

**ANALISIS TENTANG FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
LOYALITAS PELANGGAN ARSYILA SALON & SPA DI
KOTA BUKITTINGGI**

SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar D4
Sarjana Sains Terapan pada Jurusan Tata Rias dan Kecantikan*



Oleh:

**CITRA MELISA
15078019**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TATA RIAS DAN KECANTIKAN
JURUSAN TATA RIAS DAN KECANTIKAN
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2020**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

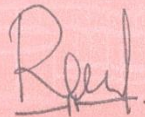
**ANALISIS TENTANG FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
LOYALITAS PELANGGAN ARSYILA SALON & SPA DI KOTA
BUKITTINGGI**

Nama : Citra Melisa
Nim/BP : 15078019/2015
Program Studi : Pendidikan Tata Rias dan Kecantikan
Jurusan : Tata Rias dan Kecantikan
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Padang, Juni 2020

Disetujui oleh:

Pembimbing



dr. Prima Minerva M. Biomed
NIP. 198301242010122002

Mengetahui

Ketua Jurusan Tata Rias dan Kecantikan
Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang



Murni Astuti, S.Pd, M.Pd. T
NIP. 19741201 200812 2 002

HALAMAN PENGESAHAN

Dinyatakan Lulus Setelah Dipertahankan di Depan Tim Penguji Skripsi

Program Studi Pendidikan Tata Rias dan Kecantikan

Jurusan Tata Rias dan Kecantikan

Fakultas Pariwisata dan Perhotelan

Universitas Negeri Padang

**Judul : Analisis tentang Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas
Pelanggan Arsyila Salon & SPA**

Nama : Citra Melisa

NIM/BP : 15078019/2015

Jurusan : Tata Rias dan Kecantikan

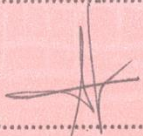
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Padang, Juni 2020

Tim Penguji

- 1. Ketua dr. Prima Minerva M. Biomed**
- 2. Anggota Dra. Rahmiati M. Pd, PhD**
- 3. Anggota MurniAstuti, S.Pd, M.Pd.T**

1. 
.....

2. 
.....

3. 
.....

ABSTRACT

Citra Melisa. 2020. “Analisis tentang Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Arsyila Salon & SPA di Kota Bukittinggi. *Skripsi*. Program Studi Pendidikan Tata Rias Dan Kecantikan. Jurusan Tata Rias Dan Kecantikan. Universitas Negeri Padang

Pada zaman sekarang tidak sedikit salon kecantikan yang memiliki dan menawarkan berbagai atribut, baik pelayanan yang memuaskan, produk yang bersaing, tempat yang nyaman, promosi yang menarik dan sebagainya guna memuaskan konsumen dan mendapatkan kesetiaan konsumen. Keberlangsungan perusahaan khususnya salon kecantikan bergantung pada kemampuan salon kecantikan dalam menjaga para pelanggan agar pelanggan mereka dapat loyal dengan salon kecantikan tersebut dan tidak berpindah dengan salon kecantikan yang lain. Memiliki pelanggan yang loyal adalah asset penting yang harus dijaga perusahaan agar perusahaan mereka dapat terus bersaing dengan pesaing lainnya. Penelitian ini bertujuan a) Untuk mengetahui pengaruh faktor harga terhadap loyalitas pelanggan, b) Untuk mengetahui pengaruh faktor pelayanan terhadap loyalitas pelanggan, dan c) Untuk mengetahui pengaruh faktor promosi terhadap loyalitas pelanggan.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah para pengunjung atau pelanggan yang pernah dan masih mengunjungi Arsyila Salon & SPA yang berjumlah 74 orang. Teknik pengambilan data menggunakan angket (kuesioner) yang disesuaikan dalam bentuk skala Likert yang telah diuji validitasnya dan reliabilitasnya. Teknik analisis data menggunakan teknik analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan yang meliputi harga, pelayanan, dan promosi secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Arsyila Salon & SPA Kota Bukittinggi. Hal tersebut telah dibuktikan dengan hasil perhitungan Uji F bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang diperoleh F_{hitung} sebesar 4,169 hal ini menunjukkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $4.169 > 3.13$, yang berarti bahwa harga, pelayanan, dan promosi secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan salon kecantikan. Berdasarkan hasil penelitian, disarankan agar salon kecantikan selalu mempertahankan dan lebih meningkatkan terciptanya loyalitas pelanggan yang lebih baik untuk mencapai kemajuan usaha.

