

KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA TRI JAY'S SALON DAN SPA DI SINGARAJA

G. Widyastana J.¹, N.N. Yulianthini²

^{1,2}Jurusan Manajemen, Universitas Pendidikan Ganesha, Singaraja
e-mail: gdwidyastanajaya@gmail.com, ninymyulianthini@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) menguji pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Tri Jay's Salon dan Spa, (2) menguji pengaruh dari fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada Tri Jay's Salon dan Spa, dan (3) menguji pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada Tri Jay's Salon dan Spa. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, dengan menggunakan purposive sampling 76 responden digunakan sebagai sampel penelitian ini. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan data yang telah terkumpul dianalisis dengan menggunakan uji regresi berganda. Hasil penelitian pada taraf 5% menunjukkan bahwa: (1) Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Tri Jay's Salon dan Spa Singaraja. Hal ini ditunjukkan dari nilai koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,786; (2) Terdapat pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada Tri Jay's Salon dan Spa Singaraja Singaraja. Hal ini ditunjukkan dari nilai koefisien regresi yang mempunyai nilai positif sebesar 0,561; (3) Kepuasan pelanggan secara simultan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan fasilitas pada nilai koefisien determinasi 94,1%, sementara sisanya sebesar 5,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: fasilitas, kepuasan pelanggan kualitas pelayanan,

Abstract

This research aimed to: (1) examine the effect of service quality on customer satisfaction at Tri Jay's Salon and Spa, (2) examine the effect of facilities on customer satisfaction at Tri Jay's Salon and Spa, and (3) examine the effect of service quality and facilities on customer satisfaction at Tri Jay's Salon and Spa. This research was a quantitative study. By using purposive sampling, 76 respondents were used as the sample of this study. The data collection technique used a questionnaire and the collected data was analyzed using multiple regression tests. The results of this study at the 5% level indicated that: (1) There was an effect of service quality on customer satisfaction at Tri Jay's Salon and Spa Singaraja. It was indicated by the value of the regression coefficient which had a positive value of 0.786; (2) There was an effect of facilities on customer satisfaction at Tri Jay's Salon and Singaraja. This was indicated by the value of the regression coefficient which had a positive value of 0.561; (3) Customer satisfaction was simultaneously influenced by the quality of services and facilities at the coefficient of determination of 94.1%, while the remaining 5.9% was affected by other factors which was not examined in this study.

Keywords: , facility, customer satisfaction service quality

1. Pendahuluan

Persaingan dunia usaha, terutama di Indonesia terasa sangat ketat karena setiap usaha senantiasa berusaha meningkatkan pangsa pasar, mendapatkan pelanggan baru, bahkan berusaha menguasai pangsa pasar. Sebuah perusahaan semestinya mampu menentukan strategi pemasaran agar dapat bertahan dalam persaingan usaha kerja. Dilihat dari banyaknya pesaing dalam dunia usaha, tentunya akan memunculkan semakin banyak pilihan bagi pelanggan untuk memilih produk yang sesuai dengan keinginannya. Untuk itulah, sebuah perusahaan berusaha untuk membaca peluang dalam memasarkan produk yang dimiliki dengan lebih inovatif dan atraktif melalui ide-ide dalam memenuhi kebutuhan masyarakat dan tentunya dengan memerhatikan peluang bisnis yang dimiliki. Seperti yang diungkapkan oleh Kotler & Armstrong (2008), dalam proses pembelian barang atau jasa, terdapat lima tahap yang dilalui pelanggan, yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku purnabeli.

Tri Jay's Salon dan Spa, merupakan salah satu Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang

berada di Kota Singaraja bergerak di bidang jasa pelayanan perawatan kecantikan dan bidang rias pengantin dan pra-nikah. Sebagaimana diungkapkan oleh Kotler dan Amstron (2001) bahwa jasa merupakan segala aktivitas atau manfaat yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya bersifat *intangiable* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan akan sesuatu barang atau produk. Namun, produk jasa bisa berhubungan dengan produk fisik maupun tidak. Sehingga, dapat disampaikan bahwa, jasa adalah suatu tindakan atau perbuatan yang bersifat *intangiable* yang ditawarkan untuk kepada pihak lain dalam rangka mendapatkan suatu keuntungan.

