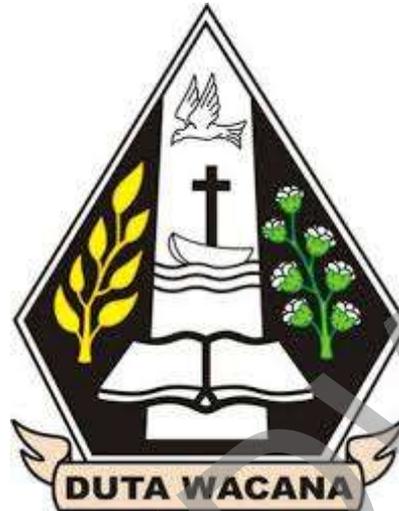


**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN FLAURENT SALON DI  
YOGYAKARTA**



Skripsi

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat Untuk  
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis  
Universitas Krsiten Duta Wacana**

**DISUSUN OLEH :  
CATHYLIA VERONICA**

**11110034**

**PROGRAM STUDI : MANAJEMEN  
FAKULTAS : BISNIS**

**UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA YOGYAKARTA**

**2015**

**THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY TOWARDS  
CUSTOMER SATISFACTION ON FLAURENT SALOON  
IN YOGYAKARTA**



Skripsi

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat Untuk  
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis  
Universitas Krsiten Duta Wacana**

**DISUSUN OLEH :  
CATHYLIA VERONICA  
11110034**

**PROGRAM STUDI : MANAJEMEN  
FAKULTAS : BISNIS**

**UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA YOGYAKARTA  
2015**

**HALAMAN PENGESAHAN**

Skripsi dengan judul:

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN  
FLAURENT SALON DI YOGYAKARTA**

Telah diajukan dan dipertahankan oleh:

**CATHYLIA VERONICA**

**11110034**

Dalam Ujian Skripsi Program Studi SI Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana

Ekonomi pada tanggal **20 JUN 2015** .....

**Nama Dosen**

1. Dra. Agustini Dyah Respati, MBA  
(Ketua Tim)
2. Dra. Eti Istriani, MM  
(Dosen Penguji)
3. Jonathan Herdioko, SE, MM  
(Dosen Penguji)

**Tanda Tangan**

Yogyakarta, **20 JUN 2015** .....

**Disahkan Oleh:**

**Dekan,**

**Dr. Singgih Santoso, MM**

**Wakil Dekan I Manajemen,**

**Petra Surya Mega Wijaya, SE, MSI**

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul :

### **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN FLAURENT SALON DI YOGYAKARTA**

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat untuk menjadi Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta, adalah bukan hasil tiruan atau duplikasi dari karya pihak lain di Perguruan Tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian yang sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jika kemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiasi atau tiruan dari karya pihak lain, maka saya bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar sarjana saya.

Yogyakarta, 26 Mei 2015



(Cathylia Veronica)

NIM : 11110034

## HALAMAN MOTTO

Jika ragu dalam melakukan sesuatu, sebaiknya tanya kepada diri sendiri, apa yang kita inginkan esok hari dari apa yang telah kita lakukan sebelumnya

(John Lubbock)

Selalu lakukan yang terbaik, dan biarkan Tuhan melakukan selanjutnya

(Ben Carson)

Semua impian kita dapat menjadi nyata, jika kita memiliki keberanian untuk mengejar mereka

(Walt Disney)

Tak ada rahasia untuk menggapai sukses. Sukses itu dapat terjadi karena persiapan, kerja keras dan mau belajar dari kegagalan

(General Collin Power)

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan untuk :

✚ Tuhan Yesus Kristus

✚ Kedua Orang tua saya

✚ Kakak – kakak saya

✚ David Indra Yuwono

✚ Almamater Universitas Kristen Duta Wacana (UKDW)

✚ Dosen Pembimbing saya Ibu Ety Istriani

✚ Teman – temanku

@UKDW

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, kasih, perlindungan dan bimbinganNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN FLAURENT SALON DI YOGYAKARTA” dengan baik.

Penulisan skripsi ini dimaksudkan guna memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.

Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berkenan membantu dan mendukung dalam pengerjaan penelitian ini hingga selesai. Baik bantuan berupa ide, gagasan, materi, maupun berupa dorongan semangat dalam penyelesaian penelitian ini dengan baik. Oleh karena itu, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini, yaitu :

1. Tuhan Yesus Kristus yang selalu memberikan Rahmat dan penyertaanNya selama menempuh kuliah hingga pembuatan skripsi, sehingga penulis mampu menyelesaikan dan mengerjakan skripsi ini dengan baik.
2. Ibu Dra. Ety Istriani, MM., selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu dengan tekun dan sabar dalam memberikan bimbingan, petunjuk serta pengarahan sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
3. Bapak-bapak dan Ibu-ibu dosen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta yang telah berjasa mendidik dan memberikan ilmu kepada penulis selama mengikuti pendidikan di Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.
4. Keluargaku tercinta Papa, mama, dan ketiga kakak yang telah memberikan dukungan doa dan juga semangat demi terselesaikannya skripsi ini.
5. Teman-teman terbaikku : Vina, Nisa, Dina yang sama-sama berjuang menyelesaikan skripisi, sama-sama memberi semangat dan saling memberi masukan.
6. Sahabat dan teman-teman lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari pembaca guna menjadikan skripsi ini lebih sempurna.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkannya.

Yogyakarta, Mei 2015

Penulis,

Cathylia Veronica

@UKDWN

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI .....	iv
HALAMAN MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
ABSTRAK .....	xiv
ABSTRACT .....	xv
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	2
1.3 Batasan Masalah .....	3
1.4 Tujuan Penelitian .....	4
1.5 Manfaat Penelitian .....	5
BAB II. LANDASAN TEORI	
2.1 Pemasaran .....	6
2.1.1 Manajemen Pemasaran .....	6
2.2 Jasa .....	7
2.2.1 Karakteristik Jasa .....	7
2.3 Kualitas Pelayanan .....	8
2.3.1 Dimensi Kualitas Layanan .....	9
2.4 Kepuasan Pelanggan .....	11
2.4.1 Mengukur Kepuasan Pelanggan .....	12
2.5 Penelitian Terdahulu .....	14
2.6 Kerangka Penelitian .....	15
2.7 Hipotesis .....	15

### BAB III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Data .....	17
3.1.1 Sumber Data .....	17
3.2 Populasi dan Sampel .....	18
3.3 Variabel Operasional dan Pengukurannya .....	18
3.3.1 Variabel Penelitian .....	18
3.3.2 Pengukuran Variabel .....	19
3.3.3 Definisi Variabel Penelitian .....	20
3.4 Metode Analisis Data .....	22
3.4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	22
3.4.2 Alat Analisis Data .....	23

### BAB IV. ANALISIS DATA

4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	27
4.1.1 Uji Validitas .....	28
4.1.2 Uji Reliabilitas .....	29
4.2 Profil Responden .....	30
4.2.1 Profil Responden Berdasarkan Usia .....	30
4.2.2 Profil Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir .....	31
4.2.3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	32
4.2.4 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan per-bulan .....	32
4.3 Analisis Regresi Linier Berganda .....	33
4.3.1 Uji t .....	35
4.3.2 Uji F .....	36
4.4 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	37
4.5 Analisis Data .....	38

### BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan .....	41
5.2 Keterbatasan Penelitian .....	42
5.3 Saran .....	43

DAFTAR PUSTAKA .....	45
----------------------	----

### LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Hasil Uji Validitas .....	29
Hasil Uji Reliabilitas .....	30
Profil Responden Berdasarkan Usia .....	30
Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	31
Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	32
Profil Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan .....	32
Hasil Uji t .....	33
Hasil Uji F .....	37
Hasil R <sup>2</sup> .....	37

@UKDWN

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.4 Konsep Kepuasan Pelanggan .....	12
Gambar 2.5 Kerangka Penelitian .....	15

@UKDW

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER

LAMPIRAN 2 JAWABAN KUESIONER

LAMPIRAN 3 HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

LAMPIRAN 4 HASIL PERHITUNGAN PROFIL RESPONDEN

LAMPIRAN 5 HASIL ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA

LAMPIRAN 6 TABEL  $r$

LAMPIRAN 7 TABEL  $t$

LAMPIRAN 8 TABEL  $F$

LAMPIRAN 9 SURAT IJIN PENELITIAN

@UKDWN

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Flaurent Salon di Yogyakarta. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah *tangible* (bukti fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan) dan *empathy* (empati). Sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen.

