

## **Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan (survai pada salon Strawberry Jl. Sudirman No. 629 Bandung)**

The Influence of Customer Satisfaction and Trust on Customer Loyalty (survey at Strawberry salon Jl. Sudirman No. 629 Bandung)

<sup>1</sup>Shelly Nurdini, <sup>2</sup>Dede R. Oktini

<sup>1,2</sup>*Prodi Ilmu Manajemen Fakultas Ekonomi Manajemen dan Bisnis, Universitas Islam Bandung Jl. Tamansari No. 1 Bandung 40116*

*email: <sup>1</sup>shellynurdini03@gmail, <sup>2</sup>dedeoktini@yahoo.com*

**Abstract.** The purpose of this study was to determine the implementation of Customer Satisfaction and Confidence carried out by the Strawberry jln salon. Sudirman Bandung, to know the response of respondents regarding Customer Satisfaction and Trust that is done, to know the responses of respondents regarding Customer Loyalty, to find out the influence of Satisfaction on Customer Loyalty, to find out the influence of customer trust on customer loyalty, and to find out the influence of satisfaction and trust customer loyalty. The research method used is a survey method, this type of research is descriptive verification. The sampling technique used is non probability. The population in this study was 95 respondents who used Strawberry salon services. Data collection techniques used were questionnaires. Data analysis method used is multiple linear analysis to determine the direction of the relationship between the independent variable (X) with the dependent variable (Y). The test results state that the Satisfaction variable has a significant effect on Customer Loyalty and the Customer Confidence variable partially has a significant effect on Customer Loyalty. And siltutan variable Customer Satisfaction and Trust has a significant effect on Customer Loyalty at Strawberry Salon.

**Keywords:** Satisfaction, Customer Trust in Customer Loyalty

**Abstrak.** Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pelaksanaan Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan yang dilakukan oleh salon Strawberry jln . Sudirman Bandung, untuk mengetahui tanggapan responden mengenai Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan yang dilakukan, untuk mengetahui tanggapan responden mengenai Loyalitas Pelanggan, untuk mengetahui besar pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan, untuk mengetahui besar pengaruh kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan, dan untuk mengetahui besar pengaruh kepuasan dan kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survey, jenis penelitian ini adalah deskriptif verifikatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability*. Populasi dalam penelitian ini adalah 95 responden yang menggunakan jasa pelayanan salon Strawberry. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah Kuesioner. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis linier berganda untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independent (X) dengan variabel dependent (Y). Hasil pengujian menyatakan bahwa variabel Kepuasan secara persial berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan dan variabel Kepercayaan pelanggan berpengaruh secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Dan secara Siltutan variabel Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan di Salon Strawberry.

**Kata Kunci:** Kepuasan, Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.

### **A. Pendahuluan**

Masyarakat juga semakin sadar akan pentingnya menjaga penampilan agar senantiasa menarik. Penampilan menjadi sesuatu yang penting dimana semua orang ingin terlihat menarik sehingga orang tersebut memiliki nilai tambah atau pun nilai lebih di lingkungan sosialnya.

Kenyataan ini membuat kesadaran masyarakat akan perawatan diri semakin meningkat, sehingga kini menjadi kebutuhan pokok yang harus di penuhi. Oleh sebab itu, keindahan fisik dari manusia kini tidak dapat di pisahkan dari masyarakat, merekapun akan membayar berapapun harganya untuk mendapatkan kepuasan diri yang terawat dan penampilan yang menarik

sehingga mereka memiliki nilai tambah dalam lingkungan sosialnya.

Menyebabkan kebutuhan masyarakat akan jasa ataupun layanan perawatan kecantikan juga semakin meningkat. Kebutuhan masyarakat juga akan suatu layanan perawatan kecantikan ini semakin meningkat tajam ditunjang dengan perkembangan dunia fashion yang sangat pesat, sehingga dunia kecantikan merupakan peluang bisnis yang menjanjikan. Jasa perawatan kecantikan rambut merupakan salah satu peluang bisnis yang sedang berkembang pesat saat ini.