Seiring dengan berkembangnya usaha industri di Kota Singaraja, persaingan semakin meningkat. Apalagi pada tahun 2020 ini, dunia dikejutkan dengan Pandemi Corona Virus Disease 2019, yang mengubah tatanan kehidupan manusia, termasuk juga bidang ekonomi. Saat ini, Tri Jay's Salon dan Spa masih bertahan untuk memberikan pelayanan kepada pelanggan. Bahkan dalam 6 bulan terakhir terjadi beberapa perubahan signifikan terhadap penghasilan dari usaha ini. Dilihat dari masa Pandemi ini, Tri Jay's Salon dan Spa masih menjadi pilihan bagi pelanggan yang ingin melakukan perawatan.

Namun, dalam melakukan suatu bisnis, tingkat kepuasan pelanggan tidak hanya diperoleh oleh bagaimana pengalaman pelanggan terhadap kualitas produk yang digunakan, terutama bagi bisnis yang bergerak di bidang pelayanan atau jasa. Tentu ada banyak faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan, dimana salah satunya adalah fasilitas dan kegiatan pemasaran yang menjadi sangat penting bagi usaha penyedia jasa atau pelayanan. Berdasarkan observasi awal yang dilakukan kepada 10 (sepuluh) orang pelanggan Tri Jay's Salon dan Spa diperoleh hasil bahwa dalam menggunakan jasa terdapat beberapa hal yang mempengaruhi penggunaan jasa Tri Jay's Salon dan Spa, seperti kualitas pelayanan dan fasilitas yang disediakan.

Kotler & Amstron (2008) mengungkapkan bahwa kualitas produk adalah karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan. Selain itu, kualitas produk mencerminkan kemampuan produk untuk menjalankan tugasnya yang mencakup daya tahan, kehandalan atau kemajuan, kekuatan, kemudahan dalam pengemasan dan reparasi produk (Kotler & Amstron, 2008). Hal ini juga didukung oleh Parasuraman (2002:100) yang menyatakan bahwa kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan yang maksimal dari perusahaan akan menciptakan nilai yang dirasa baik oleh pelanggan. Perusahaan tidak bisa hanya mengandalkan fasilitas dan teknologi yang tersedia, melainkan bagaimana menciptakan kualitas pelayanan yang optimal (Samarwan, 2011). Seorang pelanggan, tentunya akan merasa lebih puas apabila hasil evaluasi mereka terhadap produk menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Dengan perasaan puas inilah, pelanggan akan mempertimbangkan untuk tetap bertahan dalam menggunakan produk atau jasa yang telah dibelinya.

Bisnis jasa salon dan spa merupakan salah satu bentuk usaha bidang jasa yang mengedepankan kualitas pelayanan bagi para pelanggannya dan juga harus menyediakan berbagai fasilitas yang tentunya dapat memberikan rasa nyaman bagi pelanggan, untuk meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan. Sriyadi (2011: 15) mengungkapkan bahwa fasilitas adalah kelengkapan bangunan yang berkaitan dengan pengendalian yang lebih baik dan efisien yang diperoleh dari keamanan dan kenyamanan. Hal ini menyangkut dari bangunan Salon dan Spa tempat menjalankan bisnis, dan termasuk segala peralatan yang digunakan dalam memberikan pelayanan jasa.

Sedangkan menurut Moenir (2001: 119) menyatakan bahwa "fasilitas adalah segala jenis peralatan, perlengkapan kerja dan pelayanan yang berfungsi sebagai alat utama/pembantu dalam melaksanakan pekerjaan, dan juga sosial dalam rangka kepentingan orang-orang yang sedang berhubungan dengan organisasi kerja itu atau segala sesuatu yang digunakan, dipakai, ditempati, dan dinikmati oleh orang pengguna." Hal ini didukung oleh pendapat yang dikemukakan oleh Sulastiyono (2006) yang menyampaikan bahwa fasilitas adalah penyediaan perlengkapan-perengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada para pelanggan dalam melaksanakan aktivitas-aktivitasnya atau kegiatan-

kegiatannya, sehingga kebutuhan - kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi selama menggunakan produk atau kualitas yang ditawarkan.

