

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN SALON
FEMALE SEMARANG DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

ABSTRACT

To meet the customer satisfaction in service industries such as salon business , quality of service is critical to the well -run company . Quality should start from the needs of customers and end on customer perceptions . This means that the image quality is good not viewed from the perception of the service provider , but rather based on consumer perception . Consumer perceptions of service quality is a thorough assessment of the advantages of a service . With the good service quality in a company , will create satisfaction for its customers . Once consumers are satisfied with the products or services it receives , consumers will compare with the services provided . If consumers feel completely satisfied , they will recommend to others to get services in the same place . Therefore , companies need to start thinking about the importance of customer service is more matured through quality of service , as is now recognized that customer service and satisfaction is a vital aspect of the business world in the last to win the competition in terms of customer loyalty .

This study uses 100 customer respondents " Female Salon " with purposive sampling technique samples . data analysis using the classical assumption and hypothesis testing t and F with analysis path . The results showed there is impact of service quality on loyalty with a t value of 2.677 with a significance of $0.000 < 0.05$. There is a positive and significant impact of service quality on satisfaction with t value of 12.121 with a significance of $0.000 < 0.05$. There

is a positive and significant effect of satisfaction on loyalty calculated F value of 313.689 with a significance of $0.000 < 0.05$. The testing results show that the mediating effect of value $t = 4.4041$ is greater than the significance level 0.05 $t_{table} (nk - 1) = 1.98475$, so it can be concluded that the coefficient of 0.01635 significant mediation which means that customer satisfaction mediates the effect of service quality " Female Salon " on consumer loyalty

The advice can be argued that the need for quality of service needs to be improved so that further strengthen the services rendered Female Salon It is important to remember that the increasing number of similar competitors are emerging , so it requires the right combination of quality services in particular responsiveness (responsiveness) that contribute to the loyalty of varibael fifth kulaitas service so that the responsiveness of each karyan must be maintained in serving the wants and needs of customers

Keywords : Quality Service , Satisfaction , Loyalty

LATAR BELAKANG MASALAH

Persaingan dalam dunia usaha merupakan suatu kondisi yang harus dihadapi oleh perusahaan. Salah satu pasar yang terus berkembang di Indonesia hingga saat ini adalah pasar konsumen industri persalonan. Seperti kita ketahui kebutuhan manusia tidak terbatas,

apabila sudah di penuhi kebutuhan yang satu maka timbulah kebutuhan yang lain .Begitu pula dengan meningkatnya kebutuhan manusia terutama kebutuhan untuk mempercantik diri baik pria maupun wanita, maka usaha dibidang kecantikan semakin berkembang. Sama halnya dengan makanan ,perawatan kecantikan menjadi hal yang wajib dilakukan oleh para kaum wanita,perawatan kecantikan tidak hanya sekedar merawat kecantikan dari dalam saja seperti yang terdapat pada *salon female* di semarang .selain itu perawatan wajah sangat banyak ragam nya,mulai dari totok wajah, facial,mulai dari acne facial sampai brightening facial dan treatment lainnya. Salah satu faktor yang mempengaruhi loyalitas adalah kepuasan. Kepuasan konsumen adalah hal yang terpenting, definisi kepuasan konsumen menurut Menurut Zeithaml dan Bitner (2000:75) definisi kepuasan adalah : Respon atau tanggapan konsumen mengenai pemenuhan kebutuhan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen.

RUMUSAN MASALAH

1. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen?
2. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap terhadap kepuasan?
3. Bagaimana pengaruhkepuasan terhadap loyalitas konsumen?
4. Bagaimankah kualitas pelayanan terhadap loyalitas dengan kepuasan kepuasan sebagai variabel mediasi?

Pemasaran Jasa

Dalam dunia usaha saat ini sangat di butuhkan suatu pemasaran entah dari segi produk maupun jasa sehingga dapat membuat konsumen tahu dan kenal akan usaha tersebut. Pemasaran yang baik dan dapat di terima oleh konsumen harus melalui pengembangan startegi distribusi dan melakukan komunikasi dengan calon konsumen, mampu menilai keinginan calon konsumen dan dapat mengatur penawaran produk serta dapat menentukan harga dan kebijakan harga sesuai dengan minat calon konsumen. Menurut (Kotler, 2002) Pemasaran terdiri dari semua aktivitas yang dirancang untuk menghasilkan dan memfasilitasi setiap pertukaran yang dimaksudkan untuk memuaskan kebutuhan atau keinginan konsumen.

