

---

## Pengaruh Fasilitas, Ragam Layanan, dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Mini's Salon Yogyakarta

Ernita Sulistyorini<sup>1)</sup>, Anung Pramudyo<sup>2)</sup>

<sup>1)</sup>Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKP, Yogyakarta, Indonesia

<sup>2)</sup>Sekolah Tinggi Ilmu Bisnis Kumala Nusa, Yogyakarta, Indonesia

Email: [ernitasulistyorini03@gmail.com](mailto:ernitasulistyorini03@gmail.com), [anungpramudyo@gmail.com](mailto:anungpramudyo@gmail.com)

---

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari fasilitas, ragam layanan, dan kepuasan pelanggan baik secara parsial maupun simultan terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian ini dilaksanakan pada Mini's Salon yang beralamat di Jalan Pundung No. 96, Gumuk, Godean, Sleman, Yogyakarta. Penelitian ini merupakan penelitian dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan pada Mini's Salon Yogyakarta. Sampel diambil sebanyak 80 pelanggan dengan metode Nonprobability Sampling dengan menggunakan teknik Purposive Sampling. Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui observasi langsung ke lokasi penelitian dan dengan menggunakan kuesioner yang disebar ke pelanggan Mini's Salon. Data selanjutnya dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif, uji kualitas instrument (uji validitas dan reliabilitas), uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas), serta uji hipotesis melalui regresi linier berganda (uji t, uji F, uji R, dan uji R<sup>2</sup>) dengan menggunakan bantuan software SPSS 22.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel fasilitas, ragam layanan, dan kepuasan pelanggan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini terlihat dari signifikansi uji t untuk masing-masing variabel fasilitas, ragam layanan, dan kepuasan pelanggan sebesar 0,005, 0,022, dan 0,006 lebih kecil daripada 0,05. Hasil uji F menunjukkan bahwa secara simultan fasilitas, ragam layanan, dan kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan yang terlihat dari signifikansi uji F sebesar 0,000, dimana signifikansi ini lebih kecil daripada 0,05. Besarnya pengaruh dari fasilitas, ragam layanan, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan adalah sebesar 62,5%, sedangkan sisanya sebesar 37,5% dipengaruhi oleh faktor lainnya.

**Kata Kunci : Fasilitas, Ragam Layanan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan**

---

### PENDAHULUAN

Masyarakat pada umumnya memerlukan suasana yang rileks untuk mengatasi kejenuhan setelah melakukan berbagai aktivitas dalam kehidupannya. Salah satu alternatif untuk rileks dan memanjakan tubuh yaitu dengan pergi ke salon. Tempat tersebut memungkinkan masyarakat untuk sejenak merelaksasikan tubuh dan melupakan kejenuhannya dengan melakukan berbagai pilihan layanan seperti *facial*, *creambath*, spa, cat rambut, catok, *smoothing*, *rebonding*, atau sekedar potong rambut saja. Beragam konsep salon ditawarkan untuk menarik minat masyarakat salah satunya pada salon dengan nama Mini's Salon.

Saat ini persaingan yang ketat dalam bisnis salon menuntut usaha salon untuk dapat terus menjaga loyalitas pelanggannya. Tjiptono (2011) menyatakan bahwa loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko atau pemasok berdasarkan sifat yang sangat positif dalam pembelian jangka panjang. Loyalitas pelanggan secara sederhana dapat diartikan sebagai suatu kesetiaan pelanggan atas suatu produk atau jasa yang dibeli dan akan dilakukan pembelian

ulang secara konsisten. Pelanggan yang loyal akan melakukan pembelian secara teratur atau berulang, membeli semua semua barang atau jasa yang ditawarkan dan pelanggan butuhkan, merekomendasikan produk kepada orang lain, dan tidak mudah terpengaruh dengan tarikan atau dorongan pesaing produk sejenis. Loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh banyak faktor, diantaranya adalah fasilitas, ragam layanan, dan kepuasan pelanggan.