Strawberry salon merupakan salah satu salon terkemuka dan memiliki banyak cabang di Bandung. Strawberry salon jln. Sudirman juga sudah berdiri sejak 3 tahun yang lalu, Strawberry Salon harus selalu menyediakan layanan yang memuaskan dan harus memberikan kepercayaan bagi konsumennya. Salah satunya dengan mengusung tempat salon yang lebih harmonis dan lebih sederhana agar konsumen puas atau nyaman berada di salon. Dan juga Strawberry juga menyediakan jasa perawatan yang lengkap seperti perawatan rambut, *eyelash*, *vener gigi*, *hair ext*, *coloring*, *make-up* & *hairdo* dan menyediakan jasa kursus juga. Semua perawatan yang di tawarkan juga di kerjakan oleh tenaga kerja yang profesional.

Sesuai latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: "Adakah terdapat pengaruh antara Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan dengan Loyalitas Pelanggan di salon Strawberry jln. Sudirman Bandung?". Selanjutnya, dengan tujuan dalam penelitian ini diuraikan sbb:

1. Untuk mengetahui Penerapan salon dalam memenuhi Kepuasan, Membangun Kepercayaan Pelanggan yang

berefek pada Loyalitas Pelanggan.

2. Untuk mengetahui Kepuasan Pelanggan di Salon Strawberry.
3. Untuk mengetahui Kepercayaan Pelanggan di Salon Strawberry.
4. Untuk mengetahui Loyalitas Pelanggan di Salon Strawberry.
5. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan di Salon Strawberry.
6. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan.
7. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kepuasan dan kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan.

## B. Landasan Teori

### Kepuasan

Menurut Lovelock dan Wirtz yang dikutip oleh Fnady Tjiptono (2017) kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan. Sangat dibutuhkan penelitian untuk membuktikan ada atau tidaknya harapan sebelumnya yang merupakan bagian terpenting dalam kepuasan.

Menurut (Tjiptono, 2014) dalam Moch. Romzi Arifin, (2015) Kepuasan pelanggan merupakan suatu respon emosional terhadap pengalaman-pengalamannya yang berkaitan dengan produk atau jasa tertentu yang dibeli, gerai ritel, atau bahkan pola perilaku (seperti perilaku berbelanja dan perilaku pembeli), serta pasar secara keseluruhan.

Adapun indikator dari Kepuasan yang digunakan dalam penelitian ini diantaranya:

1. Jasa berkualitas
2. Memberikan sistem penanganan komplain secara efektif
3. Memberikan jasa pelayanan yang memuaskan

4. Memberikan banyak promo untuk memanjakan pelanggan
5. Memberikan kemudahan dalam mendapatkan produk

### Kepercayaan Pelanggan

Mowen dan Meyer dalam Widiyanto (2013) menyebutkan bahwa kepercayaan konsumen adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesetiaan yang dibuat konsumen tentang obyek, atribut dan manfaat.

Menurut Berry dalam Ismail (2014) Kepercayaan pelanggan merupakan salah satu faktor yang menjadi panduan terbentuknya hubungan jangka panjang yang berdasarkan kepercayaan, bahwa faktor yang menjadi dasar terciptanya kepercayaan dalam perusahaan yaitu persepsi kecakapan dan kejujuran dalam perusahaan.

Adapun indikator dari Kepuasan yang digunakan dalam penelitian ini diantaranya:

1. Kompetensi perusahaan
2. Kejujuran perusahaan
3. Keandalan perusahaan

### Loyalitas Pelanggan

Indikator penelitian yang digunakan mengacu pada teori yang diungkapkan menurut Griffin (2012) dalam Wisnu Adhi Nugroho (2017). Beberapa indikator yang digunakan untuk mengukur variabel loyalitas pelanggan adalah:

1. Melakukan pembelian ulang secara berkala
2. Membeli produk lain yang ditawarkan produsen yang sama
3. Merekomendasikan produk atau jasa tersebut kepada orang lain.