Sampel untuk penelitian ini diambil sebanyak 100 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner berskala Likert 5 point, yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Sedangkan metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis regresi linier berganda, dengan menggunakan uji hipotesis yaitu uji t dan uji F.

Profil responden terdiri dari : usia, tingkat pendidikan terakhir, pekerjaan, dan pendapatan per bulan. Pertanyaan tentang variabel terdiri dari 20 pertanyaan yang berisi 6 variabel.

Hasil koefisien regresi  $Y = 1,560 + 0,236 (X_1) + 0,455(X_2) + 0,246 (X_3) + 0,229 (X_4) + 0,375 (X_5)$  menunjukkan variabel *tangible* ( $X_1=0,236$ ), *reliability* ( $X_2=0,455$ ), *responsiveness* ( $X_3=0,246$ ), *assurance* ( $X_4=0,229$ ) dan *empathy* ( $X_5=0,375$ ). Nilai *adjusted R square* (Koefisien Determinasi) sebesar 0,566 atau 56,6%, artinya variabel *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* mempengaruhi kepuasan konsumen sebesar 56,6%. Sisanya sebesar 43,4% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model.

Hasil uji signifikansi secara parsial (Uji t) menunjukkan bahwa secara parsial variabel *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Flaurent Salon di Yogyakarta. Hasil uji signifikansi secara simultan (Uji F) menunjukkan bahwa secara simultan variabel *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Flaurent Salon di Yogyakarta.

Kata kunci : *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*, kepuasan konsumen

## ABSTRACT

This study aims to study on the influences of the service quality towards consumer satisfaction of Flarent Salon in Yogyakarta. The independent variable in this study are tangible, reliability, responsiveness, assurance and empathy. While the dependent variable in this study is consumers satisfaction.

This study took 100 respondents for the samples. The data was collected by using a 5-point Likert scale questionnaire, which has been tested for its validity and reliability. The method of data analysis used multiple linear regression analysis method, using the hypothesis on the t test and F test.

Respondents profile consisted of : age, occupation, the last of the education level and income each month. The questions asked about the variable consisting of 20 questions that contains 6 variables.

The results of the regression coefficient of  $Y = 1,560 + 0,236 (X_1) + 0,455(X_2) + 0,246 (X_3) + 0,229 (X_4) + 0,375 (X_5)$  indicates variables of tangible ( $X_1=0,236$ ), reliability ( $X_2=0,455$ ), responsiveness ( $X_3=0,246$ ), assurance ( $X_4=0,229$ ) and empathy ( $X_5=0,375$ ). The Adjusted R-square value (coefficient of determination) is 0.566 or 56.6%. It means that the variable of tangible, reliability, responsiveness, assurance and empathy effect consumer satisfaction in the amount of 56.6%. The remaining 43.4% is influenced by other variables outside a model.

Results of partial significance test (t test) showed that partially variables of tangible, reliability, responsiveness, assurance and empathy has significant effect on consumer satisfaction of Flarent Salon in Yogyakarta. The results of the simultaneous significance test (F test) showed that simultaneously variables of tangible, reliability, responsiveness, assurance and empathy have a significant effect on consumer satisfaction.

Keywords : *tangible, reliability, responsiveness, assurance and empathy), consumer satisfaction.*

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Flaurent Salon di Yogyakarta. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah *tangible* (bukti fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan) dan *empathy* (empati). Sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen.

Sampel untuk penelitian ini diambil sebanyak 100 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner berskala Likert 5 point, yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Sedangkan metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis regresi linier berganda, dengan menggunakan uji hipotesis yaitu uji t dan uji F.