Faktor pertama yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah fasilitas. Fasilitas adalah segala perlengkapan fisik yang disediakan oleh perusahaan jasa untuk memberikan kemudahan kepada para pelanggan dalam melaksanakan aktivitas atau kegiatannya, sehingga kebutuhan atau tujuannya dapat terpenuhi. Hal ini menunjukkan bahwa lengkapnya fasilitas usaha salon akan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Selain fasilitas, ragam layanan juga berpengaruh pada loyalitas pelanggan karena semakin banyak layanan yang disediakan pada pelanggan maka permintaan dan kebutuhan pelanggan akan semakin dapat dipenuhi. Faktor berikutnya yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Dengan demikian, pelanggan yang merasa puas akan tetap loyal atau setia pada Mini's Salon Yogyakarta.

Berdasarkan penelitian pendahuluan melalui wawancara dengan pelanggan Mini's Salon didapatkan fakta bahwa pelanggan merasa bahwa fasilitas Mini's Salon perlu untuk ditambah, utamanya adalah luasan ruang tunggu dan perabotnya. Ragam layanan juga perlu ditambah agar dapat memenuhi semua kebutuhan pelanggan salon. Beberapa pelanggan juga masih belum puas dikarenakan kurang lengkapnya fasilitas dan ragam layanan yang diberikan. Berdasarkan latar belakang diatas, menarik untuk diteliti mengenai loyalitas pelanggan terkait dengan fasilitas, ragam layanan, dan kepuasan pelanggan Mini's Salon. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk mengukur pengaruh dari fasilitas, ragam layanan, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Mini's Salon Yogyakarta.

## LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

### Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko atau pemasok berdasarkan sifat yang sangat positif dalam pembelian jangka panjang (Tjiptono, 2011). Menurut Griffin (dalam Sangadji dan Sopiah, 2013) loyalitas pelanggan lebih mengacu pada wujud perilaku dan unit-unit pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian secara terus menerus terhadap barang atau jasa dari suatu perusahaan yang dipilih. Berdasarkan teori diatas, loyalitas pelanggan secara sederhana dapat diartikan sebagai suatu kesetiaan pelanggan atas suatu produk atau jasa yang dibeli dan akan dilakukan pembelian ulang secara konsisten. Menurut Griffin (dalam Sangadji dan Sopiah, 2013), pelanggan yang loyal akan memiliki karakteristik yaitu 1) melakukan pembelian secara teratur atau berulang, 2) membeli semua semua barang atau jasa yang ditawarkan dan pelanggan butuhkan, 3) merekomendasikan produk kepada orang lain, dan 4) tidak mudah terpengaruh dengan tarikan atau dorongan pesaing produk sejenis.

### Fasilitas

Kotler (2005) mendefinisikan fasilitas sebagai segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan pelanggan. Menurut Supriyanto (2012), fasilitas dapat diartikan sebagai segala sesuatu yang dapat mempermudah dan memperlancar pelaksanaan suatu usaha. Dari pendapat-pendapat di atas dapat dipahami bahwa fasilitas adalah segala perlengkapan fisik yang disediakan oleh perusahaan jasa untuk memberikan kemudahan kepada para pelanggan dalam melaksanakan aktivitas atau kegiatannya, sehingga kebutuhan atau tujuannya dapat terpenuhi. Fasilitas meliputi kondisi peralatan, kelengkapan, desain interior dan eksterior serta kebersihan fasilitas harus diperhatikan oleh perusahaan jasa, sebab hal tersebut berkaitan erat dengan apa yang didapat atau dirasakan oleh pelanggan secara langsung.

Pelanggan yang merasa bahwa fasilitas yang lengkap pada sebuah usaha salon dapat memenuhi kebutuhan mereka maka akan meningkatkan loyalitas mereka.

### **Ragam Layanan**

Menurut Tjiptono (2011), definisi layanan adalah kegiatan yang dilakukan perusahaan kepada pelanggan yang telah membeli produknya. Secara sederhana layanan dapat diartikan sebagai tindakan dari pihak perusahaan kepada pelanggan dengan tujuan membantu memenuhi permintaan atau kebutuhan pelanggan, sedangkan ragam layanan secara sederhana diartikan sebagai berbagai macam atau jenis tindakan yang dilakukan pihak perusahaan kepada pelanggan untuk membantu memenuhi permintaan atau kebutuhannya. Semakin beraneka ragam layanan yang diberikan maka akan memberi lebih banyak alternatif pilihan pada pelanggan untuk menggunakan jasa salon yang mereka butuhkan. Dengan demikian, pelanggan akan lebih sering untuk berkunjung dan menggunakan jasa pada suatu usaha salon.