Kata kunci : Loyalitas pelanggan, Usaha Salon Kecantikan

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan berkah, rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Analisis Tentang Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Arsyila Salon & SPA di Kota Bukittinggi”. Tidak lupa pula sholawat beriringan salam penulis ucapkan kepada junjungan alam, yakni Nabi Muhammad S.A.W yang telah memberikan perubahan kepada umat manusia untuk menjadi manusia berilmu pengetahuan dan berakhlak mulia.

Penulis menyadari bahwa didalam proses penyusunan skripsi ini banyak mengalami kendala, namun berkat kemampuan, bimbingan, kerjasama dari berbagai pihak dan berkah dari Allah SWT sehingga kendala-kendala yang dihadapi tersebut dapat diatasi. Untuk itu penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Murni Astuti, S.Pd, M.Pd selaku Ketua Jurusan Tata Rias dan Kecantikan FPP UNP sekaligus Penasehat Akademik.
2. dr. Prima Minerva, M.Biomed selaku Dosen Pembimbing yang telah sabar, tekun, tulus, dan ikhlas meluangkan waktu, tenaga dan pikiran memberikan bimbingan, motivasi, arahan, dan saran-saran yang sangat berharga kepada penulis.
3. Dosen Penguji yang telah memberikan saran yang bersifat membangun dalam penelitian Proposal ini.
4. Seluruh staf pengajar dan teknisi pada Jurusan Tata Rias dan Kecantikan FPP UNP.

5. Kedua orang tua yang telah memberikan do'a, dorongan, dan motivasi kepada penulis.
6. Pihak salon Arsyila Salon & SPA Bukittinggi yang sudah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian.
7. Ucapan terimakasih kepada keluarga kakak-kakak dan adik-adik serta teman seperjuangan yang memberikan semangat, motivasi, bantuan dan dorongan kepada penulis dalam menyelesaikan Skripsi ini.

Semoga bantuan yang telah diberikan mendapat balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT. Walaupun pelaksanaan penelitian ini telah dilakukan secara maksimal, namun penulis menyadari sepenuhnya bahwa kekurangan dan kekeliruan tidak luput dari penelitian ini, karena itu masukan dan saran yang bersifat membangun dalam penyempurnaan skripsi ini sangat diharapkan. Besar harapan penulis semoga proposal penelitian ini dapat bermanfaat untuk semua pihak. Aamiin

Padang, Juni 2020

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	10
C. Batasan Masalah	10
D. Rumusan Masalah	11
E. Tujuan Penelitian	11
F. Manfaat Penelitian	12
 BAB II KERANGKA TEORITIS	
A. Kajian Teori	13
1. Loyalitas	13
2. Usaha Salon Kecantikan	49
B. Kerangka Konseptual	53
C. Hipotesis	54
 BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	55

B. Tempat dan Waktu Penelitian	55
C. Populasi dan Sampel	55
D. Variabel Penelitian	57
E. Defenisi Operasional	57
F. Jenis Data dan Sumber Data	58
G. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian.....	59
H. Uji Coba Instrumen	62
I. Teknik Analisis Data	64
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Deskripsi Data	68
B. Pembahasan.....	82
 BAB V PENUTUP	
C. Kesimpulan	87
D. Saran	88
 DAFTAR KEPUSTAKAAN	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel

halaman

1. Daftar dan Tipe salon kecantikan Kota Bukittinggi.....	6
2. Data jumlah pengunjung Arsyila Salon & SPA.....	7
3. Skala Pengukuran Variabel Penelitian.....	60
4. Kisi-kisi Instrumen Penelitian.....	62
5. Klasifikasi Indeks Reliabilitas.....	64
6. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	68
7. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	69
8. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Responden.....	70
9. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Responden.....	70
10. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Berlangganan.....	71
11. Hasil Uji Validitas.....	72
12. Hasil Uji Reliabilitas.....	75
13. Hasil Uji Normalitas.....	76
14. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	77
15. Hasil Pengujian Uji t.....	79
16. Uji F Statistik.....	81
17. Koefisien Determinasi.....	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Kerangka Konseptual.....	53

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan zaman era modern ini, perawatan kecantikan telah menjadi kebutuhan yang dianggap penting bagi sebagian masyarakat khususnya bagi kaum wanita. Kecantikan merupakan harta yang sangat berharga, sehingga harus senantiasa dijaga dan dirawat. Saat ini kebutuhan akan perawatan kecantikan semakin berkembang sebagai kebutuhan sehari-hari, mulai dari perawatan rambut, perawatan wajah, dan perawatan tubuh, sehingga banyak perusahaan-perusahaan yang menawarkan jasa perawatan kecantikan saat sekarang ini (Enggar Puspita Martha, 2015).