### C. Hasil Penelitian dan

### Pembahasan

Salon Strawberry jasa yang menyediakan berbagai jasa kecantikan dari mulai jasa potong rambut, jasa *Eyelash estension*, jasa *hairclip*, jasa sulam alis, dan lain sebagainya. Jasa yang disediakan salon strawberry yang sesuai dengan *trend* yang banyak disukai oleh banyak kalangan konsumen. Responden dalam penelitian ini disajikan secara umum yang berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan, pendapatan dengan jumlah sample sebanyak 95 responden berumur kurang dari < 19 tahun sebanyak 20 orang dengan presentase sebesar 21,05%, responden berumur antara 20 – 25 tahun sebanyak 35 orang dengan presentase sebesar 36,84%, responden berumur antara 26 – 30 tahun sebanyak 30 orang dengan presentase sebesar 31,57%, dan responden berumur diatas > 30 tahun sebanyak 10 orang dengan presentase sebesar 10,52%. Sebagian besar responden yang menggunakan jasa salon adalah responden berumur antara 26 – 30 tahun yaitu sebesar 36,84%. Hal tersebut dikarenakan konsumen pada umur antara 20 – 25 tahun lebih matang dan butuh perawatan yang menarik, oleh karna itu responden berumur antara 20 – 25 lebih tinggi dibandingkan dengan yang lainnya.

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan yang di uji menggunakan teknik analisis koefisien korelasi (R), koefisien determinasi (R Square) dan pengujian hipotesis menggunakan uji persial (Uji-t). hasil pengujian dijelaskan pada tabel berikut:

**Tabel 1.1** Model Summary

Model Summary									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.730 <sup>a</sup>	.533	.522	1.18327	.533	52.410	2	92	.000

a. Predictors: (Constant), x2, x1

Hasil R Square = 0,533 atau 53,3% yang diperoleh artinya Loyalitas Pelanggan dipengaruhi oleh variabel Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan sebesar 53,3% sedangkan sisanya 41,7% yang dipengaruhi oleh faktor dan variabel lainnya yang tidak diteliti peneliti saat ini.

#### D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penelitian mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Penerapan responden dalam kepuasan pelanggan yang

**Table 1.2** Coefficients

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.433	1.049		2.319	.023
	x1	.465	.047	.701	9.807	.000
	x2	.147	.070	.151	2.112	.037

a. Dependent Variable: y

Berdasarkan hasil *output* di atas, selanjutnya dapat diketahui bahwa nilai uji-t variabel Kepuasan Pelanggan didapatkan hasil sebesar 9.806. Dengan demikian  $t_{hitung} > t_{tabel}$  karena  $9.806 > 1,986$ , dengan probabilitas  $0,00 < 0,05$  maka dari itu  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Kepuasan dengan Loyalitas Pelanggan di salon Strawberry.

dilakukan salon strawberry “cukup” namun masih terdapat masalah dalam pelayanan yang kurang memuaskan pelanggan. Sedangkan mengenai Kepercayaan Pelanggan responden mengenai Kepercayaan Pelanggan pada salon strawberry berada dalam kategori “cukup”. Dikarenakan pelanggan percaya pada pelayanan yang diberikan oleh salon strawberry. Dan tanggapan responden mengenai

Loyalitas Pelanggan responden mengenai Loyalitas di salon strawberry dengan indikator melakukan pembelian ulang, penggunaan jasa lain, dan merekomendasikan jasa kepada orang lain berada dalam kategori “Cukup”

2. Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh kesimpulan yaitu secara parsial (uji-t) dan secara simultan (uji-f) terdapat pengaruh yang signifikan antara kepuasan dan kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan dengan tingkat pengaruh yang cukup kuat dan positif.

#### E. Saran

1. Salon Strawberry dalam jasa pelayanan kepuasan pelanggan secara keseluruhan cukup baik yaitu dengan mengikuti banyak trend rambut dan kecantikan yang disukai oleh para kalangan anak muda sekarang. Namun, dalam pelayanan masih kurang puas dengan tidak ramah karyawan dalam memberikan jasa yang membuat pelanggan berpikir tidak mau berkunjung kembali. Maka dengan itu harus ada perbaikan dalam segi pelayanan harus lebih ramah lagi.
2. Kepercayaan pelanggan yang dianggap kurang baik oleh pelanggan. Dimana dalam pelaksanaan jasa yang dianggap biasa saja oleh pelanggan. Membuat pelanggan tidak percaya dan merasa kurang puas sehingga pelanggan memilih jasa lain, maka salon strawberry harus memperbaiki jasa pelayanan agar pelanggan tetap setia menggunakan jasa salon strawberry.
3. Salon strawberry terus melakukan pembaharuan