Fasilitas yang dapat dilihat langsung oleh pelanggan berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan, teknologi, dan berbagai materi yang baik, menarik dan terawat. Desain dan lay out gedung bank syariah yang modern dan tertata rapi mampu memberikan atau menampakkan kualitas jasa yang dapat mempengaruhi pelanggan (Al-Arif, 2012). Dalam hal ini, fasilitas merupakan sarana prasarana yang penting dalam usaha meningkatkan kepuasan seperti memberi kemudahan dan kenyamanan bagi pengguna jasa. Sehingga, saat fasilitas yang disediakan telah sesuai dengan kebutuhan, maka pelanggan akan merasakan kepuasan. Perusahaan yang memberikan suasana menyenangkan dengan desain fasilitas yang menarik akan mempengaruhi pelanggan dalam melakukan transaksi (Saenawati, 2017).

Kepuasan pelanggan menjadi perhatian utama oleh hampir semua pihak, baik pemerintah, pelaku bisnis, produsen dan sebagainya. Hal ini disebabkan semakin baiknya pemahaman mereka atas konsep kepuasan pelanggan sebagai strategi untuk memenangkan persaingan di dunia bisnis. Willie dalam Tjiptono (2014) mendefinisikan bahwa kepuasan pelanggan sebagai suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa. Sebagai tanggapan pengalaman yang dirasakan oleh pelanggan setelah mengkonsumsi suatu produk atau jasa.

Disamping itu, kepuasan dapat diartikan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil produk dengan harapan-harapannya (Sumarni, 2002). Seorang pelanggan yang puas adalah pelanggan yang merasa mendapatkan *value* dari pemasok, produsen ataupun penyedia jasa. *Value* ini bisa berasal dari produk, pelayanan. Kepuasan pelanggan dapat dikatakan sebagai persepsi pelanggan bahwa harapannya terhadap produk atau jasa telah terpenuhi atau terlampaui. Oleh karena itu, baik pelanggan maupun produsen akan sama-sama diuntungkan apabila kepuasan terjadi (Irawan, 2002).

Disini dapat dikatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan anggapan pelanggan bahwa dengan menggunakan suatu produk perusahaan tertentu dan harapannya telah terpenuhi. Bila kinerja produk lebih rendah daripada harapan pelanggan, maka pelanggan tidak puas, bila prestasi sesuai atau melebihi harapan pelanggan, maka pelanggan merasa puas. Hal yang sama diungkapkan oleh Lovelock (2011: 74) yang menyatakan bahwa kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan sehingga diperlukan penelitian yang bertujuan dalam membuktikan apakah ada atau tidak harapan sebelumnya yang menjadi bagian terpenting dalam menentukan kepuasan. Seperti definisi kepuasan pelanggan menurut Mowen dan Minor (1998) seperti yang dikutip oleh Sumarwan (2007) adalah "*Consumer satisfaction is defined as the overall attitude consumers have toward a good or a service after they have acquired and use it. It is a postchoice evaluative judgement resulting from a specific purchase selection and the experience of using/consuming it*".

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Dharmawan dan Tratia (2018) yang menemukan bahwa variabel kualitas pelayanan dan fasilitas mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Dalam penelitian yang dilakukan terhadap Pelanggan Hotel Pelangi ini ditemukan bahwa pengaruh variabel kualitas dan fasilitas adalah 43%. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Putra dan Yosi (2018) yang melakukan penelitian dengan variabel yang sama di Hotel Atria Malang yang menemukan bahwa variabel kualitas pelayanan dan fasilitas mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Hotel Pelangi Malang yang mencapai 46%.

Akan tetapi, dalam penelitian yang ditulis oleh Maimunah (2019) terkait pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga, cita rasa terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan "Mie Liho Mie Koro" di Kecamatan Driyorejo Gresik, ditemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan. Ini berarti masih terdapat ketidakkonsistenan dari hasil penelitian yang dilakukan. Oleh sebab itu, peneliti ingin kembali menguji pengaruh ketiga variabel tersebut.