Saat ini telah banyak salon kecantikan yang memiliki dan menawarkan berbagai atribut, baik pelayanan yang memuaskan, produk yang bersaing, tempat yang nyaman, promosi yang menarik dan sebagainya guna memuaskan konsumen dan mendapatkan kesetiaan konsumen. Gaya hidup wanita saat ini menuntut wanita untuk lebih memperhatikan penampilan tidak hanya dalam berbusana, namun juga penampilan kulit wajah, tubuh, dan rambut. Total *look* atau penampilan diri seutuhnya menjadi sebuah kebutuhan penting untuk menunjang kepercayaan diri.

Banyak salon kecantikan yang memiliki dan menawarkan berbagai atribut, baik pelayanan yang memuaskan, produk yang bersaing, tempat yang nyaman, promosi yang menarik dan sebagainya guna memuaskan konsumen dan mendapatkan kesetiaan konsumen. (Asmita dan Minerva, 2019).

Kebutuhan akan perawatan yang semakin tinggi merupakan peluang usaha bagi para pengusaha salon kecantikan saat ini. Untuk unggul dalam bersaing setiap perusahaan dituntut untuk mampu menunjukkan keunggulan kompetitifnya masing-masing melalui upaya-upaya yang kreatif, inovatif, bekerja secara efektif dan efisien, sehingga produk dan jasa (pelayanan) yang dihasilkan menjadi pilihan dari banyak pelanggan, yang pada gilirannya nanti diharapkan pelanggan menjadi loyal (Javalgi, 1997 dalam Hurriyati, 2005: 127). Tingkat kesetiaan konsumen sangat dipengaruhi oleh tinggi rendahnya pemakaian produk dan jasa serta lama atau tidaknya pemakaian produk dan jasa tersebut (Trisna Sundari, 2010).

Keberlangsungan perusahaan khususnya salon kecantikan bergantung pada kemampuan salon kecantikan dalam menjaga para pelanggan agar pelanggan mereka dapat loyal dengan salon kecantikan tersebut dan tidak berpindah dengan salon kecantikan yang lain. Memiliki pelanggan yang loyal adalah asset penting yang harus dijaga perusahaan agar perusahaan mereka dapat terus bersaing dengan pesaing lainnya. Menurut Kotler dan Keller (2016: 153) definisi dari loyalitas pelanggan adalah “Komitmen yang dipegang teguh untuk membeli kembali atau layanan yang ditingkatkan di masa depan terlepas dari pengaruh situasional dan upaya pemasaran yang berpotensi menyebabkan peralihan perilaku”.

Selanjutnya, sejalan dengan definisi sebelumnya, Lovelock, et al. (2010: 76) yang dialih bahasakan oleh Dian Wulandari & Devi Barnadi P. mengemukakan definisi loyalitas sebagai berikut:

“Loyalitas digunakan dalam konteks bisnis, untuk menggambarkan kesediaan pelanggan agar senantiasa menggunakan produk perusahaan dalam jangka panjang, apalagi jika menggunakan secara eksklusif, dan merekomendasikan produk-produk perusahaan kepada teman dan rekannya.”

Definisi tersebut sejalan dengan definisi loyalitas pelanggan yang dikemukakan oleh Yi dalam jurnal Iddrisu, Noomi, Fianko dan Mensah (2015: 19) yaitu sebagai berikut: “Loyalitas pelanggan dapat didefinisikan dalam dua cara berbeda. Pertama, kesetiaan adalah sikap. Perasaan yang berbeda menciptakan keterikatan keseluruhan individu terhadap suatu produk, layanan, atau organisasi. Perasaan ini menentukan tingkat loyalitas individu (murni kognitif). Definisi kedua dari loyalitas adalah perilaku termasuk melanjutkan untuk membeli layanan dari pemasok yang sama, meningkatkan skala dan atau ruang lingkup hubungan”.

Loyalitas adalah komitmen mendalam untuk membeli atau menggunakan kembali produk atau jasa secara konsisten di masa yang akan datang, sehingga mendorong adanya pembelian merek yang sama walaupun terdapat pengaruh-pengaruh situasional dan usaha pemasaran yang berpotensi menyebabkan perilaku berpindah ke produsen lain. hal tersebut menunjukkan bahwa loyalitas tidak hanya ditentukan oleh keputusan pelanggan semata namun juga usaha-usaha dari pelaku bisnis atau pesaing yang dapat membuat pelanggan menjadi loyal (Wantara, 2005). Loyalitas pelanggan adalah keterikatan yang erat antara pelanggan dengan pelaku bisnis sehingga mereka melakukan pembelian berulang yang didasarkan pada komunikasi yang positif (Iqbal, 2015).