### **Kepuasan Pelanggan**

Menurut Kotler dan Keller (2009), kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Kotler dan Armstrong (2008) menyatakan bahwa indikator kepuasan pelanggan dapat diukur dari 1) kualitas yang dirasakan, 2) nilai atau manfaat yang dirasakan, dan 3) terpenuhinya harapan akan suatu jasa yang digunakan. Secara luas manfaat dari kepuasan pelanggan adalah menciptakan loyalitas pelanggan dengan menjaring pelanggan sebanyak mungkin untuk nantinya meningkatkan keuntungan perusahaan.

### **Pengembangan Hipotesis**

#### **Pengaruh Fasilitas Terhadap Loyalitas Pelanggan Mini's Salon**

Fasilitas adalah segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan pelanggan Kotler (2005). Fasilitas yang lengkap akan membuat pelanggan puas dan dapat meningkatkan loyalitas. Hasil penelitian dari Argamentari (2018) menunjukkan bahwa fasilitas berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Yunisa Salon Ponorogo. Berdasarkan teori dan hasil penelitian terdahulu diatas dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H<sub>1</sub> : *Diduga fasilitas berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Mini's Salon Yogyakarta.*

#### **Pengaruh Ragam Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Mini's Salon**

Tjiptono (2011), menyatakan bahwa layanan dapat diartikan sebagai tindakan dari pihak perusahaan kepada pelanggan dengan tujuan membantu memenuhi permintaan atau kebutuhan pelanggan, sedangkan ragam layanan secara sederhana diartikan sebagai berbagai macam atau jenis tindakan yang dilakukan pihak perusahaan kepada pelanggan untuk membantu memenuhi permintaan atau kebutuhannya. Penelitian dari Nurhasanah (2010) hasilnya menyatakan bahwa keragaman produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Dengan demikian dalam penelitian ini dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H<sub>2</sub> : *Diduga ragam layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Mini's Salon Yogyakarta.*

#### **Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Mini's Salon**

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya (Kotler dan Keller, 2009). Hasil penelitian dari Puung dkk (2014) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dari kepuasan pelanggan

terhadap loyalitas pelanggan di salon dan spa. Berdasarkan teori dan hasil penelitian terdahulu diatas dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

$H_3$  : *Diduga kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Mini's Salon Yogyakarta.*

### **Pengaruh Fasilitas, Ragam Layanan, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Mini's Salon**

Usaha salon yang memiliki fasilitas yang lengkap, layanan yang beraneka ragam, dan pelanggan yang puas akan membuat pelanggan menjadi loyal. Pelanggan yang loyal ini akan berulang kali datang dan menggunakan jasa salon tersebut. Bahkan pelanggan yang loyal akan dapat merekomendasikan pada orang lain untuk menggunakan jasa sebuah salon dan tidak akan mudah tergiur untuk pindah menggunakan jasa salon yang lain. Dengan demikian dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

$H_4$  : *Diduga fasilitas, ragam layanan, dan kepuasan pelanggan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Mini's Salon Yogyakarta.*

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2016), metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian ini dilaksanakan di Mini's Salon yang berlokasi di Jalan Pundung No. 96, Gumuk, Godean, Sleman, Yogyakarta pada bulan April-Mei 2021. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang telah menggunakan jasa di Mini's Salon, dengan sampel yang diambil sebanyak 80 pelanggan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah Nonprobability Sampling dengan menggunakan Purposive Sampling. Kriteria yang digunakan untuk mengambil sampel adalah pelanggan yang sudah berusia 18 tahun keatas dan minimal sudah dua kali menggunakan jasa Mini's Salon.

Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui kuesioner yang disebar dan diisi oleh responden serta observasi langsung ke lokasi penelitian. Variabel dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan Skala Likert dengan 5 alternatif jawaban yaitu Sangat Setuju (skor 5), Setuju (skor 4), Cukup Setuju (skor 3), Tidak Setuju (skor 2), dan Sangat Tidak Setuju (skor 1). Kualitas instrument penelitian kemudian diuji dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Juga dilakukan uji kualitas data penelitian dengan menggunakan uji asumsi klasik berupa uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas. Hipotesis dalam penelitian ini akan diuji dengan menggunakan analisis regresi berganda berupa uji t (uji secara parsial), uji F (uji secara simultan), uji koefisien korelasi (R) dan uji koefisien determinasi ( $R^2$ ). Pengujian secara statistik tersebut akan dilakukan dengan menggunakan bantuan software SPSS 22.

