadari akan arti penting pelayanan maka akan semakin maju dan berkembang bisnis tersebut. Kepuasan konsumen sangat berpengaruh penting terhadap perkembangan suatu Klinik Kecantikan

ketika konsumen merasa puas maka ia akan kembali lagi membeli produk atau menggunakan jasa Klinik Kecantikan tersebut. Andersson and Karlström (2014) menyimpulkan bahwa kepuasan adalah faktor terpenting dalam mendapatkan bisnis jangka panjang.

Besarnya harapan konsumen pada bisnis jasa tersebut membuat para konsumen sangat detail dalam memilih Klinik Kecantikan yang akan dapat memuaskan keinginan mereka, konsumen akan memilih Klinik Kecantikan apa yang akan digunakan untuk mereka. Sehingga tugas Klinik Kecantikan agar meningkatkan kualitas pelayanan dan juga dapat menetapkan harga dengan tepat, sehingga akan dapat pula meningkatkan kepuasan konsumen.

2. METODE

Merupakan penelitian kuantitatif dimana sumber data yang digunakan adalah data primer dengan jenis penelitian menggunakan metode survey. Dalam penelitian survey, informasi yang dikumpulkan dari responden dengan menggunakan kuesioner. Objek penelitian adalah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta yang menjadi pelanggan di Ella Skin Care. Teknik sampel yang digunakan adalah non probability sampling dengan menggunakan *purposive sampling*. Sedangkan teknik analisis data menggunakan uji validitas, uji realibilitas uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, dan uji ketetapan penduga.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Deskripsi Data Penelitian

Karakteristik responden merupakan ragam latar belakang yang dimiliki responden itu sendiri. Dalam penelitian ini karakteristik responden meliputi usia, jenis kelamin, pendapatan uang saku per bulan, frekuensi pembelian produk dan melakukan *treatment* di Ella Skin Care.

Karakteristik berdasarkan usia menyatakan bahwa usia yang mendominasi dari total 100 sampel adalah usia 21-25 tahun yaitu sebanyak 85 responden atau sebesar 85 %. Berdasarkan dari jenis kelamin yang mendominasi adalah perempuan yaitu sebanyak 74 responden atau sebesar 74 %

dan sisanya laki-laki atau sebanyak 26 responden atau sebesar 26%. Berdasarkan pendapatan per bulan yang mendominasi dalam penelitian ini adalah Rp. 1.000.000 – Rp. 2.500.000 yaitu sebanyak 53 responden atau sebesar 53%. Berdasarkan frekuensi pembelian produk dan melakukan treatment di Ella Skin Care yang paling mendominasi adalah 1 kali yaitu dengan 45 responden atau sebesar 45 %, lebih dari 3 kali dengan 36 responden atau sebesar 36 %, 2 kali dengan 10 responden atau sebesar 10% dan 3 kali dengan 9 responden atau sebesar 9 %.

3.2. Hasil Analisis

Uji Instrumen Penelitian menggunakan instrumen data yang terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas kemudian didistribusikan kepada 100 responden untuk dianalisis validitas dan reliabilitasnya serta hasil dari analisis tersebut digunakan sebagai bahan dasar acuan dalam memperoleh data untuk analisis lebih lanjut.

Uji validitas pada variabel harga, variabel kualitas pelayanan, dan variabel kepuasan konsumen dinyatakan *valid* karena nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} .

Uji reliabilitas pada variabel harga, variabel kualitas pelayanan, dan variabel kepuasan konsumen dapat dinyatakan *reliable* karena nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} , yang artinya variabel menunjukkan kuatnya reliabilitas atau semua instrument dalam penelitian ini dikatakan dapat diandalkan.

Pengujian Asumsi Klasik pada uji Normalitas menunjukkan bahwa semua variabel penelitian terdistribusi normal. Pada uji Multikolonieritas data dinyatakan bebas dari multikolonieritas antar variabel independen. uji Otokorelasi juga dinyatakan bahwa tidak ada masalah keraguan dalam uji otokorelasi. Kemudian pada uji Heteroskedastisitas dinyatakan bahwa variabel independen tersebut tidak terjadi masalah heteroskedastisitas, sehingga data dapat dinyatakan aman dan bagus.

Analisis regresi digunakan untuk mengetahui bagaimana variabel terikat (independen) dapat diprediksi melalui variabel bebas (dependen) atau prediktor secara individual.

Koefisien determinasi menunjukkan bahwa nilai R Square sebesar 0,618 yang artinya pada variabel independen (harga dan kualitas pelayanan) dapat menjelaskan variabel kepuasan konsumen sebesar 61,8% dan sisanya 38,2% dapat dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak terdapat di dalam model.

Uji F menyatakan bahwa variabel harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, sehingga hasil ini menunjukkan bahwa model regresi sudah layak atau fit.

Uji t menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, dan variabel kualitas pelayanan juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

3.3. PEMBAHASAN

3.3.1 Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil analisis pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen diperoleh hasil t_{hitung} sebesar $4,798 > t_{tabel} 1,984$ dan $sig 0,000 < 0,05$ maka menunjukkan bahwa H_0 ditolak, artinya harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Sehingga H_1 yang menyatakan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Ella Skin Care terbukti kebenarannya. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin baik harga maka akan meningkatkan kepuasan konsumen Ella Skin Care.