Loyalitas pelanggan sangat penting artinya bagi perusahaan yang menjaga kelangsungan usahanya. Pelanggan yang setia adalah mereka yang sangat puas dengan produk dan pelayanan tertentu, sehingga mempunyai antusiasme untuk memperkenalkan kepada siapapun yang mereka kenal. Selanjutnya pelanggan yang loyal tersebut akan memperluas kesetiaan mereka pada produk atau jasa buatan produsen yang sama. Seperti yang dikemukakan Kotler (2001) bahwa loyalitas tinggi adalah pelanggan yang melakukan pembelian dengan persentase makin meningkat pada perusahaan tertentu daripada perusahaan lain. Loyalitas pelanggan dapat tercermin dari kebiasaan pelanggan dalam melakukan pembelian barang atau jasa secara terus-menerus dengan berulang-ulang. Pelanggan yang sudah memiliki loyalitas terhadap suatu merk barang atau jasa maka tidak akan lagi mempertimbangkan untuk memilih produk atau jasa lain yang disukainya. Menurut Griffin dalam Ratih Huriyati (2010: 129) mendefinisikan bahwa “Loyalitas merupakan komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang secara konsisten di masa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan pemasaran menyebabkan perubahan perilaku”. Loyalitas pelanggan adalah kondisi dimana pelanggan mempunyai sikap positif terhadap sebuah produk, mempunyai komitmen terhadap produk tersebut dan bermaksud melakukan pembelian ulang di masa yang akan datang (Enggar Puspita Martha, 2015).

Loyalitas pelanggan sangatlah mempengaruhi kemajuan usaha sebuah perusahaan karena biaya yang dibutuhkan untuk menarik satu orang

pelanggan jauh lebih besar bila dibandingkan biaya yang dikeluarkan untuk mempertahankan satu orang pelanggan orang loyal. Lebih jauh, kehilangan pelanggan secara terus menerus akan menyebabkan suatu perusahaan menjadi pailit. Oleh karena itu, perusahaan harus tetap menjaga dan mempertahankan para pelanggannya dengan cara meningkatkan loyalitas. Langkah yang ditempuh untuk mempertahankan loyalitas pelanggan dengan memberikan prioritas yang lebih besar pada pelanggan lama dibandingkan prioritas untuk mendapatkan pelanggan baru. Meraih loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan bukan hal yang mudah. Kepuasan pelanggan merupakan faktor yang sangat penting bagi keberadaan, kelangsungan, dan perkembangan perusahaan. Saat ini banyak perusahaan yang semakin memahami arti penting dari kepuasan pelanggan dan menjalankan strategi guna memberikan kepuasan bagi pelanggannya.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Dyah Retnowati (2008), dengan judul “Analisis pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra dan Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Salon Larissa Skin Care & Hair Treatment” di Surakarta. Dalam penelitian tersebut terlihat ada upaya untuk menggabungkan antara faktor-faktor loyalitas dengan kepuasan pelanggan. Hasil penelitian tersebut berhasil membuktikan adanya pengaruh yang positif kualitas pelayanan, citra dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan.

Terdapat banyak salon-salon baru di Bukittinggi yang belum terdaftar di Kantor Dinas Pariwisata dan Olah Raga Kota Bukittinggi, berikut adalah nama salon di kota Bukittinggi yang terdaftar di Dinas Pariwisata Bukittinggi:

Tabel I. Daftar dan Tipe salon kecantikan Kota Bukittinggi

No	Utama	Madya	Pratama
1.	Arsyila Salon & SPA	Kenlow	Fame
2.	Deluca	Kelvin	Wulandari
3.	Siti Hawa	Alit Andreas	Uniq
4.	NM	Desya	
5.	House of Beauty	Nanda	
6.	Griya Hair Beauty and SPA	Kamila Salon & SPA	
7.	Beautiful Beauty and SPA		
8.	Avanti		

Sumber : Dinas Pariwisata Bukittinggi 2019

Di Bukittinggi telah banyak terdapat usaha salon kecantikan yang menawarkan berbagai atribut untuk menarik pelanggan dari beberapa salon tersebut ada terdapat salon yang sangat diminati dan dikunjungi pelanggan, namun tidak jarang pula ada beberapa salon yang sepi bahkan tidak bertahan. Arsyila Salon & SPA salah satu salon yang di Bukittinggi yang masih diminati dan banyak dikunjungi oleh para pelanggan. Arsyila Salon & SPA salon khusus wanita yang menawarkan berbagai macam rangkaian perawatan yang lebih menekankan pada perawatan kulit, perawatan tubuh, dan perawatan rambut dengan menggunakan bahan-bahan yang alami dan aman serta harga yang terjangkau. Arsyila Salon & SPA yang merupakan salon

yang menggarap pasar khusus wanita fasilitas bintang lima dengan harga yang terjangkau, hal ini di jelaskan sendiri oleh pemilik salon pada waktu melakukan observasi. Pesaing salon kecantikan yang semakin begitu ketat menyebabkan perusahaan harus mampu memenuhi kebutuhan pelanggan agar dapat mempertahankan loyalitas pelanggan.

