

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN JASA NAIL ART (STUDI PADA
WITCHERYNAILS BANJARMASIN)**

*(THE EFFECT OF PRICE, PRODUCT QUALITY AND SERVICE QUALITY ON
CUSTOMER SATISFACTION TOWARDS NAIL ART SERVICES (STUDY AT
WITCHERYNAILS BANJARMASIN))*

Maurisa¹, Syamsuddinnor², Rezti³

^{1,2,3}STIMI Banjarmasin

Email : maurisa0302@gmail.com

Abstract

This study aims to determine the effect of (1) price on customer satisfaction of nail art services (study at Witchery Nails Banjarmasin) (2) product quality on customer satisfaction of nail art services (study at Witchery Nails Banjarmasin) (3) service quality on customer satisfaction of nail art services (study at Witchery Nails Banjarmasin) (4) price, product quality and service quality on customer satisfaction of nail art services (study at Witchery Nails Banjarmasin). The analysis method used is multiple linear regression using SPSS version 25. The type of research used in this study is quantitative research. The instrument used in this study is a questionnaire or questionnaire using a Likert scale measuring tool. In this study, the population to be studied is all Witchery Nails customers from January to December 2023 totaling 157 people, through the Slovin formula, the sample size is 112 people. The results of this study found that: (1) partially price has a significant effect on customer satisfaction of nail art services (study at Witchery Nails Banjarmasin), (2) partially product quality does not have a significant effect on customer satisfaction of nail art services (study at Witchery Nails Banjarmasin), (3) partially service quality has a significant effect on customer satisfaction of nail art services (study at Witchery Nails Banjarmasin), (4) simultaneously price, product quality and service quality have a significant effect on customer satisfaction of nail art services (study at Witchery Kuku Banjarmasin).

Keywords: Price, Product Quality, Service Quality, Customer Satisfaction, Nail Art.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh (1) harga terhadap kepuasan pelanggan jasa *nail art* (studi pada *Witchery Nails Banjarmasin*) (2) kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan jasa *nail art* (studi pada *Witchery Nails Banjarmasin*) (3) kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan jasa *nail art* (studi pada *Witchery Nails Banjarmasin*) (4) harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan jasa *nail art* (studi pada *Witchery Nails Banjarmasin*). Metode analisis yang digunakan ialah regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS versi 25. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa angket atau kuesioner dengan menggunakan alat ukur *skala likert*. Dalam penelitian ini populasi yang akan di

teliti ialah seluruh pelanggan *Witchery Nails* dari bulan Januari hingga Desember tahun 2023 berjumlah 157 orang, melalui rumus slovin di dapat jumlah sampel 112 orang.

Hasil penelitian ini menemukan bahwa : (1) secara parsial harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa *nail art* (studi pada *Witchery Nails* Banjarmasin), (2) secara parsial kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa *nail art* (studi pada *Witchery Nails* Banjarmasin), (3) secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa *nail art* (studi pada *Witchery Nails* Banjarmasin), (4) secara simultan harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa *nail art* (studi pada *Witchery Nails* Banjarmasin).

Kata kunci: Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Nail Art.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Gaya hidup serta tren pada masa kini sangat berpengaruh pada lingkungan masyarakat. Begitu pula perkembangan dalam dunia bisnis semakin mengalami peningkatan dengan munculnya berbagai bisnis salah satunya yang bergerak dalam bidang jasa yaitu bisnis *nail art*. Bisnis *nail art* merupakan bisnis yang menawarkan jasa desain dan dekorasi kuku. Bisnis ini melibatkan tren masa kini dari berbagai warna dan desain untuk menghasilkan kuku yang indah dan unik.

Pertimbangan utama seorang pelanggan ketika ingin membeli sebuah produk atau jasa ialah harga. Secara umum, harga adalah nilai yang diberikan imbalan atas penawaran tertentu yang berfungsi untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Keterjangkauan harga merupakan salah satu keberhasilan perusahaan dalam kemampuan bersaing. Harga juga bergantung pada sebuah produk akan di jual kepada konsumen.

Produk merupakan barang atau jasa yang dapat di diperjualbelikan atau yang bisa ditawarkan ke sebuah pasar yang tujuannya untuk memuaskan sebuah keinginan dan kebutuhan seorang pelanggan. Pada umumnya, pelanggan selalu ingin mendapatkan produk yang berkualitas sesuai dengan harga yang dibayar, produk mahal adalah produk yang berkualitas. Selain kualitas produk yang menjadi hal penting bagi perusahaan ialah kualitas pelayanan. Layanan merupakan objek utama pada bidang jasa yang bertujuan untuk memberikan kepuasan pada pelanggan. Adapun kualitas pelayanan merupakan suatu kewajiban bagi sebuah perusahaan untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan.

