



**Pengaruh Fasilitas, Tarif Dan Pelayanan Terhadap
Kepuasan Konsumen Pada Usaha Perawatan Dan
Kecantikan Di Salon Azizah**

Jafrizal

drh.jafrizal73@gmail.com

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Aprin

Article Info

Keywords :
leadership style,
organizational culture,
employee performance

Abstract

The progress of companies depends on the leader in that company. Employees are factors of production that are always moving and always changing, have reason and feelings and motivation. Leaders need to pay attention to leadership styles in the process of influencing, directing the activities of their members and coordinating member goals and organizational goals so that they can be achieved. The results showed that there was a positive and significant influence between the variables of leadership style and organizational culture on employee. The condition of existing employees at PT. Sriwijaya Internet Service which consists of employees and hiring employees by contract, then the use of leadership style is different. For hiring employees at PT. Sriwijaya Internet Services, a leader applies a leadership style to manage his subordinates, because a leader will greatly affect the success of the organization in achieving its goals. All hiring employees at PT. Sriwijaya Internet Services tend to have high morals, can work together, prioritize work quality and can direct themselves, so that under democratic leadership it feels very suitable. Democratic leadership style for hiring employees at PT. Sriwijaya Internet Services is considered to be more suitable and appropriate to implement considering that with this democratic leadership style, the leadership can still receive constructive suggestions from employees that can assist in improving employee performance at PT. Sriwijaya Internet Services.

jafrizal

drh.jafrizal73@gmail.com

Jurnal Ilmiah Manajemen – Vol : 11.02.2022

PENDAHULUAN

Sumber daya manusia dalam perusahaan adalah sebuah modal yang sangat penting bagi sebuah perusahaan karena seluruh aktifitas/kegiatan operasional perusahaan dijalankan oleh manusia. Sekalipun perusahaan memiliki banyak mesin dalam menunjang kegiatan operasionalnya, namun peran SDM (sumber daya manusia) tidak dipandang rendah karena untuk menjalankan seluruh mesin yang ada pada perusahaan sangat mutlak memerlukan SDM. SDM adalah daya fisik dan kemampuan daya fikir yang dimiliki seorang individu dan berperilaku dipengaruhi oleh keturunan maupun lingkungannya serta bekerja karena termotivasi oleh keinginannya untuk memenuhi kepuasannya.

Sumber daya manusia merupakan satu-satunya sumber daya yang memiliki akal, perasaan, keterampilan, pengetahuan, dan kreatifitas, seperti peranan setiap orang terhadap lingkungannya yang tidak lepas dari sikap pengembangan dan potensi yang ada dalam diri untuk mengembangkan lingkungan, membina, sekaligus meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara berkelanjutan. Fungsi SDM pada umumnya untuk meningkatkan produktivitas serta kinerja atau prestasi kerja dalam menunjang organisasi supaya lebih kompetitif dan tercapainya tujuan. Peranan SDM dalam berorganisasi sangatlah penting karena sebagai pengelola organisasi, supaya organisasi tetap berjalan. Pengelolaan sebuah perusahaan atau organisasi harus memperhatikan aspek-aspek penting seperti halnya komitmen, motivasi, pelatihan dan juga pengembangan. Dalam hal ini sumber daya manusia dijadikan manajemen sebagai salah satu indikator penting dalam pencapaian tujuan perusahaan atau organisasi. Kinerja memiliki peran yang sangat penting karena kinerja merupakan bentuk hasil akhir dari proses pekerja menyelesaikan tugasnya. pekerja yang menyelesaikan tugas dan tanggung jawabnya dengan baik dan benar akan memiliki kinerja yang tinggi, dan sebaliknya jika pekerja menyelesaikan tugas dan tanggung jawabnya dengan tidak benar dan tidak sungguh-sungguh maka akan memiliki kinerja yang rendah.

A. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka pokok permasalahan yang dapat di rumuskan adalah:

1. Bagaimana Pengaruh fasilitas pada perusahaan perawatan kecantikan Salon Azizah terhadap kepuasan konsumen?
2. Bagaimana Pengaruh tarif pada perusahaan perawatan kecantikan Salon Azizah terhadap kepuasan konsumen?
3. Bagaimana Pengaruh pelayanan pada perusahaan kecantikan Salon Azizah berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?
4. Bagaimana Pengaruh fasilitas, penetapan tarif, dan pelayanan pada perusahaan perawatan kecantikan Salon Azizah berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen?

B. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang akan digunakan adalah studi kasus yaitu suatu penelitian terhadap objek yang populasinya terbatas hanya pada konsumen yang menjadi member salon Azizah. Sehingga kesimpulan yang akan ditarik terbatas pada beberapa objek yang diteliti saja, jadi tidak berlaku lagi bagi perusahaan perawatan kecantikan yang lain.

C. Definisi Operasional

1. Fasilitas
Fasilitas adalah obyek fisik yang bermanfaat bagi konsumen berupa ruang, alat-alat perlengkapan perawatan, meja, kursi dan lain-lain
2. Perawatan Kecantikan
Perawatan kecantikan adalah kegiatan menjaga dan memelihara kecantikan menggunakan produk dan alat-alat khusus untuk perawatan
3. Kepuasan konsumen
Kepuasan konsumen adalah hasil yang di rasakan atas penggunaan produk dan jasa sama atau melebihi harapan yang diinginkan.
4. Tarif
Tarif adalah harga yang ditetapkan perusahaan dan dibayar oleh klien atas jasa dan produk yang didapat.
5. Pelayanan
Pelayanan adalah kegiatan yang dilakukan oleh segenap pihak yang terlibat dalam perusahaan untuk memenuhi keinginan konsumen.
6. Ruang tunggu
Ruang tunggu, yaitu ruang yang digunakan oleh konsumen yang sedang mengantri untuk konsultasi maupun yang akan melakukan perawatan pada perusahaan perawatan kecantikan Salon Azizah.
7. Kelengkapan produk perawatan
Kelengkapan produk disini mencakup seberapa komplit produk yang disediakan dari pihak perusahaan untuk memenuhi kebutuhan konsumen.
8. Alat facial
Alat facial yaitu alat yang digunakan untuk membersihkan, atau mengangkat jerawat dan juga komedo pada wajah konsumen/ pasien.
9. Ruang konsultasi
Ruang konsultasi yaitu ruang yang digunakan klien untuk memeriksa masalah kecantikan mereka dengan dokter yang telah disediakan oleh pihak perusahaan.
10. Kesesuaian harga
Kesesuaian harga disini adalah, di mana pihak perusahaan memberikan harga yang sesuai dengan produk, fasilitas yang yang diberikan pihak perusahaan kepada konsumen.
11. Ketepatan waktu
Ketepatan waktu disini berarti segenap karyawan di perusahaan perawatan kecantikan Salon Azizah ini tidak boleh lalai atau bahkan membiarkan konsumen menunggu terlalau lama untuk mengantri. Diharapkan segenap karyawan bisa bekerja tepat waktu.
12. Keramahan karyawan.
Keramahan karyawan disini berarti segenap karyawan harus bisa bersikap sopan dalam melayani konsumen dan selalu tersenyum dalam melayani konsumen.

D. Teknik Analisis Data

1. Regresi Linier Sederhana
2. Regresi Linier berganda
3. Uji Asumsi Klasik
3. Pengujian Hipotesis
 - a. Uji T (Uji Parsial)

b. Uji F (Uji Serempak)

TINJAUAN PUSTAKA

A. Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran berlangsung apabila minimal satu pihak mempertimbangkan sasaran dan sarana untuk dapat tanggapan yang diharapkan dari pihak lain pada pertukaran yang potensial (Philip Kotler, 2008 : 6). mengemukakan bahwa manajemen pemasaran adalah sebagai proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan, dengan tujuan menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalannya.