terhadap jasa dan selalu *update* terhadap *trend* yang sedang digemari dikalangan konsumen saat ini. Dengan melakukan riset terlebih dahulu untuk mengetahui pelaksanaan terasa mudah. Oleh sebab itu pelanggan akan merasa jasa salon strawberry tidak kalah bersaing dengan jasa serupa. Dengan terus melakukan inovasi terhadap jasanya dengan membuat kepuasan dan kepercayaan pelanggan, Sehingga pelanggan dapat merasakan manfaat yang lebih dari apa yang telah mereka keluarkan untuk menggunakan jasa tersebut. Hal ini, membantu salon strawberry kedepannya untuk terus melakukan perbaikan agar jasanya dapat diterima oleh pelanggan dan banyak disukai oleh pelanggan.

#### Daftar Pustaka

- Alma, B. (2016). Manajemen Pemasaran & jasa . Bandung : Alfabeta .
- Arifin, M. R. (2015). Pengaruh nilai pelanggan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan di Bukalapak. 108-123.
- Bahrudin, M. (2015). Pengaruh kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan . *Bisnis Vol.3 No.1* , 1-17.
- Bulan, T. P. (2016). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Tiki jalur Nugraha Ekakurir Agen kota Langsa . *Jurnal Manajemen dan Keuangan Vol.5 No.2*, 592-602.
- E.Kalalo, R. (2013). Customer relationship management dan

- kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap loyalitas konsumen PT. Matahari Dept. store Manado. EMBA. Vol.1 No.4, 1553-1561.
- Hermawan, H. (2015). Analisis pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan dan loyalita konsumen dalam pembelian roti Ceria di Jember . Jurnal Manajemen dan Bisnis Vol.1 No.2 , 143-161.
- Hidayat, R. (2015). Pengaruhkepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian lampu philips . Ecodemica. Voll III No.1 , 305-310.
- Hurriyati. (2005). Bauran pemasaran dan Loyalitas konsumen . Bandung : Alfabeta .
- Ismail. (2014). strategi pemasaran untuk membangun citra dan loyalitas merek . Kota Kediri : IPB Press.
- Laely, N. (2016). Analisis pengaruh kepercayaan dan Harga terhadap loyalitas dimediasi kepuasan pada PT. Telkomsel di kota Kediri . Jurnal ekonomi & Manajemen Vol.3 No.2, 61-74.
- Lovelock, C. (2012). Pemasaran Jasa. Jakarta : Erlangga.
- Lupiyoadi, R. (2017). Pemasaran Jasa . Tangerang selatan : Universsitas Terbuka .
- Nugroho, W. A. (2017). pengaruh kenyamanan dan kepercayaan produk terhadap loyalitas pelanggan studi kasus Go-jek di Bandung. e-proceeding of applied science Vol.3 No.3 , 1115-1121.
- Margaretha. (2015). Pengaruh regresi linier berganda untuk menganalisis pendapatan petani kelapa (studi: petani kelapa di Desa Beo). Jcd Vol 4 No.2 .
- Pupuni, N. W. (2015). pengaruh bauran pemasaran terhadap kepuasan konsumen dan perilaku pembelian ulang . 683-702.
- Purba, J. I. (2018). Pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pelanggan studi kasus indihome . e-proceeding of applied science, 1124-1128.
- Sidharta, I. (2015). pengaruh kepuasan transaksi online shopping dan kepercayaan konsumen terhadap sikap serta perilaku konsumen pada E-Commerce. Jurnal computech & Bisnis , 23-36.
- Sugiyono. (n.d). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif,dan R&D. Bandung: Alfabeta,CV.
- Syafiza, Y. (2018). Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan dan kepercayaan untuk meningkatkan repurchase studi pada Lazada.co.id. e-proceeding of management Vol.5 No.3 , 3210-3215.
- Tjiptono, F. (2017). Pemasaran Strategik . Yogyakarta: Andi .
- Trisusanti, Y. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah Bri Syariah kantor cabang Pekanbaru. Jom Fisip Vol.4 No.2 , 1-16.
- Widiyanto. (2013). pengaruh kualitas pelayanan kepercayaan dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan (studi pada swalayan Luwes Purwodadi). jurnal manajemen dan bisnis, Vol 2 No. 3.