Suatu bisnis yang ingin mencapai kesuksesan dan kelancaran dalam menjalankan persaingan bisnis ialah mempertahankan dan menciptakan kepuasan bagi konsumen dengan cara memenuhi permintaan konsumen mereka, pengusaha harus mampu menyediakan barang dan jasa berkualitas tinggi. Biasanya konsumen lebih memilih harga yang relatif rendah dengan kualitas produk yang diberikan, sehingga harga menjadi sumber kepuasan

yang penting bagi konsumen. Selain harga yang relatif rendah, kualitas pelayanan juga menjadi faktor dalam memenuhi kepuasan pelanggan.

Witchery nails merupakan bisnis perorangan yang di bangun pada Mei 2022. Bisnis ini memberikan pelayanan jasa untuk pelanggan yang ingin mengecat kuku baik itu hanya dengan pengolesan warna, desain atau motif, aksesoris dan dekorasi. Adapun layanan yang diberikan berupa *nail art* dan *nail extension* (sambung kuku).

Namun, setiap usaha dalam bisnis pasti ada kendala yang berbeda-beda baik dari segi harga, kualitas produk atau kualitas pelayanan, sehingga dapat menciptakan *experience* dari pelanggan yang beragam terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti, ada beberapa kendala yang terjadi di *witchery nails* ialah:

- a. Penetapan harga pada *witchery nails* tergolong standar di kalangan pelanggan yang sudah memiliki penghasilan, namun di kalangan mahasiswa atau pelajar harga di *witchery nails* tergolong mahal. Berdasarkan observasi yang dilakukan terhadap pelanggan *witchery nails*, kebanyakan pelanggan yang berstatus mahasiswa dan pelajar merasa budget yang harus dikeluarkan mereka untuk membeli jasa *nail art* di *witchery nails* terbilang mahal dan menurut owner sebagian pelanggan yang memakai jasa *nail art* di *witchery nails* ialah pelanggan yang berusia 18-20 tahun ke atas. Sehingga harga menjadi masalah yang mungkin harus diteliti dalam penelitian ini.
- b. Jenis produk yang dimiliki oleh *witchery nails* memiliki kualitas yang tergolong rendah. Berdasarkan observasi yang telah peneliti lakukan terhadap produk yang digunakan oleh *witchery nails* berupa bahan serta peralatan yang gunanya sebagai penunjang jasa *nail art* salah satunya ialah kutek gel. Berdasarkan pernyataan owner bahwa kutek gel yang digunakan bukan kualitas premium yang mana kutek gel tersebut tergolong pada kualitas di bawah standar dalam artian produk tersebut cukup terkenal namun tidak direkomendasikan oleh *nail artist* profesional. Kutek gel ini sudah sesuai dengan kegunaannya sebagai penunjang jasa *nail art* namun segi kualitas produk akan berpengaruh terhadap keawetan *nail art*. Oleh karena itu, peneliti ingin mengetahui dengan penggunaan produk yang kualitasnya di bawah standar apakah akan memengaruhi kepuasan pelanggan.
- c. Dalam usaha bidang jasa pelayanan menjadi sebuah faktor penentu dari kepuasan pelanggan. Dalam hal ini, pelayanan tidak hanya berupa komunikasi karyawan dalam memenuhi permintaan pelanggan, namun juga fasilitas yang disediakan untuk memberikan kenyamanan pada pelanggan. Berdasarkan observasi mengenai pelayanan di *witchery nails*, terdapat permasalahan mengenai fasilitas saat mengantre. Fasilitas tunggu yang disediakan oleh *witchery nails* sangat terbatas dan kurang nyaman sehingga calon pelanggan lebih memilih untuk melakukan janji temu agar tidak perlu mengantre. Hal ini menjadi permasalahan karena dalam fasilitas yang kurang memadai akan mengurangi kepuasan pelanggan.

TINJAUAN PUSTAKA

Pemasaran

Pemasaran bagi seluruh pelaku bisnis adalah suatu kegiatan yang sangat penting karena berpengaruh bagi kelangsungan hidup, laba dan pertumbuhan. pemasaran adalah pertemuan pembeli dan penjual untuk melakukan kegiatan perdagangan barang dan jasa. Oleh karena itu pengertian pasar tidak lagi mengacu pada suatu lokasi, melainkan pada suatu kegiatan atau berkumpulnya pembeli dan penjual yang menyediakan produk dan jasa kepada konsumen (Laksana, 2019).

Pemasaran adalah suatu kegiatan manusia yang bertujuan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan melalui proses pertukaran pelanggan dan ketertarikan terhadap perusahaan (Sunnyoto, 2019). Dari pengertian di atas dapat kita simpulkan bahwa pemasaran adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh seorang individu atau sekelompok orang untuk memuaskan kebutuhan konsumen dan menghasilkan keuntungan orang untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan memberikan keuntungan.