B. Pemasaran Jasa

Produk jasa memiliki karakteristik yang berbeda dengan produk barang(fisik).karakteristik jasa sebagai berikut. (Rambat Lumpiyoadi dan A. Hamdani, 2006 : 6)

1. Intangibility (tidak berwujud). Jasa tidak dapat di lihat, dirasa, diraba, didengar, atau dicium sebelum jasa itu dibeli. Nilai penting dari hal ini adalah nilai tak berwujud yang di alami konsumen dalam bentuk kenikmatan, kepuasan, atau kenyamanan.
2. Unstorability (tidak dapat disimpan). Jasa tidak mengenal persediaan atau penyimpanan dari produk yang telah di hasilkan.
3. Customization (kustomisasi). Jasa sering kali didesain khusus untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

C. Kualitas Pelayanan Jasa

Dalam bisnis jasa, kualitas pelayanan merupakan suatu hal penting dan harus di kerjakan dengan baik karena aplikasi kualitas sebagai sifat dari penampilan produk atau kinerja bagian utama dari strategi perusahaan dalam langkah meraih keunggulan yang berkesinambungan , baik dalam hal memimpin pasar maupun sebagai strategi untuk terus tumbuh.

D. Fasilitas

Fasilitas bisa pula dianggap sebagai suatu alat. fasilitas biasanya dihubungkan dalam pemenuhan suatu prasarana umum yang terdapat dalam suatu perusahaan-perusahaan ataupun organisasi tertentu.

E. Perilaku Konsumen

Menurut James F. Engel – Roger D. Blackwell – Paul W. Miniard (2003 : 19) terdapat tiga faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yaitu :

1. Pengaruh lingkungan, terdiri dari budaya, kelas sosial, keluarga dan situasi. Sebagai dasar utama perilaku konsumen adalah memahami pengaruh lingkungan yang membentuk atau menghambat individu dalam mengambil keputusan berkonsumsi mereka. Konsumen hidup dalam lingkungan yang kompleks, dimana perilaku keputusan mereka dipengaruhi oleh keempat faktor tersebut diatas.
2. Perbedaan dan pengaruh individu, terdiri dari motivasi dan keterlibatan, pengetahuan, sikap, kepribadian, gaya hidup, dan demografi. Perbedaan individu merupakan faktor internal (interpersonal) yang menggerakkan serta mempengaruhi

perilaku. Kelima faktor tersebut akan memperluas pengaruh perilaku konsumen dalam proses keputusannya.

3. Proses psikologis, terdiri dari pengolahan informasi, pembelajaran, perubahan sikap dan perilaku. Ketiga faktor tersebut menambah minat utama dari penelitian konsumen sebagai faktor yang turut mempengaruhi perilaku konsumen dalam penambihan keputusan pembelian.

F. Tarif

1. Pengertian Tarif

Pengertian tarif (kamus besar bahasa Indonesia) secara etimologi adalah harga (sewa, ongkos, dan sebagainya). Harga jual jasa atau yang lebih dikenal dengan tarif terdiri dari dua pengertian yaitu jasa dan tarif

a. Harga jual

Harga jual (kamus istilah ekonomi : 1984) adalah harga yang ditentukan untuk barang atau jasa yang akan dijual.

b. Jasa

Jasa (service) adalah setiap kegiatan atau manfaat yang dapat diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud (intangibile), dan tidak pula berakibat pemilikan sesuatu. Produksinya (pembuatan atau hasilnya) dapat atau tidak dapat dikaitkan dengan suatu produk fisik.

2. Faktor-faktor yang mempengaruhi penetapan tarif.

Dalam penetapan harga, dalam hal ini adalah tarif, tarif dipengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor-faktor yang mempengaruhinya ada dua macam yaitu faktor internal dan eksternal (Kotler, 2001 : 440)

3. Kepuasan Pelanggan

1. Pengertian kepuasan pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah hasil yang dirasakan atas penggunaan produk dan jasa sama atau melebihi harapan yang diinginkan. (Yamit, 2001:78) ada tiga jenis pelanggan

a. Pelanggan internal

Pelanggan internal adalah setiap orang yang ikut menangani proses pembuatan maupun penyediaan produk didalam perusahaan atau organisasi.