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **Statistik Deskriptif Variabel Penelitian**

Statistik deskriptif variabel penelitian menjelaskan tentang nilai minimum, maksimum dan rata-rata masing-masing variabel. Variabel loyalitas pelanggan diperoleh nilai minimum sebesar 18, nilai maksimum 30, dan rata-ratanya sebesar 25,61. Variabel fasilitas diperoleh nilai minimum sebesar 21, nilai maksimumnya 30, dan nilai rata-ratanya 26,01. Variabel ragam layanan diperoleh nilai minimum sebesar 13, nilai maksimumnya 20, dan nilai rata-ratanya 17,00. Variabel kepuasan pelanggan diperoleh nilai minimum sebesar 21, nilai maksimumnya 20, dan nilai rata-ratanya 25,51.

### Statistik Deskriptif Karakteristik Responden

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin lebih banyak perempuan yaitu 72 orang (90%) dibandingkan dengan yang laki-laki yaitu 8 orang (8%). Berdasarkan usia paling banyak berusia antara 21 tahun sampai dengan 30 tahun yaitu sebanyak 36 orang (45%). Berdasarkan pekerjaan, responden paling banyak bekerja sebagai pelajar/mahasiswa yaitu sebanyak 37 orang (46,2%). Berdasarkan frekuensi kunjungan, responden paling banyak adalah yang melakukan kunjungan sebanyak 4-5 kali yaitu ada 42 orang (52,5%). Yang terakhir, karakteristik responden berdasarkan sumber informasi, paling banyak informasi berasal dari media sosial dan internet yaitu sebanyak 41 orang (51,2%).

### Uji Kualitas Instrumen

Uji kualitas instrumen penelitian dilakukan dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa semua item pernyataan pada variabel fasilitas, ragam layanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan dinyatakan valid karena nilai  $r$ -hitung  $>$   $r$ -tabel ( $>$  0,2199) dan signifikansi kurang dari 0,05 ( $<$  0,05). Sementara hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai Cronbach Alpha variabel fasilitas, ragam layanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan masing-masing adalah 0,752; 0,654; 0,737; dan 0,812 dimana nilai-nilai tersebut lebih dari 0,60 ( $>$  0,60) sehingga dinyatakan reliabel. Berdasarkan uji validitas dan reliabilitas tersebut maka instrumen penelitian dinyatakan layak dan handal sebagai alat ukur masing-masing variable dalam penelitian ini.

### Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk menguji kualitas data apakah layak untuk dilakukan proses regresi. Uji asumsi klasik dilakukan dengan menggunakan uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas. Uji normalitas yang dilakukan dengan menggunakan uji One Sample Kolmogorov-Smirnov didapatkan nilai signifikan sebesar 0,200 dimana nilai signifikansi ini lebih besar dari 0,05 sehingga data dinyatakan berdistribusi normal. Dari uji multikolinieritas diketahui bahwa nilai VIF variabel fasilitas, ragam layanan, kepuasan pelanggan, adalah sebesar 3,007; 2,110; dan 2,500 dengan nilai tolerance 0,333; 0,474; dan 0,400. Nilai VIF masing-masing variabel tersebut kurang dari 10 sedangkan nilai tolerance lebih dari 0,1 sehingga dinyatakan tidak terjadi gejala multikolinieritas. Uji heteroskedastisitas memperlihatkan bahwa signifikansi variabel fasilitas, ragam layanan, kepuasan pelanggan, adalah sebesar 0,945; 0,133, dan 0,430. Nilai-nilai ini lebih dari standar yaitu 0,05 sehingga dinyatakan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Berdasarkan uji asumsi klasik tersebut dinyatakan bahwa data berdistribusi normal, tidak terjadi multikolinieritas, dan tidak ada gejala heteroskedastisitas sehingga data dinyatakan layak untuk dilakukan proses regresi.