Bauran pemasaran

Menurut Kotler dan Keller (2017) empat variabel dalam kegiatan bauran pemasaran memiliki komponen sebagai berikut :

- a. Produk adalah kombinasi barang dan jasa perusahaan menawarkan dua target pasar.
- b. Harga adalah jumlah pelanggan harus dibayar untuk memperoleh produk.
- c. Tempat adalah mencakup perusahaan produk tersedia untuk menargetkan pelanggan.
- d. Promosi adalah mengacu pada kegiatan berkomunikasi kebaikan produk dan membujuk pelanggan sasaran.

Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen merupakan tingkah laku tentang individu, kelompok, atau organisasi dan proses yang mereka gunakan untuk memilih, mengamankan, menggunakan dan membuang produk, jasa, pengalaman, atau ide untuk kepuasan (Harman Halau, 2017). Perilaku konsumen adalah tindakan-tindakan yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan oleh konsumen dalam memilih, memakai serta memanfaatkan produk dan jasa atau pengalaman dalam rangka memuaskan kebutuhan dan hasrat konsumen (Firmansyah, 2018).

Harga

Harga adalah suatu nilai moneter yang ditetapkan perusahaan sebagai imbalan atas barang dan jasa yang diperdagangkan serta hal-hal lain yang disediakan untuk memuaskan keinginan pelanggan. Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut (Kotler & Armstrong, 2018).

Ada beberapa faktor penentu yang perlu dipertimbangkan perusahaan dalam menetapkan harga yaitu: Mengenal permintaan produk dan pesaing, Target pasar yang hendak dilayani atau diraih, *Marketing mix* sebagai strategi,

Produk baru, Reaksi pesaing, Biaya produk dan perilaku biaya dan Kebijakan atau peraturan yang ditentukan oleh pemerintah dan lingkungan (Kotler & Keller, 2017).

Ada empat indikator yang mencirikan harga yaitu : Keterjangkauan harga, Kesesuaian harga dengan kualitas produk, Daya saing harga dan Kesesuaian harga dengan manfaat (Kotler dan Armstrong, 2018).

Kualitas Produk

Menurut Kotler & Armstrong (2018) kualitas produk adalah salah satu sarana *positioning* utama ke pemasar. Kualitas mempunyai dampak langsung pada kinerja produk atau jasa. Oleh karena itu, kualitas erat hubungannya dengan nilai dan kepuasan pelanggan. Dalam arti sempit, kualitas dapat di definisikan sebagai bebas dari kerusakan.

Menurut Assauri (2018), faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas produk adalah sebagai berikut: Fungsi suatu produk, Wujud luar produk dan Biaya produk. Kualitas produk merupakan salah satu faktor yang menciptakan nilai dari kepuasan pelanggan yang pertama. Menurut Lupiyoadi (2015), indikator kualitas produk adalah: Kinerja (*performance*), Keandalan (*reliability*), Dimensi *performance*, Fitur (*feature*), Daya Tahan (*durability*) dan Kesesuaian (*conformance*).

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan suatu kewajiban bagi sebuah perusahaan untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan. Adanya kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat untuk menciptakan hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis, sehingga setiap pelanggan selalu merasa puas dan nyaman dalam pelayanan yang sudah diberikan oleh perusahaan.

Menurut Indrasari (2019) kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan.

Menurut Hutasoit (2011) dalam Sumantri (2022) terdapat faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan : Akses, Komunikasi, Kompetensi, Rasa hormat, Kredibilitas, Keandalan, Daya tanggap, Keamanan, Bukti fisik, dan Memahami konsumen.

Menurut Kotler dan Keller (2017), mengemukakan terdapat lima indikator kualitas pelayanan antara lain: Keandalan (*Reliability*), Ketanggapan (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), Empati (*Empathy*) dan Berwujud (*Tangibles*).