Profil responden terdiri dari : usia, tingkat pendidikan terakhir, pekerjaan, dan pendapatan per bulan. Pertanyaan tentang variabel terdiri dari 20 pertanyaan yang berisi 6 variabel.

Hasil koefisien regresi  $Y = 1,560 + 0,236 (X_1) + 0,455(X_2) + 0,246 (X_3) + 0,229 (X_4) + 0,375 (X_5)$  menunjukkan variabel *tangible* ( $X_1=0,236$ ), *reliability* ( $X_2=0,455$ ), *responsiveness* ( $X_3=0,246$ ), *assurance* ( $X_4=0,229$ ) dan *empathy* ( $X_5=0,375$ ). Nilai *adjusted R square* (Koefisien Determinasi) sebesar 0,566 atau 56,6%, artinya variabel *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* mempengaruhi kepuasan konsumen sebesar 56,6%. Sisanya sebesar 43,4% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model.

Hasil uji signifikansi secara parsial (Uji t) menunjukkan bahwa secara parsial variabel *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Flaurent Salon di Yogyakarta. Hasil uji signifikansi secara simultan (Uji F) menunjukkan bahwa secara simultan variabel *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Flaurent Salon di Yogyakarta.

Kata kunci : *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*, kepuasan konsumen

## ABSTRACT

This study aims to study on the influences of the service quality towards consumer satisfaction of Flarent Salon in Yogyakarta. The independent variable in this study are tangible, reliability, responsiveness, assurance and empathy. While the dependent variable in this study is consumers satisfaction.

This study took 100 respondents for the samples. The data was collected by using a 5-point Likert scale questionnaire, which has been tested for its validity and reliability. The method of data analysis used multiple linear regression analysis method, using the hypothesis on the t test and F test.

Respondents profile consisted of : age, occupation, the last of the education level and income each month. The questions asked about the variable consisting of 20 questions that contains 6 variables.

The results of the regression coefficient of  $Y = 1,560 + 0,236 (X_1) + 0,455(X_2) + 0,246 (X_3) + 0,229 (X_4) + 0,375 (X_5)$  indicates variables of tangible ( $X_1=0,236$ ), reliability ( $X_2=0,455$ ), responsiveness ( $X_3=0,246$ ), assurance ( $X_4=0,229$ ) and empathy ( $X_5=0,375$ ). The Adjusted R-square value (coefficient of determination) is 0.566 or 56.6%. It means that the variable of tangible, reliability, responsiveness, assurance and empathy effect consumer satisfaction in the amount of 56.6%. The remaining 43.4% is influenced by other variables outside a model.

Results of partial significance test (t test) showed that partially variables of tangible, reliability, responsiveness, assurance and empathy has significant effect on consumer satisfaction of Flarent Salon in Yogyakarta. The results of the simultaneous significance test (F test) showed that simultaneously variables of tangible, reliability, responsiveness, assurance and empathy have a significant effect on consumer satisfaction.

Keywords : *tangible, reliability, responsiveness, assurance and empathy), consumer satisfaction.*

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1. Latar Belakang

Beberapa tahun belakangan ini perkembangan bisnis mengalami persaingan yang ketat, salah satunya di bidang jasa kecantikan. Banyaknya pilihan untuk konsumen dalam memilih tempat perawatan kecantikan ini disebabkan oleh banyaknya perusahaan yang bergerak di bidang jasa kecantikan. Oleh sebab itu perusahaan harus dapat mempertahankan kelangsungan usahanya di tengah-tengah persaingan yang semakin tinggi.

Salon kecantikan adalah sebuah tempat usaha yang bergerak di bidang jasa kecantikan yang berhubungan dengan perawatan kecantikan. Wanita dengan berbagai usia mulai dari yang berusia muda maupun tua ingin terlihat lebih cantik. Salah satu cara merawat tubuh dari luar di salon kecantikan adalah cara yang paling mudah dalam mempercantik diri. Salon kecantikan biasanya memberikan pelayanan dalam perawatan tubuh, rambut dan juga wajah.