### Analisis Regresi Linear Berganda

Uji regresi linear berganda bertujuan mengetahui ada tidaknya pengaruh secara parsial maupun simultan antara variabel bebas Fasilitas ( $X_1$ ), Ragam Layanan ( $X_2$ ), dan Kepuasan Pelanggan ( $X_3$ ) terhadap variabel terikat Loyalitas Pelanggan ( $Y$ ). Model analisis yang digunakan adalah model analisis regresi linear berganda dengan hasil sebagai berikut:

**Tabel 1. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.349	2.102		.642	.523
Fasilitas X1	.380	.131	.346	2.897	.005
Ragam Layanan X2	.354	.151	.234	2.338	.022
Kepuasan Pelanggan X3	.328	.116	.308	2.824	.006

Sumber : data diolah, 2021

Berdasarkan tabel 1 di atas diketahui bahwa nilai koefisien regresi variabel Fasilitas ( $X_1$ ), dan Ragam Layanan ( $X_2$ ), dan Kepuasan Pelanggan ( $X_3$ ) bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa semakin baik fasilitas, semakin beraneka ragam layanan, dan semakin puas pelanggan salon maka semakin tinggi juga tingkat loyalitas pelanggan terhadap Mini's Salon. Dari tabel 1 dapat dibuat persamaan regresi sebagai berikut :  $Y = 1,349 + 0,380X_1 + 0,354X_2 + 0,328X_3$ . Dari persamaan tersebut dapat diartikan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta (a) sebesar 1,349 dengan parameter positif menunjukkan apabila nilai variabel fasilitas, ragam layanan, dan kepuasan pelanggan = 0, maka nilai loyalitas pelanggan sebesar 1,349.
2. Nilai koefisien fasilitas ( $b_1$ ) sebesar 0,380 dengan parameter positif, hal ini berarti bahwa setiap terjadi kenaikan fasilitas sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan loyalitas pelanggan sebesar 0,380 satuan, dengan asumsi variabel ragam layanan dan kepuasan pelanggan konstan.
3. Nilai koefisien ragam layanan ( $b_2$ ) sebesar 0,354 dengan parameter positif, hal ini berarti bahwa setiap terjadi kenaikan ragam layanan sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan loyalitas pelanggan sebesar 0,354 satuan, dengan asumsi variabel fasilitas dan kepuasan pelanggan konstan.
4. Nilai koefisien kepuasan pelanggan ( $b_3$ ) sebesar 0,328 dengan parameter positif, hal ini berarti bahwa setiap terjadi kenaikan kepuasan pelanggan sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan loyalitas pelanggan sebesar 0,328 satuan, dengan asumsi variabel fasilitas dan ragam layanan konstan.

### Uji Hipotesis

Pengaruh dari variabel bebas (fasilitas, ragam layanan, dan kepuasan pelanggan) secara parsial terhadap variabel terikat (loyalitas pelanggan) akan diukur dengan menggunakan uji t. Dengan demikian uji t akan dilakukan untuk menguji hipotesis pertama ( $H_1$ ), hipotesis kedua ( $H_2$ ), dan hipotesis ketiga ( $H_3$ ). Sementara itu untuk menguji pengaruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat dilakukan dengan menggunakan uji F. Dengan demikian uji F ini dilakukan untuk menguji hipotesis keempat ( $H_4$ ). Berikut ini merupakan uji hipotesis secara parsial dan simultan :

#### 1. Uji Hipotesis Pertama ( $H_1$ )

Hipotesis pertama dalam penelitian ini berbunyi "Diduga fasilitas berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Mini's Salon Yogyakarta". Berdasarkan tabel 1 diatas, hasil uji t untuk variabel fasilitas diketahui bahwa nilai t hitung sebesar 2,897 lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1,991 dengan nilai signifikansi 0,005, dimana nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama ( $H_1$ ) diterima. Hal ini berarti variabel fasilitas berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Mini's Salon Yogyakarta.

#### 2. Uji Hipotesis Kedua ( $H_2$ )

Hipotesis kedua dalam penelitian ini berbunyi "Diduga ragam layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Mini's Salon Yogyakarta". Berdasarkan tabel 1 diatas, hasil uji t untuk variabel ragam layanan diketahui bahwa nilai t hitung sebesar 2,338 lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1,991 dengan nilai signifikansi 0,022, dimana nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua ( $H_2$ ) diterima. Hal ini berarti variabel ragam layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Mini's Salon Yogyakarta.

#### 3. Uji Hipotesis Ketiga ( $H_3$ )

Hipotesis ketiga dalam penelitian ini berbunyi "Diduga kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Mini's Salon Yogyakarta". Berdasarkan tabel 1 diatas, hasil uji t untuk variabel kepuasan pelanggan diketahui bahwa nilai t hitung sebesar 2,824 lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1,991 dengan nilai signifikansi 0,006, dimana nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga ( $H_3$ ) diterima. Hal ini

berarti variabel kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Mini's Salon Yogyakarta.