Kepuasan Pelanggan

Menurut Tjiptono (2019:206) kepuasan pelanggan adalah pengukuran atau indikator sejauh mana pelanggan atau pengguna produk perusahaan atau jasa sangat senang dengan produk-produk atau jasa yang diterima, kepuasan adalah harapan terhadap persepsi pengalaman (dirasakan/diterima). Sedangkan menurut Kotler & Keller (2017) kepuasan pelanggan adalah tingkat

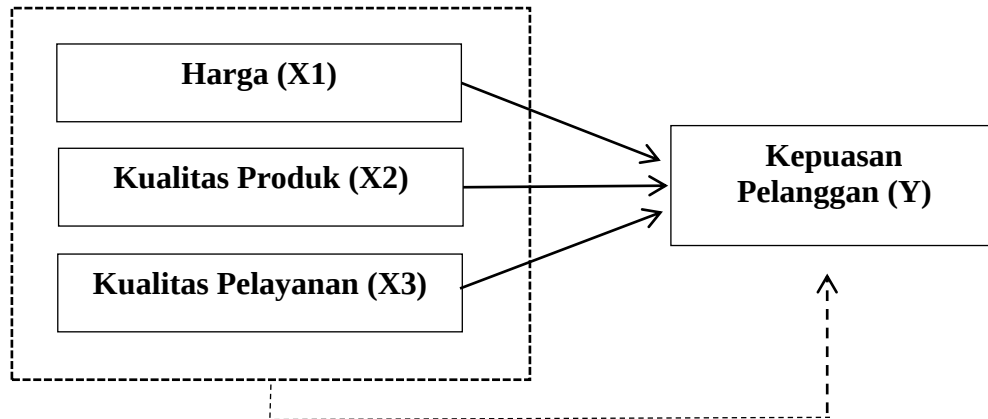
keadaan perasaan seseorang yang merupakan hasil perbandingan antara penilaian kinerja atau hasil akhir produk dalam hubungannya dengan harapan pelanggan.

Menurut Adrie Charviandi (2023) menyebutkan bahwa faktor-faktor pembentuk kepuasan konsumen pada sebuah perusahaan jasa yaitu diantaranya: Kualitas pelayanan, Kualitas produk, Harga, Faktor situasi dan pribadi.

Penelitian Terdahulu

1. Cynthia Shella Saphira (2022). Dengan judul penelitian Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Eyelash Extension di *Eyelash by Cilla* Surabaya. Hasil penelitian menemukan bahwa Persepsi Harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, Kualitas Pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, dan Persepsi Harga, dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.
2. Ditya Vanessa Putri dan Ahmad Munanda (2023). Dengan judul penelitian Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa *Viviie Salon* Kabupaten Kebumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Persepsi Harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, Kualitas Pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.
3. Yon Musyafak (2021). Dengan judul penelitian Pengaruh Harga, Iklan (Promosi), dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Salon *Beauty Art Treatment* Tulungagung. Hasil dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh signifikan antara harga terhadap kepuasan konsumen, terdapat pengaruh signifikan antara iklan (promosi) terhadap kepuasan konsumen, terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, terdapat pengaruh secara simultan (secara bersama-sama) antara harga, iklan (promosi) dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.
4. Yuni Yuniawati (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Salon Johnny Andrean. Hasil penelitian kualitas layanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. sedangkan bersama-sama kualitas layanan, kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
5. Erma Dwi Maryuni (2020). Pengaruh Pelayanan, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Salon Kecantikan Martha Tilaar Dharma Husada Indah Surabaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelayanan dan kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan Harga mempunyai pengaruh yang signifikan dan negatif terhadap kepuasan pelanggan.

Kerangka Konseptual



Keterangan :

- : Pengaruh secara Parsial
- : Pengaruh secara Simultan

Gambar 2.2
Kerangka Konseptual

Sumber: Data diolah, 2024

Hipotesis Penelitian

- H₁ : Terdapat Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan jasa *nail art* (studi pada *witchery nails* Banjarmasin)
- H₂ : Terdapat pengaruh Kualitas Produk terhadap kepuasan pelanggan jasa *nail art* (studi pada *witchery nails* Banjarmasin)
- H₃ : Terdapat Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan jasa *nail art* (studi pada *witchery nails* Banjarmasin)
- H₄ : Terdapat Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan jasa *nail art* (studi pada *witchery nails* Banjarmasin)

METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan jenis asosiatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antar variabel Harga (X1), Kualitas Produk (X2) dan Kualitas Pelayanan (X3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Sehingga metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode survei di mana peneliti terjun langsung untuk mengambil sampel dari populasi yang ada. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner atau angket.

Lokasi Dan Periode Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada pelanggan jasa nail art di witchery nails Banjarmasin, tepatnya di jalan Sungai Andai RT.02 No.80, kec. Banjarmasin Utara, Kota Banjarmasin. Periode Penelitian berlangsung dari Januari hingga Juli 2024.

Populasi Dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan jasa *nail art* pada *Witchery nails* Banjarmasin antara bulan Januari hingga Desember 2023 yang berjumlah 157 orang. Berdasarkan perhitungan rumus Slovin diatas perolehan sampel sebanyak 112 orang, sehingga sampel yang digunakan pada penelitian ini ialah 112 pelanggan *witchery nails*.

Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan berupa kuesioner atau angket. Dalam penelitian ini untuk mengukur persepsi responden dalam penelitian ini digunakan skala *likert*.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini ialah analisis linear berganda dan menggunakan program komputer *Microsoft Excell* dan *SPSS versi 25.0*

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Instrumen

Uji Validitas

Dapat diketahui seluruh item pertanyaan pada variabel harga (X1), kualitas produk (X2), kualitas pelayanan (X3) dan kepuasan pelanggan (Y) memiliki nilai signifikan dari 0,05. Suatu item pertanyaan dinyatakan valid jika rhitung lebih besar dari rtabel. Diketahui bahwa $df = 112 - 2 = 110$ dengan tingkat signifikansi 0,05 maka nilai rtabel yang didapatkan ialah sebesar 0,1857. sehingga rhitung pada semua item variabel lebih kecil dari rtabel.

Uji reliabilitas

Tabel 4.13
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Reliability
Harga (X1)	0,900'	reliabel
Kualitas Produk (X2)	0,937	reliabel
Kualitas Pelayanan (X3)	0,932	reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,955	reliabel

Sumber : Data diolah 2024

Hasil dari uji reliabilitas terhadap kuesioner yang dibagikan, maka diperoleh bahwa *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60 sehingga seluruh item pertanyaan adalah reliabel.

Uji Asumsi Klasik Uji Normalitas

Tabel 4.14
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		112
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3,89797126
Most Extreme Differences	Absolute	,088
	Positive	,049
	Negative	-,088
Test Statistic		,088
Asymp. Sig. (2-tailed)		,034 ^c
Exact Sig. (2-tailed)		,336
Point Probability		,000

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : Data hasil SPSS 25.0 Tahun 2024

Berdasarkan hasil uji normalitas diatas diketahui bahwa dari hasil output memperoleh nilai *Exact* signifikansi $0,336 > 0,05$. Maka model regresi tersebut berdistribusi normal.

Uji Mutikolinearitas

Tabel 4.15
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

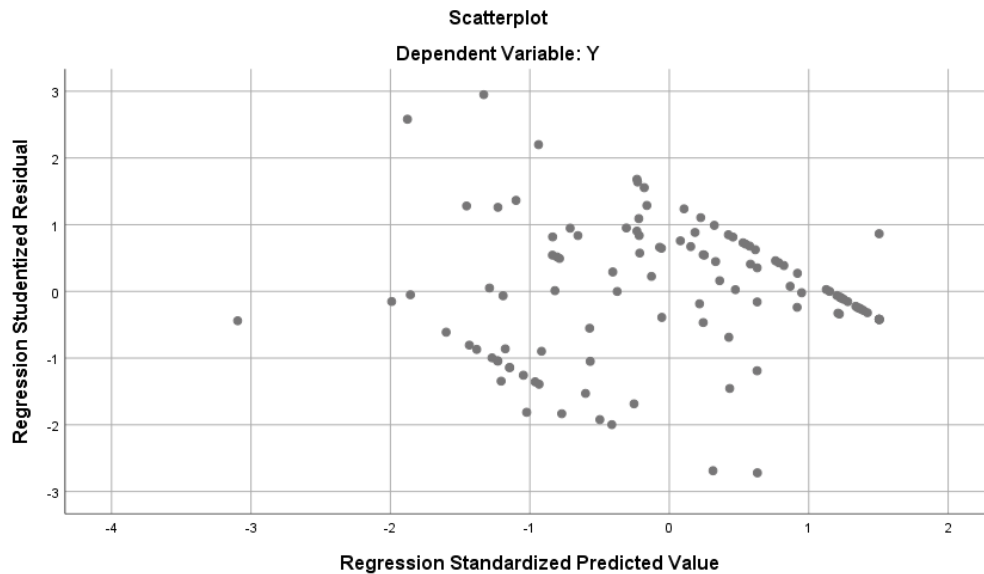
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	15,476	4,481		3,454	,001		
X1	,259	,084	,281	3,061	,003	,459	2,176
X2	,064	,085	,089	,756	,451	,279	3,582
X3	,341	,080	,465	4,256	,000	,325	3,076

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data hasil SPSS 25.0 Tahun 2024

Hasil uji multikolinearitas pada tabel diatas, diperoleh hasil nilai $VIF < 10$ atau nilai tolerance $> 0,01$ maka dapat dinyatakan bahwa tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Heterokedastisitas



Gambar 4.3

Hasil Uji Heterokadastisitas Melalui Grafik Scatterplot

Sumber : Data hasil SPSS 25.0 Tahun 2024

Berdasarkan grafik diatas dapat dilihat bahwa titik - titik data menyebar di atas dan di bawah atau di sekitar angka 0, titik tidak mengumpul atau membentuk suatu pola. Sehingga model regresi dalam penelitian ini tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