Kesibukan yang dialami oleh kebanyakan orang saat ini, membuat mereka tidak sempat merawat dirinya sendiri. Dari sanalah muncul usaha di bidang jasa perawatan kecantikan, salah satunya adalah Flaurent Salon di Yogyakarta. Di mana orang bisa dengan mudah mendapatkan perawatan kecantikan yang mereka inginkan. Perawatan yang ditawarkan oleh Flaurent Salon ini antara lain : gunting rambut, *creambath*, masker rambut, *hair extension*, *facial*, *body spa*, *manicure*, *pedicure*, dan masih banyak lagi.

Kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen memiliki hubungan

yang sangat erat. Oleh karena itu, kepuasan konsumen merupakan salah satu kunci untuk menciptakan konsumen agar menjadi loyal terhadap suatu perusahaan. Jika konsumen pernah sekali saja merasa tidak puas atau kecewa dengan kualitas pelayanan yang didapatkan, maka konsumen tidak akan kembali lagi atau pindah menggunakan jasa lain.

Itulah mengapa bagi perusahaan terutama perusahaan jasa, kualitas pelayanan merupakan hal yang harus diperhatikan. Adanya pelayanan yang baik dapat mendorong minat pelanggan untuk menggunakan kembali jasa tersebut sehingga tercipta kepuasan. Seperti memberikan service yang baik, menggunakan produk-produk berkualitas, menyediakan suasana yang nyaman dan harga yang sesuai.

Dari latar belakang di atas penulis mencoba untuk menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Flaurent Salon di jalan Patimura No.7 Kotabaru, Yogyakarta dengan judul : “Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Flaurent Salon di Yogyakarta.”

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis rumusan masalah yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut :

- a. Apakah variabel *tangible* (bukti fisik) mempengaruhi kepuasan konsumen Flaurent Salon di Yogyakarta?
- b. Apakah variabel *reliability* (kehandalan) mempengaruhi kepuasan konsumen Flaurent Salon di Yogyakarta?
- c. Apakah variabel *responsiveness* (daya tanggap) mempengaruhi kepuasan konsumen Flaurent Salon di Yogyakarta?

- d. Apakah variabel *assurance* (jaminan) mempengaruhi kepuasan konsumen Flaurent Salon di Yogyakarta?
- e. Apakah variabel *empathy* (empati) mempengaruhi kepuasan konsumen Flaurent Salon di Yogyakarta?
- f. Apakah variabel kualitas pelayanan, yaitu *tangible* (bukti fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan) dan *empathy* (empati) mempengaruhi kepuasan konsumen Flaurent Salon di Yogyakarta?

### 1.3. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini, batasan masalah dibuat agar masalah yang dibahas tidak terlalu luas. Adapun batasan masalah yang ada sebagai berikut :

- a. Variabel dalam penelitian ini adalah lima dimensi kualitas pelayanan diambil berdasarkan teori Parasuraman dalam Lupiyoadi (2008:182) yang terdiri dari :

1. *Tangible* (bukti fisik)

Komponen ini meliputi kebersihan ruangan Flaurent Salon, peralatan yang dimiliki dan fasilitas tempat parkir.

2. *Reliability* (kehandalan)

Komponen ini meliputi memberikan pelayanan yang sesuai dengan yang diminta oleh konsumen, karyawan melayani dengan tidak membeda – bedakan dan Flaurent Salon dapat memenuhi jam buka yang telah ditetapkan yaitu 09.00 – 18.00.

3. *Responsiveness* (daya tanggap)

Komponen ini meliputi karyawan tanggap kepada kebutuhan konsumen, karyawan yang bersedia membantu konsumen dan karyawan yang bersedia menanggapi pertanyaan dari konsumen.

4. *Assurance* (jaminan)

Komponen ini meliputi pengetahuan karyawan akan jasa yang ditawarkan oleh Flaurent Salon, kemampuan karyawan yang profesional dibidangnya dan karyawan bisa memberikan rasa nyaman pada konsumen.

5. *Empathy* (empati)

Komponen ini meliputi komunikasi dengan menggunakan bahasa yang sopan, karyawan dapat menjalin hubungan baik dengan konsumen dan perusahaan dapat memberikan perhatian secara individu kepada konsumen.