b. Pelanggan perantara

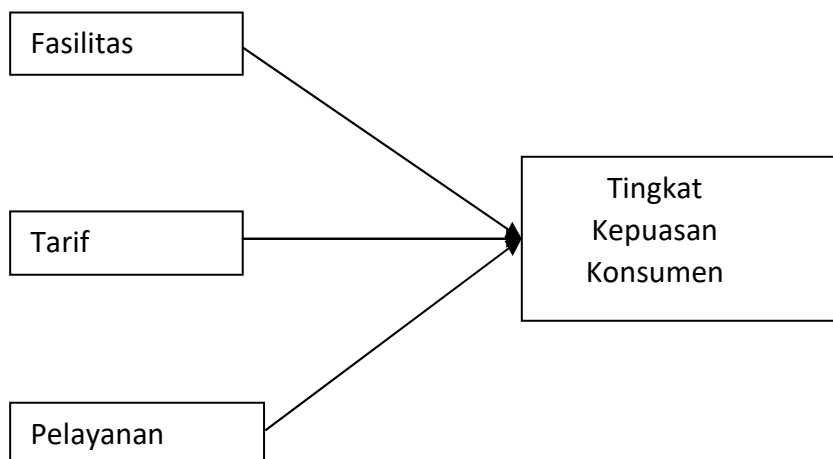
Pelanggan perantara yaitu pelanggan mereka yang bertindak sebagai perantara untuk mendistribusikan produk kepada pihak konsumen atau pelanggan eksternal.

c. Pelanggan eksternal

Pelanggan eksternal yaitu pembeli atau pemakai akhir, yang sering disebut sebagai pelanggan yang nyata.

G. Kerangka konseptual penelitian

Kerangka konseptual penelitian merupakan sintesa tentang hubungan antara variabel yang disusun dari teori yang telah di deskripsikan (Sugiyono, 2008:89). Untuk mempermudah pemahaman, maka penulis merumuskan kerangka konseptual sebagai berikut:



Gambar I. Kerangka Konseptual

Mengacu pada gambar 1 bahwa kerangka konseptual penelitian dapat di jelaskan sebagai berikut:

Tingkat kepuasan konsumen dipengaruhi oleh tiga variabel, yaitu fasilitas, tarif, dan pelayanan. Variabel fasilitas dalam penelitian ini ditentukan oleh kebersihan pada ruang tunggu, kelengkapan produk, kelengkapan alat facial, kebersihan dan kenyamanan ruang konsultasi.

Variabel tarif dalam penelitian ini dipengaruhi oleh kesesuaian tarif yang ditetapkan dengan pelayanan dan fasilitas yang diberikan. Variabel pelayanan dalam penelitian ini di pengaruhi oleh ketepatan waktu pelayanan, dan keramahan karyawan.

HASIL PENELITIAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel fasilitas, tarif dan pelayanan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Akan tetapi pada pengujian variabel secara parsial menunjukkan bahwa variabel yang berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen hanyalah variabel pelayanan. Sedangkan dua variabel yang lain yaitu fasilitas dan tarif pengaruhnya tidak terlalu signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini terbukti dengan penghitungan yang telah di lakukan pada analisis data pada bab V. Pelayanan sangat berpengaruh dalam menentukan kepuasan konsumen pada perusahaan perawatan kecantikan Salon Azizah, hal ini terjadi pada saat member merasa waktu pelayanan yang di berikan tepat waktu, tepat waktu di sini bisa di kategorikan sebagai berikut: member tidak perlu menunggu terlalu lama untuk dilayani, karyawan bersedia kapan saja jika di mintai bantuan, karyawan selalu ada di tempat masing-masing jika dibutuhkan, selalu datang kerja tepat pada waktunya, dan istirahat dan masuk kembali sesuai waktunya. Selain itu keramahan karyawan juga juga mempengaruhi kepuasan konsumen, keramahan karyawan di sini dapat dikategorikan sebagai berikut: karyawan selalu tersenyum jika melayani konsumen, memberikan informasi yang jelas jika ditanyai, bersikap sopan dihadapan konsumen, bersedia memberikan jawaban kepada konsumen jika ditanyai oleh konsumen. Berbeda halnya jika pelayan di Salon Azizah tidak sesuai dengan waktu atau selalu tidak tepat waktu misalnya seperti, konsumen dibiarkan terlalu lama untuk antri dilayani, dan jika konsumen yang datang tidak dilayani dengan ramah, misalnya: muka karyawan tidak mau tersenyum ketika melayani konsumen, secara otomatis hal ini akan mengurangi kepuasan konsumen.