Dari latar belakang yang telah disampaikan diatas, dimana usaha Tri Jay's Salon dan Spa masih menjadi pilihan oleh beberapa pelanggan karena kualitas pelayanan dan fasilitas

yang dirasa memuaskan bagi pelanggan. Sehingga, dalam penelitian ini ingin diketahui apakah kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Tri Jay's Salon dan Spa di Kota Singaraja. Yang nantinya pengembangan Tri Jay's Salon dan Spa dapat dilakukan untuk memperoleh kepuasan pelanggan yang maksimal. Dalam penelitian ini hipotesis penelitian yang ingin dibuktikan kebenarannya adalah sebagai berikut:

- H1 : Ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Tri Jay's Salon dan Spa Singaraja.
- H2 : Ada pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada Tri Jay's Salon dan Spa Singaraja Singaraja.
- H3 : Ada pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada Tri Jay's Salon dan Spa Singaraja.

2. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah desain penelitian kausal. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada Tri Jay's Salon dan Spa di Singaraja. Dalam penelitian ini terdapat 3 variabel yang diteliti, yaitu kualitas pelayanan (X_1), fasilitas (X_2), sebagai variabel bebas dan kepuasan pelanggan sebagai variabel terikat. Dalam pelaksanaan, penelitian ini menggunakan desain kuantitatif kausal dengan menggunakan metode analisis regresi linier berganda.

Dengan melibatkan 76 pelanggan Tri Jay's Salon dan Spa sebagai responden dan sampel melalui *purposive sampling*, penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk: (1) menguji pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Tri Jay's Salon dan Spa, (2) menguji pengaruh dari fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada Tri Jay's Salon dan Spa, dan (3) menguji pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada Tri Jay's Salon dan Spa.

Pengumpulan data dilakukan dengan metode kuesioner dan pencatatan dokumen. Sampel ini akan dihubungi melalui media sosial yang dimiliki kemudian diberikan kuesioner. Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer. Karena data yang diperoleh menggunakan kuesioner maka data ini merupakan data primer karena didapat langsung dari sampel yang dipilih. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda, sehingga untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji F (uji pengaruh simultan) dan uji t (uji pengaruh parsial).

3. Hasil dan Pembahasan

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang didapatkan melalui pengisian kuesioner oleh 76 sampel sebagai pelanggan Tri Jay's Salon dan Spa. Dalam penelitian ini, analisis yang dilakukan meliputi analisis deskriptif, analisis regresi dan pengujian hipotesis. Analisis ini digunakan sesuai dengan perumusan model dan permasalahan yang akan diuji. Selain itu, akan dipaparkan gambaran umum objek penelitian, deskripsi data, hasil analisis dan implikasi penelitian.

Tri Jay's Salon dan Spa berdiri pada tahun 2015 yang berlokasi di Jalan Laksamana Gang Dharma II No 07, Baktiseraga-Singaraja. Tri Jay's Salon dan Spa merupakan salah satu industri yang masih tetap eksis untuk bersaing dalam bidang jasa pelayanan perawatan kecantikan, spa, dan rias pra-nikah dan pengantin. Responden penelitian ini adalah laki-laki sebanyak 16 orang atau 23,68% dan perempuan sebanyak 58 orang atau 76,32%. Dengan usia responden < 20 tahun berjumlah 16 atau sebesar 21,05%, responden yang berusia 21 – 30 tahun berjumlah 27 atau sebesar 35,53%, dan responden yang berusia 31 - 40 tahun berjumlah 18 atau 23,68%, responden berusia 41 – 50 tahun berjumlah 12 atau 15,79% dan diatas 50 tahun sejumlah 3 orang atau 3,95%.

Melalui hasil uji normalitas dengan difasilitasi SPSS diperoleh bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0.200. Sesuai dengan ketentuan uji *One Sample Kolmogorov Smirnov*, dimana *Sig. > 0,05*, maka hal ini menunjukkan bahwa sebaran data berdistribusi normal atau memenuhi asumsi normalitas. Melalui hasil uji multikolinieritas diketahui bahwa nilai VIF adalah lebih kecil dari 10, yaitu 8,281. Dan nilai tolerance adalah 0,121 yang berarti lebih

besar dari 0,10. Dari hasil ini dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikomonieritas antar variabel bebas dalam model regresi. Hal ini menunjukkan tidak adanya hubungan linear antara variabel *independent* yang dipengaruhi dengan variabel *dependent*. Melalui hasil uji heteroskedastisitas didapatkan bahwa nilai Sig. adalah lebih besar dari 0,05, yaitu 0,429 untuk variabel Kualitas Pelayanan dan 0,209 untuk variabel fasilitas. Dari hasil ini dapat disimpulkan bahwa tidak ada heteroskedastisitas pada variabel *independent*.