- b. Responden penelitian adalah konsumen yang pernah melakukan perawatan di Flaurent Salon Yogyakarta.
- c. Responden yang diteliti sebanyak 100 orang.

#### **1.4. Tujuan Penelitian**

- a. Untuk menjelaskan pengaruh variabel *tangible* (bukti fisik) terhadap kepuasan konsumen Flaurent Salon di Yogyakarta.
- b. Untuk menjelaskan pengaruh variabel *reliability* (kehandalan) terhadap kepuasan konsumen Flaurent Salon di Yogyakarta.
- c. Untuk menjelaskan pengaruh variabel *responsiveness* (daya tanggap) terhadap kepuasan konsumen Flaurent Salon di Yogyakarta.

- d. Untuk menjelaskan pengaruh variabel *assurance* (jaminan) terhadap kepuasan konsumen Flaurent Salon di Yogyakarta.
- e. Untuk menjelaskan pengaruh variabel *empathy* (empati) terhadap kepuasan konsumen Flaurent Salon di Yogyakarta.
- f. Untuk menjelaskan pengaruh variabel kualitas pelayanan yaitu *tangible* (bukti fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati) terhadap kepuasan konsumen Flaurent Salon di Yogyakarta.

### **1.5. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini dilakukan dengan harapan agar dapat digunakan oleh beberapa pihak, antara lain :

- a. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada perusahaan akan pentingnya kualitas pelayanan yang diberikan terhadap kepuasan konsumen.

- b. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan bisa digunakan sebagai penerapan dan pengembangan ilmu yang telah di dapatkan di bangku kuliah ke dunia usaha yang sebenarnya.

- c. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan perbandingan dalam pembuatan karya tulis selanjutnya.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan berkaitan dengan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Flaurent Salon di Yogyakarta, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

a. Analisis Karakteristik Responden

1. Mayoritas responden dalam penelitian ini adalah usia 21-30 tahun yaitu dengan presentase 49%.
2. Mayoritas responden dalam penelitian ini tingkat pendidikan terakhirnya adalah SMA/SMK yaitu dengan presentase 58%.
3. Mayoritas responden dalam penelitian ini bekerja sebagai pelajar/mahasiswa yaitu dengan presentase 57%.
4. Mayoritas responden dalam penelitian ini memiliki pendapatan per bulan sebesar Rp 1.000.001,00 – Rp 2.000.000,00 yaitu dengan presentase 40%.

b. Dari hasil analisis regresi linier berganda, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Variabel *tangible* (bukti fisik) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Flaurent Salon di Yogyakarta secara parsial. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis penelitian diterima.
2. Variabel *reliability* (kehandalan) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Flaurent Salon di Yogyakarta secara parsial. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis penelitian diterima.

3. Variabel *responsiveness* (daya tanggap) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Flaurent Salon di Yogyakarta secara parsial. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis penelitian diterima.
4. Variabel *assurance* (jaminan) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Flaurent Salon di Yogyakarta secara parsial. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis penelitian diterima.
5. Variabel *empathy* (empati) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Flaurent Salon di Yogyakarta secara parsial. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis penelitian diterima.
6. Variabel *tangible, reliability, responsiveness, assurance* dan *empathy* secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Flaurent Salon di Yogyakarta. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis penelitian diterima.

## 5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan sebagaimana dijelaskan berikut ini :

- a. Jumlah responden dalam penelitian ini hanya terbatas pada 100 orang responden dikarenakan keterbatasan waktu untuk melakukan penelitian.
- b. Variabel independen yang diteliti adalah variabel *tangible* (bukti fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan) dan *empathy* (empati).
- c. Penelitian ini hanya memberikan jawaban tertutup yang memaksa responden untuk memberikan jawaban sesuai dengan pilihan-pilihan jawaban yang diberikan.