Pada penelitian ini variabel pelayan adalah variabel yang sangat signifikan mempengaruhi kepuasan konsumen, akan tetapi masih harus ditingkatkan lagi, sehingga konsumen yang merasa puas dengan pelayanan yang diberikan Larisa bisa menjadikan loyalitas konsumen. Konsumen yang loyal akan merekomendasikan Salon Azizah kepada orang lainnya lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Boedijoewono Nograho. 2001. *Pengantar Statistik Ekonomi dan Bisnis* Yogyakarta; unit penerbit dan percetakan (UPP) AMP YKPN.
- Donal. R Cooper. Dan William Emory. 1998. *Metode Penelitian Terapan Bisnis* Jilid 1 edisi Lima Jakarta Erlangga.
- Ghozali, Imam. 2007. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi Soetrisno. 1991. *Anlisis untuk Instrumen Angket, Test dan Skala Nilai dengan Basica*, Yogyakarta; Andi Offset.
- Hasan iqbal. 2002. *Metode Penelitian dan Aplikasinya*. Jakarta ; Ghalia Indah Kotler, Philip dan Amstrong. 2001 (alih Bahasa Damos Sihombing). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 8 Jilid 1 Jakarta; Erlangga.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. 1990. Cetakan ke 4. departemen Pendidikan dan Kebudayaan Balai pustaka Jakarta.
- Lupiyoadi, Kambat.2006. *Manajemen Pemasaran Jasa: Teoei dan Praktek*. Jakarta; Salemba Empat.
- Priyanto, Duwi. 2008. *Mandiri Belajar SPSS*. Palembang: MediaKom. Sugiono. 2000. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung; AlfaBeta. -----2003. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung. AlfaBeta -----2008. *Metode Statistik*. Edisi Ke-6. Bandung . AlfaBeta.
- Sunyoto, Danang. 2007. *Analisis Regresi dan Korelasi Bivariat*. Palembang: Amara Books.
- Suharjo, Bambang. 2008. *Analisis Regresi Terapan Dengan SPSS*. Palembang. Graha Ilmu.
- Tjipto, Fandy. 1995. *Strategi Pemasaran*. Palembang; Andi Offset -----1996. *Manajemen Jasa*. Palembang. Andi Offset.
- Umar, Husein.2003. *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa*. Cetakan Pertama. Jakarta; Ghalia Inadah. www.wikipedia.com
- Boedijoewono Nograho. 2001. *Pengantar Statistik Ekonomi dan Bisnis* Yogyakarta; unit penerbit dan percetakan (UPP) AMP YKPN.
- Donal. R Cooper. Dan William Emory. 1998. *Metode Penelitian Terapan Bisnis* Jilid 1 edisi Lima Jakarta Erlangga.
- Ghozali, Imam. 2007. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi Soetrisno. 1991. *Anlisis untuk Instrumen Angket, Test dan Skala Nilai dengan Basica*, Yogyakarta; Andi Offset.
- Hasan iqbal. 2002. *Metode Penelitian dan Aplikasinya*. Jakarta ; Ghalia Indah Kotler, Philip dan Amstrong. 2001 (alih Bahasa Damos Sihombing). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 8 Jilid 1 Jakarta; Erlangga. dan Amstrong.2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran* Edisi 12. Jakarta; Erlangga.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. 1990. Cetakan ke 4. departemen Pendidikan dan Kebudayaan Balai pustaka Jakarta.
- Lupiyoadi, Kambat.2006. *Manajemen Pemasaran Jasa: Teoei dan Praktek*. Jakarta; Salemba Empat.