Analisa Hasil

Regresi Linear Berganda

Tabel 4.16
Hasil Regresi Linear

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15,476	4,481		3,454	,001
	X1	,259	,084	,281	3,061	,003
	X2	,064	,085	,089	,756	,451
	X3	,341	,080	,465	4,256	,000

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data hasil SPSS 25.0 Tahun 2024

Berdasarkan hasil persamaan diatas dapat dijabarkan sebagai berikut :

- Nilai konstanta yang diperoleh sebesar 15,476 maka bisa diartikan jika variabel independen bernilai 0 (konstan) maka variabel dependen bernilai 15,476.
- Koefisien regresi X1 (harga) sebesar 0,259 maka bisa diartikan bahwa jika X1 (harga) meningkat sebesar 1% maka Y (kepuasan pelanggan) juga akan meningkat sebesar 0,259 atau sebaliknya.

- c. Koefisien regresi X2 (kualitas produk) sebesar 0,064 maka bisa diartikan bahwa jika X2 (kualitas produk) meningkat sebesar 1% maka Y (kepuasan pelanggan) juga akan meningkat sebesar 0,064 atau sebaliknya.
- d. Koefisien regresi X3 (kualitas pelayanan) sebesar 0,341 maka bisa diartikan bahwa jika X3 (kualitas pelayanan) meningkat sebesar 1% maka Y (kepuasan pelanggan) juga akan meningkat sebesar 0,341 atau sebaliknya.

Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4.20
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate
1	,762 ^a	,581	,569		3,952

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

Sumber : Data Diolah, 2024

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,581 artinya 58,1% Kepuasan Pelanggan (Y) Jasa Nail Art di Witcherynails Banjarmasin dipengaruhi oleh Harga (X1), Kualitas Produk (X2) Dan Kualitas Pelayanan (X3). Sedangkan sisanya 41,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Uji Hipotesis

Tabel 4.17
Hasil Uji Hipotesis

Variabel	t _{hitung}	t _{tabel}	ket
X1 → Y	3,061	1,65922	Sig
X2 → Y	0,756	1,65922	Tidak Sig
X3 → Y	4,256	1,65922	Sig
Variabel	f _{hitung}	f _{tabel}	ket
X → Y	49,945	2,69	Sig

Sumber : data diolah 2024

Berdasarkan tabel di atas didapatkan t_{tabel} sebesar 1,65922 dan f_{tabel} sebesar 2,69 sehingga hasil uji hipotesis dalam penelitian ini dijabarkan sebagai berikut :

- H1 Nilai t_{hitung} pada variabel X1 (harga) sebesar 3,061 > t_{tabel} variabel Y (kepuasan pelanggan) sebesar 1,65922. Menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa *nail art*. Maka H1 diterima dan H0 ditolak.
- H2 Nilai t_{hitung} pada variabel X2 (kualitas produk) sebesar 0,756 < t_{tabel} variabel Y (kepuasan pelanggan) sebesar 1,65922. menunjukkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa *nail art*. Maka H2 ditolak dan H0 diterima.
- H3 Nilai t_{hitung} pada variabel X3 (kualitas pelayanan) sebesar 4,256 > t_{tabel} variabel Y (kepuasan pelanggan) sebesar 1,65922 . Menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan

jasa *nail art*. Maka H3 diterima dan H0 ditolak.

- H4 : Nilai t_{hitung} sebesar 49,945 > t_{tabel} sebesar 2,69. Menunjukkan bahwa variabel X1 (harga), X2 (kualitas produk) dan X3 (kualitas pelayanan) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Y (kepuasan pelanggan). Maka H4 diterima dan H0 ditolak.

PEMBAHASAN

Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa *Nail Art* di *Witchery Nails* Banjarmasin.

Berdasarkan hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa *nail art* di *Witchery Nails* Banjarmasin, dimana harga yang murah dan terjangkau dapat mempengaruhi nilai dari pelanggan, sehingga di suatu hari nanti mereka akan datang kembali untuk menggunakan jasa *nail art* di *Witchery Nails* Banjarmasin.