#### 4. Uji Hipotesis Keempat ( $H_4$ )

Hipotesis keempat dalam penelitian ini berbunyi "Diduga fasilitas, ragam layanan, dan kepuasan pelanggan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Mini's Salon Yogyakarta". Hipotesis keempat ini diuji dengan uji F yang hasilnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 2. Hasil Uji F**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	405.722	3	135.241	44.831	.000 <sup>b</sup>
Residual	229.266	76	3.017		
Total	634.988	79			

Sumber: data diolah, 2021

Berdasarkan tabel 2 diatas, hasil uji F menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 44,831 lebih besar dari nilai F tabel sebesar 2,72 dengan nilai signifikansi 0,000, dimana nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis keempat ( $H_4$ ) diterima. Hal ini berarti variabel fasilitas, ragam layanan, dan kepuasan pelanggan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Mini's Salon Yogyakarta.

#### Uji Koefisien Korelasi (R)

Koefisien korelasi digunakan untuk melihat hubungan antara variabel bebas (fasilitas, ragam layanan, dan kepuasan pelanggan) dengan variabel terikat (loyalitas pelanggan). Hasil uji koefisien korelasi dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 3. Hasil Uji Koefisien Korelasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.799 <sup>a</sup>	.639	.625	1.737

Sumber: data diolah, 2021

Berdasarkan tabel 3 diatas dapat diketahui bahwa nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,799 menunjukkan adanya hubungan yang kuat positif antara variabel independen dengan variabel dependen, yang berarti jika fasilitas ( $X_1$ ), ragam layanan ( $X_2$ ) dan kepuasan pelanggan ( $X_3$ ) mengalami peningkatan (bertambah) maka loyalitas pelanggan (Y) juga akan mengalami peningkatan (bertambah), demikian sebaliknya, jika fasilitas ( $X_1$ ), ragam layanan ( $X_2$ ) dan kepuasan pelanggan ( $X_3$ ) mengalami penurunan (berkurang) maka loyalitas pelanggan (Y) juga akan mengalami penurunan (berkurang).

#### Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui besarnya pengaruh dari variabel bebas (fasilitas, ragam layanan, dan kepuasan pelanggan) terhadap variabel terikat (loyalitas pelanggan). Berdasarkan tabel 3 diatas diketahui bahwa nilai Adjusted R Square sebesar 0,625 atau 62,5 %. Nilai ini menunjukkan bahwa sebesar 62,5% loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh fasilitas, ragam layanan, dan kepuasan pelanggan, sedangkan sisanya sebesar 37,5% dipengaruhi oleh faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

#### Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh fasilitas, ragam layanan, dan kepuasan pelanggan secara parsial maupun simultan terhadap loyalitas pelanggan Mini's Salon Yogyakarta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengujian pengaruh fasilitas terhadap loyalitas pelanggan, diperoleh nilai t hitung sebesar 2,897 lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1,991 dengan nilai signifikansi sebesar 0,005 dimana nilai tersebut  $< 0,05$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel Fasilitas ( $X_1$ ) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) Mini's

Salon Yogyakarta. Fasilitas merupakan penyediaan berbagai perlengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada para pelanggan dalam melaksanakan kegiatan atau aktivitas, sehingga kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi selama berada di salon. Mini's Salon Yogyakarta memiliki desain interior yang menarik, akses wifi yang cepat, peralatan yang lengkap, parkir yang luas serta ruang tunggu berAC yang nyaman sehingga mampu mendukung aktifitas pelayanan. Apabila Mini's Salon Yogyakarta mampu mempertahankan dan meningkatkan penyediaan fasilitas yang diinginkan serta dibutuhkan pelanggan, maka tentunya dapat berdampak pada loyalitas dan peningkatan jumlah kunjungan pelanggan. Penelitian ini relevan dengan penelitian Argamentari (2018), yang hasil penelitiannya menyatakan bahwa fasilitas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Yunisia Salon Ponorogo.