Kualitas Pelayanan Jasa

Pada dasarnya seseorang ketika memutuskan untuk membeli suatu produk ataupun jasa biasanya memikirkan isi dompet dan kebutuhan konsumen tersebut, semakin banyak pilihan dan kriteria yang akan di beli semakin teliti pula konsumen untuk mengeluarkan isi dompet , termasuk salah satunya ialah kualitas produk yang akan dikonsumsi.

Menurut Lovelock, 1996 (dalam Japarianto,2007) kunci pembedaan pada produk jasa dan barang adalah pada kenyataan bahwa konsumen seringkali menerima nilai dari jasa tanpa mendapatkan kepemilikan permanen dari elemen yang berwujud. Sedangkan Menurut (Kotler dan Armstrong, 1997) kualitas produk ialah merupakan kemampuan produk untuk menjalankan fungsinya yang mencakup daya tahan, keandalan, kekuatan, kemudahan penggunaan dan reparasi produk serta ciri – ciri bernilai lainnya

Variabel Penelitian

Variabel adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2000 : 32). Variabel penelitian terdiri atas 2 macam, yaitu : variabel terikat (dependen) atau variabel tergantung pada variabel lainnya, dan variabel bebas (independen) atau variabel dalam penelitian ini adalah :

1. Variabel terikat : Loyalitas pelanggan (Y)
2. Variabel tidak terikat :
 - a. Kualitas Pelayanan(X_1)
 - b. Kepuasan(X_2)

Definisi Operasional

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X_1)	Kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen.	Tangibles	<i>Fasilitas fisik salon.</i>
			<i>Kebersihan</i>
			<i>Pegawai (operator)</i>
			<i>Profesionalisme kerja</i>
		<i>Relibility</i>	<i>Profesionalisme kerja</i>
		<i>Responsiveness</i>	<i>Pelayanan pegawai</i>
		Assurance	<i>Kualitas pelayanan</i>
<i>Hasil perawatan</i>			
<i>Empathy</i>	<i>Kepedulian Pegawai</i>		
Kepuasan (X_2)	kepuasan adalah perasaan senang atau kecewaseseorang yang berasal dari		<i>Puas menjadi pelanggan Salon Female</i>
			<i>Terpehuninya harapan akan jasa Salon</i>

	perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil)sesuatu produk dengan harapannya	<i>Pilihan tepat</i>
Loyalitas (Y)	Rasa setia konsumen untuk selalumenggunakan atau membeliproduk tersebut secara terusmenerus.	<i>Mengunggulkan pelayanan Salon Female.</i>
		<i>Keinginan untuk kemblai ke Salon Female</i>
		<i>Dapat merekomendasikan / mengajak orang lain untuk melakukan perawatan di Salon Female.</i>

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen Salon Female Pengaruh tersebut ditunjukkan dengan kombinasi dari indikator kualitas layanan dimana dari kelima indikator yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *empathy* dan *assurance*, faktor *responsiveness* memiliki kontribusi terbesar yang ditunjukkan dengan nilai rata-rata tertinggi dari kelima item variabel kualitas layanan. Hasil ini menunjukkan bahwa konsumen/pelanggan loyal pada Salon Female lebih kepada daya tanggap dari pihak Salon Female yang sesuai dengan keinginan konsumen dan pelanggannya.
2. Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Salon Female. Hasil ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen terwujud karena Salon Female pelayanan yang baik baik konsumen/pelanggannya.

3. Terdapat pengaruh kepuasan loyalitas konsumen Salon Female Hasil ini menunjukkan bahwa loyalitas konsumen/pelanggan Salon Female. Kepuasan merupakan konsep inti dari loyalitas, dimana tanpa kepuasan tidak akan terdapat loyalitas, sehingga kepuasan merupakan faktor pembentuk loyalitas. Kepuasan mempunyai peran dalam pembentukan loyalitas dan kepuasan memang bagian dari loyalitas namun hanya merupakan salah satu komponen loyalitas.
4. Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas dengan kepuasan sebagai variabel mediasi. Hasil ini menunjukkan bahwa terbentuknya loyalitas konsumen pada Salon Female semata-mata bukan hanya karena kualitas pelayanannya namun juga didukung dengan peningkatan kepuasan konsumen.