Dalam penelitian ini menggunakan elemen harga dengan 16 item pernyataan. Salah satu pernyataan yang sangat berpengaruh ialah “harga yang ditawarkan terjangkau”. Dalam hal ini harga merupakan hal mendasar bagi seorang pelanggan dalam melakukan pembelian sehingga harga yang terjangkau juga berpengaruh dalam nilai kepuasan pelanggan. Seorang pelanggan yang mendapatkan harga terjangkau akan memiliki pengalaman baik terhadap suatu produk atau jasa yang mereka beli. Sehingga pelanggan akan memiliki ketertarikan untuk membeli kembali atau melakukan pembelian ulang.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu dari Cynthia Shella Saphira, 2022. dalam penelitian tersebut menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen *Eyelash Extention* di *Eyelash by Cilla*. Adapun hasil penelitian lain yang juga sejalan dengan penelitian ini ialah dari Ade Ratnasari (2016) dengan judul penelitian “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan pelanggan (Studi Kasus pada Salon Cantik)” dalam penelitian tersebut menunjukkan bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa *nail art* di *Witchery Nails* Banjarmasin

Berdasarkan hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa *nail art* di *Witchery Nails* Banjarmasin, dikarenakan produk yang digunakan menggunakan kualitas yang masih di bawah standar, sehingga kualitas produk mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Berdasarkan data deskriptif responden yang diperoleh pada penelitian ini, bahwa kriteria responden yang paling banyak diperoleh dari kalangan mahasiswa/pelajar yang berusia 17-22 tahun yang dimana mereka sebagian masih belum bekerja atau berpenghasilan sehingga mereka lebih memilih harga terjangkau di bandingkan kualitas produk yang digunakan.

Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian terdahulu dari Yuni Yuniawati, 2022. Dalam penelitian tersebut menunjukkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Salon Johnny

Andrean. Adapun hasil penelitian lain yang juga sejalan dengan penelitian ini ialah dari Indra Budaya (2024) dengan judul penelitian “Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan pada Kepuasan Konsumen Salon Fifit Marissa Hiang” dalam penelitian tersebut menunjukkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa *nail art* di *Witchery Nails* Banjarmasin

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan jasa *nail art* di *Witchery Nails*, dimana kualitas pelayanan menjadi nilai penting dalam pengalaman seorang pelanggan. Pelayanan dengan respon yang cepat tanggap baik secara *online* maupun langsung dapat memberikan pengalaman yang baik terhadap kesan pertama kali berkunjung ke suatu tempat.

Dalam penelitian ini menggunakan elemen kualitas pelayanan dengan 20 item pernyataan. Ada lebih dari satu item pernyataan yang sangat berpengaruh ialah “andal dalam melayani permintaan”, “respon online cepat dan ramah” dan “respon chat online mengenai janji temu di respon dengan informatif”. Dalam hal ini pelayanan menjadi salah satu bentuk penilaian seorang pelanggan yang dapat dirasakan secara langsung melalui pengalaman pelanggan dalam memakai sebuah jasa sehingga sebuah pelayanan yang bagus dapat memberikan kesan yang baik bagi pelanggan.

Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian terdahulu dari Ditya Vanessa Putri dan Ahmad Munanda, 2023. Dalam penelitian tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pelanggan jasa *Vivie Salon Kebumen*. Adapun hasil penelitian lain yang juga sejalan dengan penelitian ini ialah dari Anggriany Gledys, Katiandagho, Sahrul Hi. Posi, dan Suharli Manoma (2022) dengan judul penelitian “Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada *Anggy Salon*” dalam penelitian tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa *nail art* di *Witchery Nails*

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan jasa *nail art* di *Witchery Nails* Banjarmasin, maka di harapkan *Witchery Nails* dapat memperhatikan secara keseluruhan variabel harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan agar dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan sehingga dapat meningkatkan nilai, kepercayaan pelanggan serta meningkatnya minat berkunjung kembali dalam menggunakan jasa *nail art* di *Witchery Nails*.

Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian terdahulu dari Erma Dwi Maryuni, 2020. Dalam penelitian tersebut menunjukkan bahwa variabel independen yaitu pelayanan (X1), harga (X2) dan kualitas produk (X3)

berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan (Y) di salon kecantikan Martha Tilaar Dharma Husada Indah Surabaya.

Adapun hasil penelitian lain yang juga sejalan dengan penelitian ini ialah dari Moh. Farid Atho'illah (2020) dengan judul penelitian "Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Katon Ayu Wedding Organizer Gresik" dalam penelitian tersebut menunjukkan bahwa secara bersama-sama kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa *nail art* di *Witchery Nails* Banjarmasin sebesar 30,61%.
2. Kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa *nail art* di *Witchery Nails* Banjarmasin sebesar 7,56%.
3. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa *nail art* di *Witchery Nails* Banjarmasin sebesar 42,56%.
4. Harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa *nail art* di *Witchery Nails* Banjarmasin sebesar 49,94%

Saran

Secara Teoritis

1. Pada penelitian selanjutnya dapat memperdalam kembali mengenai faktor-faktor yang akan meningkatkan nilai dari kepuasan pelanggan dalam suatu usaha jasa, seperti *customer experience*, *service excellent* dan lainnya.
2. Dalam penelitian ini peneliti menyarankan agar peneliti lain bisa mengembangkan ide atau konsep untuk memperoleh hasil penelitian yang baru dan lebih banyak memuat teori-teori yang terbaru, agar diperoleh sudut pandang yang lebih luas agar dapat memberikan manfaat yang lebih baik dalam pengembangan proses pemasaran khususnya melalui ilmu pengetahuan dan penelitian yang strategis khususnya yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan.