3.3.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen diperoleh hasil t_{hitung} sebesar $4,701 > t_{tabel} 1,984$ dan $sig 0,000 < 0,05$ maka menunjukkan bahwa H_0 ditolak, artinya harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sehingga H_2 yang menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Ella Skin Care terbukti kebenarannya. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin baik kualitas pelayanan maka akan meningkatkan kepuasan konsumen Ella Skin Care.

4. PENUTUP

4.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Ella Skin Care (Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta) dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- a. Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Ella Skin Care pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta. Sehingga hipotesis pertama terbukti benar.
- b. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Ella Skin Care pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta. Sehingga hipotesis kedua terbukti benar.
- c. Kemampuan variabel harga dan kualitas pelayanan mampu menjelaskan kepuasan konsumen sebesar 61,8 %.

4.2. Saran

Berdasar kesimpulan diatas peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut :

- a. Dalam penelitian pengembangan selanjutnya dapat dilakukan perluasan target responden, tidak hanya mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta namun juga masyarakat umum sehingga data yang diperoleh dapat lebih mewakili penelitian yang dilakukan.
- b. Penelitian selanjutnya dalam pengembangan perlu menambahkan variabel independen tidak hanya pada variabel harga dan kualitas pelayanan saja yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfi Syahri Lubis, “*Pengaruh Kualitas Pelayanan (Service Quality) terhadap*
Andersson, P., & Karlström, K. (2014). Factors influencing a customer’s loyalty in B2B relationships. Halmstad University.
- Cruz, A. P. S. (2013). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Majestyk Bakery & Cake Shop CAbang H.M. Yamin
- Gofur, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 37–44.

- Handi Irawan D, *Sepuluh Prinsip Keputusan Pelanggan*. (Jakarta: Elexmedia Komputindo, 2002), hal. 37
- Handoko, B. (2016). *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Jurnal EMBA*, 6(3), 1778–1787.
- Jurnal EMBA*. ISSN 2303-1174. Vol. 2. No 3. (2014).
- Kepuasan Konsumen Di Titipan Kilat JNE Medan*. 17(1), 1–13.
- Kepuasan Pelanggan Di Klinik Kecantikan “Nanisa Beauty & Dental Clinic” Sidoarjo. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*.
- Kepuasan Pelanggan PT. Sucofindo Batam*”, *Ejournal Polibatam*, Vol. 1 No. 2 (Batam: Polibatam, 2017), hal. 86
- Manus, W. F. 2015. Kualitas produk, harga, dan kualitas layanan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar Tri di Kelurahan Wawalintouan Medan. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Misbahuddin dan Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2013), hal. 110
- Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data*
- Nastiti, Sofie Dian; Budiadi, S. (2014). *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Pangsa Pasar*. Cetakan Ketiga. PT Rineka Cipta, Jakarta.
- Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Manado Grace Inn*. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(1), 1313– 1322.
- Pendidikan Tata Rias , Fakultas Teknik , Universitas Negeri Surabaya Dr . Maspiyah , M . Kes PENDAHULUAN Perkembangan masyarakat serta aktivitas masyarakat yang tinggi teru, 5, 23–28.
- Peter dan Olson. (2000). *Consumer Behaviour*. Edisi 4, Jilid 2, : Erlangga, Jakarta.
- Pratama, Y. (2015). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen PO. Rosalia Indah Di Palur Karanganyar Dengan Fasilitas Sebagai Variabel Moderasi*. 181–188.
- Rokhmat Subagiyo, *Metode Penelitian Ekonomi Islam Konsep dan Penerapan*. (Jakarta: Alim’s Publishing, 2017), hal. 63.
- Roring, F., Oroh, S., & Gulla, R. (2015). *Analisis Harga, Promosi, Dan Kualitas*
- Runtunuwu, Johannes. 2014. *Pengaruh Kualitas Probuk, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengguna Cafe dan Resto Cabana Manado*.

- Safrizal, S. (2015). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Restoran Ayam Penyet Pak Ulis di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 4(1), 196969.
- Sekunder, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hal. 192
- Sintya, L. I., Karuntu, M. M., Sam, U., & Manado, R. (2018). Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Go-Jek Online pada Mahasiswa FEB Unsrat Manado The Influence of Price and Quality of Service on Customer Satisfaction of Go-Jek Online Transportation Services In Student FEB.
- Sugiyono, 2010. *Metode Penelitian Bisnis*. ALFABETA, Bandung.
- Sugiyono, 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono, *Metode Penelitian*, (Bandung : Alfabeta, 2013), h. 11.
- Supranto, J. 2006. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Meningkatkan*
- Suwarsono, E. 2013. Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di UD. Kausar Jaya Purwodadi. Universitas Pandanaran Semarang. *Jurnal Sositekno*. ISSN 2337-7003. Vol.2 Edisi 2014.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa prinsip, penerapan, penelitian*. Yogyakarta : Andi
- Tondano Barat. *Jurnal EMBA*. Vol. 3 No. 2 Juni 2015.
- Wati, E. I. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Larissa Aesthetic Center Kota Kediri*.
- Wijaya, C. V. (2017). *Kepuasan Konsumen Depot Madiun Masakan Khas Bu Rudy*. 5(1).
- Wijaya, J., Supariyani, E., & Widjojo, S. (2014). *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Pemasangan Wallpaper Terhadap Kepuasan Konsumen*. 2(1), 51–58.
- Yusnani, & Sutrisna, E. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa Umroh Pada Pt. Silver Silk Tour & Travel Pekanbaru*. 5(2), 1–17.