Pengujian pengaruh ragam layanan terhadap loyalitas pelanggan dengan menggunakan uji t diperoleh nilai t hitung sebesar 2,338 lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1,991 dengan nilai signifikansi sebesar 0,022 dimana nilai tersebut  $< 0,05$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel Ragam Layanan ( $X_2$ ) memiliki pengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) Mini's Salon Yogyakarta. Layanan diartikan sebagai berbagai macam atau jenis tindakan yang dilakukan pihak perusahaan kepada pelanggan untuk membantu memenuhi permintaan atau kebutuhannya. Mini's Salon Yogyakarta menyediakan berbagai pilihan layanan (ragam layanan) seperti *facial*, *creambath*, spa, cat rambut, catok, *smoothing*, *rebonding*, dan potong rambut. Ragam layanan tersebut merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan untuk terus menggunakan jasa Mini's Salon Yogyakarta. Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian dari Nurhasanah (2010) yang hasilnya menyatakan bahwa keragaman produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan yang diukur dengan menggunakan uji t menghasilkan nilai t hitung sebesar 2,824 lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1,991 dengan nilai signifikansi sebesar 0,006 dimana nilai tersebut  $< 0,05$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel Kepuasan Pelanggan ( $X_3$ ) memiliki pengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) Mini's Salon Yogyakarta. Menurut Kotler dan Keller (2009) kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Dari hasil pertanyaan pada kuesioner, mayoritas pelanggan Mini's Salon Yogyakarta merasa puas dengan apa yang diberikan, mulai dari kualitas jasa yang baik, biaya yang sesuai dengan apa yang diperoleh, fasilitas yang ada, ragam layanan, dan kinerja karyawan dalam aktivitas pemberian layanan. Kepuasan pelanggan ini pada akhirnya akan membuat pelanggan loyal pada Mini's Salon Yogyakarta. Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian Puung dkk. (2014), yang hasil penelitiannya menyatakan bahwa ada pengaruh positif dari kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di salon dan spa.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa variabel fasilitas, ragam layanan, dan kepuasan pelanggan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Mini's Salon Yogyakarta. Hal ini dibuktikan dari nilai F hitung sebesar 44,831 lebih besar dari F tabel sebesar 2,72 dengan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko atau pemasok berdasarkan sifat yang sangat positif dalam pembelian jangka panjang (Tjiptono, 2011). Apabila mampu menyediakan fasilitas yang lengkap, ragam layanan yang sesuai kebutuhan, dan mewujudkan kepuasan pada pelanggan maka pelanggan akan semakin loyal kepada Mini's Salon Yogyakarta. Besarnya pengaruh dari fasilitas, ragam layanan, dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan berdasarkan uji koefisien determinasi adalah sebesar 62,5%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel fasilitas, ragam layanan, dan kepuasan pelanggan secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Mini's Salon Yogyakarta. Besarnya pengaruh dari fasilitas, ragam layanan, dan kepuasan



pelanggan terhadap loyalitas pelanggan adalah 62,5%, sedangkan sisanya sebesar 37,5% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### Saran

Saran dalam penelitian ini adalah sebaiknya Mini's Salon Yogyakarta menjaga dan meningkatkan fasilitas, ragam layanan, dan kepuasan pelanggan karena ketiganya berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Saran berikutnya, untuk peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti variabel lain yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan karena berdasarkan penelitian masih ada 37,5% variabel lain yang berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

### DAFTAR PUSTAKA

- Argumentari, Putri. 2014. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Yunisa Salon Ponorogo*. Skripsi. Ponorogo : Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, Philip & Gery Armstrong. 2008. (Alih Bahasa Bob Sabran). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2009. (Alih Bahasa Benyamin Molan). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta : Indeks.
- Nurhasanah. 2010. "Analisis Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Hero Supermarket (Studi Kasus: Pelanggan PT. Hero Supermarket Tarogong Cilandak, Jak-Sel)". Skripsi. Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Puung, Florensia Kurnia, Achmad Fudholi, dan Basu Swastha Dharmmesta. 2014. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Pada Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Di Salon Dan Spa". *Jurnal Manajemen Dan Pelayanan Farmasi (Journal Of Management And Pharmacy Practice)*. Vol 4. No 2. Juni 2014. Yogyakarta : Fakultas Farmasi UGM.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Supriyanto, Yuda. 2012. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pasien Rawat Jalan di Rumah Sakit Kariadi Semarang". Skripsi. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Pemasaran Jasa*. IKAPI Jatim: Banyumedia Publishing.