Dalam penelitian ini digunakan uji hipotesis dengan model analisis regresi linier berganda yang difasilitasi dengan aplikasi Statistical Package for Social Sciences (SPSS) for Windows versi 22.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Tri Jay's Salon dan Spa Singaraja. Hasil yang diperoleh menunjukkan koefisien determinasi $P_{yX_1} = 0.786$. Dalam hubungan antara fasilitas dan kepuasan pelanggan ditemukan bahwa terdapat pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada Tri Jay's Salon dan Spa Singaraja Singaraja. Hasil yang diperoleh menunjukkan koefisien determinasi $P_{yX_2} = 0.561$. Sementara itu, hasil yang diperoleh pada koefisien determinasi $R_{yX_1X_2} = 0.970$, menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan (X_1) dan fasilitas (X_2), sebagai variabel bebas terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Tabel 1 Hasil Uji Regresi Berganda

Variabel	Koefisien Regresi	t Hitung	Sig	Kesimpulan
a (Konstata)	-15,761			
Kualitas Pelayanan	0,786	7,897	0,000	Signifikan
Fasilitas	0,561	4,119	0,000	Signifikan
R	= 970			
R Square	= 0,941			
Adjusted R Square	= 0,939			
F Hitung	= 581,070			
ϵ	= 0,059			

Sumber: Data Primer, 2021

Melalui persamaan regresi diatas, dapat diinterpretasikan beberapa hal, yaitu: pertama Konstanta (negative) -15,761 menunjukkan jika variabel kualitas pelayanan (X_1) dan variabel fasilitas(X_2) bernilai konstan (nol), maka variabel kepuasan pelanggan (Y) memiliki nilai -15,761, atau tidak ada kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan. Kedua, Kualitas pelayanan (X_1) mempunyai koefisiensi regresi (β_1) sebesar 0,786. Nilai positif menandakan bahwa kualitas pelayanan (X_1) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Y). Ini menunjukkan bahwa setiap penambahan satu satuan kualitas pelayanan (X_1) dapat meningkatkan kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,786 dengan sebuah asumsi bahwa variabel *independent* lainnya tetap atau konstan. Keempat, Fasilitas (X_2) mempunyai koefisiensi regresi (β_2) sebesar 0,561. Nilai positif menandakan bahwa fasilitas(X_2) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Y). Ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan fasilitas(X_2) dapat meningkatkan kepuasan pelanggan (Y) sejumlah 0,561 dengan sebuah asumsi bahwa variabel *independent* lainnya tetap atau konstan. Kelima, Nilai koefisien determinasi adalah sampai dengan 1. Nilai R^2 sebesar 0,941 (94,1%) menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi secara simultan oleh kualitas pelayanan dan fasilitas, sementara 5,9%, atau setara dengan 0,059 dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hal ini berarti variabel-variabel bebas yakni, kualitas pelayanan dan fasilitas memberikan pengaruh untuk memprediksi variasi variabel terikat, yaitu kepuasan pelanggan.

Kualitas pelayanan yang ditawarkan oleh Tri Jay's Salon dan Spa terdiri dari berbagai aspek yang kualitasnya tidak diragukan lagi. Dimulai dari bahan yang digunakan dalam memberikan perawatan kecantikan, keahlian dan keterampilan yang dimiliki oleh pegawai, pengetahuan pegawai, tata cara pelayanan, ketepatan waktu pelayanan hingga berbagai

aspek pelayanan yang diberikan oleh Tri Jay's Salon dan Spa baik itu bidang perawatan kecantikan dan rias pengantin disiapkan untuk memberikan hasil maksimal kepada pelanggan