Secara Praktis

1. Dalam penelitian ini, peneliti menyarankan agar *Witchery Nails* dapat menjalankan pengembangan produk dan pelayanan agar dapat menciptakan kepuasan pelanggan yang lebih baik. Meningkatnya kepuasan pelanggan juga akan meningkatkan citra suatu perusahaan sehingga dapat membantu meningkatkan loyalitas pelanggan dan kepercayaan pelanggan dalam memilih jasa *nail art* di *Witchery Nails*.
2. Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat memberikan pengetahuan maupun pemahaman yang lebih mendalam bagi konsumen mengenai harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan yang dijalankan sebuah perusahaan khususnya yang bergerak di bidang jasa.

DAFTAR PUSTAKA

- Arianto, N., & Patilaya, E. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Salt N Pepper* Pada Pt Mitra Busana Sentosa Bintaro. *KREATIF: Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang*, 6(2), 143-154.
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri, S., (2018), *Manajemen Pemasaran*, Raja Grafindo, Jakarta
- Atho'lllah, M. F. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Katon Ayu Wedding Organizer Gresik* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Gresik).
- Budaya Indra, I. (2024). Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Pada Kepuasan Konsumen Salon Fifit Marissa Hiang: Indra Budaya. *JURNAL ADMINISTRASI NUSANTARA*, 7(1), 45-57.
- Charviandi, A., et al. (2023). *Manajemen Pemasaran (Perspektif Digital Marketing)* (Cet. 1). Purbalingga: CV. Eureka Media Aksara.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : Deepublish
- Hutasoit. (2011). *Pelayanan Publik Teori dan Aplikasi*. Jakarta: MagnaScript Publishing.
- Indrasari Meithiana, (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelannggan*. Surabaya: PT. Unitomo Press
- Kasmir, dan Jakfar. (2010). *Studi Kelayakan Bisnis*, Jakarta : Penerbit Kencana.
- _____. (2017). *Customer Service Excellent*. PT Raja Grafindo Persada. Depok.
- Kotler, P. dan Keller, K.L., (2017), *Marketing Management, Pearson Education Limited, England*.
- _____. dan Armstrong, G., (2018), *Principle of Marketing, Pearson Education Limited, England*.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV. Al Fath Zumar.
- Lupiyoadi. (2015). *Manajemen Pemasaran jasa berbasis kompetensi*. Edisi Ketiga. Jakarta: Salemba
- Malau, H. (2017). *Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung: Alfabeta.
- Maryuni, E. D. (2020). *Pengaruh Pelayanan, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Salon Kecantikan Martha Tilaar Dharma Husada Indah Surabaya (Doctoral Dissertation, Stie Mahardhika Surabaya)*.
- Musyafak, Y., Sumantri, B. A., & Wihara, D. S. (2021). *Pengaruh Harga, Iklan (Promosi), Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Study Kasus Di Salon Beauty Art Treatment Tulungagung) (Doctoral Dissertation, Universitas Nusantara PGRI Kediri)*.
- Posi, S. H., Katiandagho, A. G., & Manoma, S. (2022). *Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Anggy Salon*. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (JEBMA)*, 2(3),

100-108.

- Putri, D. V., & Munandar, A. (2023, December). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Viviie Salon Kabupaten Kebumen. In *Prosiding Seminar Sosial Politik, Bisnis, Akuntansi Dan Teknik* (Vol. 5, Pp. 286-291).
- Rambat, Lupiyoadi. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 2. Jakarta : Salemba Empat.
- Ratnasari, A. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Salon Cantik). *Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang*, 4(1), 3-26.
- Saphira, C. S. (2023). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen *Eyelash Extention* Di *Eyelash By Cilla* Surabaya. Dalam *Jurnal Prodi Pendidikan Tata Rias*, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Surabaya.
- Setiadi, Nugroho. J., & SE, M. (2019). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen* Edisi Ketiga (Vol. 3). Prenada Media.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2019). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi dan Kasus)*. Cetakan Ke-3. Jakarta: PT. Buku Seru
- Tjiptono, F., (2008), *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Penerbit Andi.
- _____. (2014). *Pemasaran Jasa—Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Andi Offset, Yogyakarta.
- _____. & Diana, A. (2020). *Pemasaran*: Penerbit Andi Yogyakarta
- Yuniawati, Y. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Salon Johnny Andrean. *ARBITRASE: Journal of Economics and Accounting*, 3(2), 377-382