### 5.3 Saran

a. Untuk Perusahaan

1. Dalam kaitannya dengan *tangible* (bukti fisik), bukti fisik yang disediakan oleh Flaurent Salon sudah bagus dan lengkap. Di mana Flaurent Salon menyediakan fasilitas tempat parkir yang cukup luas. Peralatan yang dimiliki oleh Flaurent Salon juga lengkap dan untuk tetap meningkatkannya peralatan yang sudah digunakan terlalu lama bisa diganti dengan peralatan yang baru. Keadaan ruangan selalu terjaga kebersihannya dengan baik dan untuk tetap meningkatkannya, karyawan harus selalu membersihkannya sehingga membuat konsumen menjadi nyaman berada di sana.
2. Dalam kaitannya dengan *reliability* (kehandalan), perusahaan diharapkan dapat terus mempertahankan dan meningkatkan *reliability* (kehandalan) karena keinginan konsumen dalam mendapatkan kehandalan layanan seperti karyawan bisa memberikan pelayanan yang sesuai dengan keinginan konsumen, karyawan melayani dengan tidak membeda-bedakan serta bisa memenuhi jam kerja yang telah ditetapkan oleh perusahaan.
3. Dalam kaitannya dengan *respinsiveness* (daya tanggap), perusahaan diharapkan bisa terus mempertahankan dan meningkatkan *responsiveness* (daya tanggap). Untuk *responsiveness* (daya tanggap) dirasa sudah cukup baik. Terlebih jika karyawan bisa memberikan jawaban untuk pertanyaan-pertanyaan yang diajukan oleh konsumen.
4. Dalam kaitannya dengan *assurance* (jaminan), perusahaan diharapkan dapat terus mempertahankan dan meningkatkan *assurance* (jaminan)

seperti karyawan bisa menjelaskan pelayanan yang mereka tawarkan, karyawan yang profesional dibidangnya serta bisa memberikan rasa nyaman pada konsumen.

5. Dalam kaitannya dengan *empathy* (empati), perusahaan diharapkan bisa terus mempertahankan dan meningkatkan *empathy* (empati), seperti memberikan perhatian secara individu kepada konsumen, sehingga konsumen merasa diperhatikan dan dapat semakin meningkatkan kepuasan konsumen. Selain itu komunikasi dengan menggunakan bahasa yang sopan membuat konsumen merasa dihargai. Adanya komunikasi yang baik, bisa tercipta hubungan yang baik juga dengan konsumen.

b. Untuk Penelitian Selanjutnya

1. Peneliti menyarankan untuk menambahkan variabel yang akan diteliti. Tentunya, variabel yang ditambahkan harus memiliki hubungan dan pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Dengan adanya penambahan variabel diharapkan penelitian selanjutnya akan lebih berkembang.
2. Pertanyaan-pertanyaan yang diberikan tidak hanya berupa pertanyaan tertutup, tetapi juga dengan pertanyaan terbuka yang bisa diajukan kepada responden dengan metode wawancara agar jawaban yang diberikan oleh responden lebih sesuai dengan keadaan yang sesungguhnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Duwi, Priyanto. 2011. *Buku Saku Analisis Statistik Data dengan SPSS*. Yogyakarta: MediaKom.
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Kotler, P & Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas, Jilid Pertama*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P & Amstrong, G. 2012. *Prinsip – Prinsip Pemasaran, Edisi 13*. Jakarta.
- Lovelock, C & Wright, L. 2007. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: PT. Macana Jaya Cemerlang.
- Lupiyoadi, Rambat. 2008. *Manajemen Pemasaran Jasa, Edisi Kedua, Cetakan Keempat*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nugroho, A.Y. 2011. *It's Easy...Olah Data dengan SPSS, Cetakan 1*. Yogyakarta: Skripta Media Creative.
- Rangkuti, Freddy. 2006. *Measuring Customer Satisfication*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Umum.
- Sugiyono. 2006. *Metode Penelitian Bisnis, Edisi Ketiga*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta.
- Suharyadi & Purwanto, S.K. 2011. *Statistik Untuk Ekonomi dan Keuangan Modern, Edisi Kedua, Buku 2*. Jakarta: Salemba Empat.
- Tjiptono, Fandy. 2004. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, Fandy. 2007. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: CV Andi Offset.