Tuntutan terhadap kualitas pelayanan yang baik sudah menjadi keharusan yang dipenuhi oleh usaha yang menawarkan bidang jasa karena melalui kualitas pelayanan yang baik, maka kepuasan pelanggan bisa diwujudkan dengan memahami keinginan pelanggan dan memberi perhatian terhadap pelanggan melalui kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampainnya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Hal ini juga sesuai dengan pernyataan dari Samarwan (2011) yang mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan yang maksimal dari perusahaan akan menciptakan nilai yang dirasa baik oleh pelanggan. Perusahaan tidak bisa hanya mengandalkan fasilitas dan teknologi yang tersedia, melainkan bagaimana menciptakan kualitas pelayanan yang optimal. Oleh karenanya, dengan menciptakan kualitas pelayanan yang baik dalam bidang jasa, sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Fasilitas yang disediakan untuk menunjang jasa perawatan kecantikan dan rias pengantin juga memiliki standar tersendiri. Mulai ruangan yang ditata secara estetik, menjaga keprivasian pelanggan, kondisi ruang perawatan, area parkir, lingkungan hingga situasi yang sepi dan tenang memberikan nuansa tersendiri bagi pelanggan untuk mendapatkan perawatan kecantikan di Tri Jay's Salon dan Spa. Hal ini sesuai dengan pernyataan Kotler dan Keller (2009), bahwa fasilitas merupakan segala sesuatu yang sengaja disediakan oleh penyedia jasa untuk dipakai serta dinikmati oleh pelanggan yang bertujuan memberikan kepuasan yang maksimal. Fasilitas adalah sesuatu yang berperan sangat penting dalam usaha jasa, oleh karena itu, fasilitas meliputi kondisi fasilitas itu sendiri, kelengkapan desain interior dan eksterior serta kebersihan fasilitas yang harus dipertimbangkan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan pelanggan secara langsung.

Dalam penelitian ini telah ditemukan bahwa kualitas pelayanan memberikan pengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan. Begitu pula dengan fasilitas yang disediakan dalam menunjang usaha jasa perawatan kecantikan Tri Jay's Salon dan Spa. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan baik itu melalui keterampilan, perilaku atau sikap karyawan, fleksibilitas dan kenyamanan, kepercayaan, cakupan layanan, hingga reputasi dan kredibilitas tentunya akan meningkatkan kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa yang disediakan oleh Tri Jay's Salon dan Spa. Ini menandakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Sementara itu, melalui hasil analisis pernyataan dalam kuesioner, ditemukan hasil yang perlu untuk ditingkatkan, yaitu pegawai Tri Jay's Salon dan Spa memberikan pilihan dan paket sesuai kebutuhan pelanggan. Hal ini menandakan bahwa perlu adanya pilihan paket jasa yang lebih bervariasi untuk ditawarkan kepada pelanggan, baik itu dalam jasa perawatan kecantikan, paket rias wisuda ataupun paket pra nikah dan rias pengantin.

Kemudian, fasilitas yang disediakan oleh perusahaan atau usaha, melalui penelitian ini ditemukan bahwa, fasilitas berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan Tri Jay's Salon dan Spa. Hal ini menandakan bahwa, semakin baik dan lengkap fasilitas yang disiapkan oleh Tri Jay's Salon dan Spa, baik itu dari fasilitas perawatan, ruangan, tempat parkir, kondisi eksisting, bahkan lingkungan sekitar, akan memberikan kepuasan yang baik pula terhadap pelanggan. Melalui pernyataan kuesioner yang telah diberikan kepada responden ditemukan bahwa ada 2 hal yang perlu untuk ditingkatkan pada fasilitas Tri Jay's Salon dan Spa, yaitu: ketersediaan fasilitas Electronic Debit Card dan fasilitas *smoking area*. Seperti yang diketahui, dengan perkembangan jaman, pembayaran kini dapat dilakukan dengan e-money ataupun debit card, sehingga ini perlu dipertimbangkan untuk disiapkan termasuk area merokok bagi pelanggan atau pengantar, sebagai fasilitas tambahan untuk pelanggan. Penelitian ini hanya menekankan pada dua variabel *independent*, yaitu kualitas pelayanan dan fasilitas dalam memenuhi kepuasan pelanggan. Sehingga perlu adanya penelitian terhadap faktor lain yang mungkin mempengaruhi kepuasan pelanggan.

4. Simpulan dan Saran

Penelitian ini dilakukan di Tri Jay's Salon dan Spa, salah satu usaha yang bergerak di bidang jasa perawatan kecantikan dan rias pengantin di Kota Singaraja. Dilatarbelakangi oleh semakin banyaknya muncul bisnis Make Up Artist (MUA), Salon dan Spa di area Kota Singaraja sehingga terjadi persaingan yang kompetitif dan terdapat beberapa hal yang cukup berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Salon dan Spa. Sementara itu, adanya perbedaan hasil penelitian terdahulu terkait pengaruh kualitas dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan menyebabkan dilaksanakan penelitian ini

Berdasarkan hasil pengujian statistik dan hipotesis dapat disimpulkan bahwa 1) Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Tri Jay's Salon dan Spa. 2) Fasilitas yang disediakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Tri Jay's Salon dan Spa. Dan 3) Kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Tri Jay's Salon dan Spa. Melalui penelitian ini dapat disarankan untuk memperhatikan dan meningkatkan kualitas pelayanan dan fasilitas yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan atas produk ataupun jasa yang ditawarkan. Apabila kualitas pelayanan dan fasilitas dapat terpenuhi, maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Untuk itu kepada para pelaku bisnis untuk mempertimbangkan kualitas pelayanan dan fasilitas dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan dalam menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan. Sedangkan, untuk peneliti lain yang tertarik mengkaji variabel atau faktor serupa, yaitu kualitas pelayanan, fasilitas dan kepuasan pelanggan diharapkan untuk mengembangkan penelitian ini, baik dari segi populasi, sampel, obyek dan indikator pendukung kualitas dan fasilitas dengan tujuan memperkaya hasil penelitian serta diharapkan menguji faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Karena keterbatasan tempat, waktu serta obyek penelitian, sehingga diharapkan peneliti lain dapat mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan tempat, waktu, variabel dan obyek penelitian yang lebih luas.

Daftar Pustaka

- Al-Arif, Nur Rianto . 2012. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Arif, Muhtosim. 2006. *Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan*. Malang: Bayu Media Publishing
- Desiyanti, Ni Luh, dkk. 2018. Effect of Service Quality on Customer Satisfaction, Customer Delight and Customer Loyalty (Study on LPD Desa Adat Sembung and LPD Desa Adat Seseh). *International Journal of Contemporary Research and Review*. ISSN 0976 – 4852.
- Dharmawan, Reza H. dan Tatiana Kristianingsih. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan di Hotel Pelangi Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis Volume 4, Nomor 2, Desember 2018*.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan Ke VIII*". Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, Ali. 2010. *Marketing Bank Syariah*. Bogor; Ghalia Indonesia.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium*, Jakarta, Prehallindo.
- Kotler dan Keller. 2006. "Marketing Management", New Jersey, Prentice Inc
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip Prinsip Pemasaran, Jilid 1, Ed.12, Alih Bahasa Bob Sabran*, Jakarta, Erlangga
- Lovelock, Wirtz. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Penerbit: Indeks. Jakarta
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi*. Edisi 3. Jakarta: Salemba Empat.

- Maimunah, Siti. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi harga, Cita Rasa terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan. *IQTISHADDequity* Vol. 1, No. 2, Tahun 2019, ISSN: 2622-6367.
- Moenir, H.A.S. 2001. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta, PT. Bumi Aksara.
- Nurchayyo, Rianto, dkk. 2018. The Influence of Facility and Service Quality towards Customer Satisfaction and Its Impact on Customer Loyalty in Borobudur Hotel in Jakarta. *Binus Business Review*, 8(1), May 2017, 23-29. DOI: 10.21512/bbr.v8i1.1790.
- Parasuraman, 2002 dalam bukunya Sangadji, Etta Mamang, dan Sopiah, 2013. *Perilaku Pelanggan; Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Priansa, Juni. 2017. *Perilaku Pelanggan Dalam Pesaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta
- Priyatno, Duwi 2009. *Mandiri Belajar SPSS. Cetakan Ketiga*, Yogyakarta: Media Kom.
- Putra, Alan Dwi dan Yosi Afandi. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Tata Letak Fasilitas Jasa terhadap Kepuasan Pelanggan di Hotel Atria Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis* ISSN: 2407-3741, E-ISSN: 2407-5523
- Samarwan, Ujang, dll. 2011. *Riset Pemasaran dan Pelanggan*.
- Saenawati, Desi. 2017. Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Bank Mandiri Persero Tbk di Sampit. *Jurnal Terapan Manajemen dan Bisnis*.
- Sugiyono. 2017. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Supranto, J. 2006. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Jakarta: Rineke Cipta.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.