Berdasarkan observasi yang penulis lakukan pada hari Senin tanggal 18 November 2019 pada Arsyila Salon & SPA kepada ibu Essi Denera selaku pemilik salon yang beralamatkan di jalan Benteng Pasar Atas, Guguak Panjang, Kota Bukittinggi banyak upaya yang dilakukan dalam mempertahankan loyalitas pelanggan Arsyila Salon & SPA dan menarik perhatian dari pelanggan mulai dari pelayanan yang memuaskan, harga yang terjangkau, mengadakan promo paket. Begitu juga pelayanan karyawan dalam menyambut kedatangan pelanggan sampai perawatan yang akan diberikan untuk pelanggan. Pimpinan Arsyila Salon & SPA mengatakan bahwa karyawan salon harus memiliki etika yang baik dalam memberikan pelayanan kepada para pelanggan itu termasuk dalam upaya mempertahankan loyalitas pelanggan di Arsyila Salon & SPA. Selain itu, lokasi dari salon itu sendiri berada dikeramaian dan di pusat kota Bukittinggi dan juga usaha dalam mempromosikan salon menggunakan cara memberikan paket promo untuk perawatan, mereka merasa itu lebih menunjang dalam mempertahankan loyalitas pelanggan untuk Arsyila Salon & SPA. Berikut adalah jumlah pengunjung Arsyila Salon & SPA pada tahun 2017, 2018 dan 2019 :

Tabel 2. Data Jumlah Pengunjung Arsyila Salon & SPA

No	Bulan	Tahun 2017	Tahun 2018	Tahun 2019
1	Januari	244	245	249
2	Februari	230	229	230
3	Maret	230	231	232
4	April	240	234	239
5	Mei	243	236	230
6	Juni	246	247	246
7	Juli	230	231	236
8	Agustus	231	230	238
9	September	233	234	233
10	Oktober	229	230	237
11	November	236	232	235
12	Desember	248	250	250
Total		2840	2829	2855

Sumber: Arsip Arsyila Salon & SPA

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa turun naiknya jumlah pengunjung Arsyila Salon & SPA. Menurut pemilik salon ini terjadi karena persaingan antar salon di Kota Bukittinggi semakin pesat dan berkembang dengan cepat. Jadi pihak salon harus melakukan upaya yang lebih lagi dalam mempertahankan loyalitas pelanggan dan terus menciptakan inovasi dalam pelayanan yang berkualitas dan untuk memenangkan pasar. Berdasarkan wawancara yang penulis lakukan dengan pengunjung Arsyila Salon & SPA bahwa dari alasan mereka tetap berkunjung karena pelayanan yang mereka rasakan sangat berbeda dengan salon lainnya, begitu juga karyawan salon yang ramah kepada setiap pengunjung dan yang paling mereka rasakan yaitu pimpinan salon juga ikut melakukan perawatan kepada para pengunjung salon demi kepuasan para pengunjung Arsyila Salon & SPA. Dalam peningkatan

loyalitas pelanggan, salon memberikan bingkisan secara gratis pada hari spesial (hari natal, tahun baru, dan edisi lebaran). Bahkan pimpinan salon ikut turun tangan dalam melakukan perawatan kepada pelanggan demi kepuasan pelanggan saat perawatan di Arsyila Salon & SPA.

Loyalitas konsumen merupakan hal yang sangat penting bagi suatu usaha, karena konsumen yang loyal merupakan kunci sukses suatu bisnis atau usaha untuk terus bertahan dan mempertahankan konsumen yang loyal memang harus mendapatkan prioritas yang utama dari pada mendapatkan pelanggan yang baru. Pelanggan yang loyal akan memberi keuntungan bagi perusahaan karena pelanggan yang loyal secara tidak langsung berkontribusi dalam memperkenalkan produk atau jasa yang telah mereka rasakan kepada keluarga atau rekannya. Pelanggan yang loyal pun akan selalu menggunakan produk atau jasa dari perusahaan tersebut dan enggan menggunakan produk dari perusahaan lain (Lintang Ayu Setyani, 2014).

Untuk mendapatkan dan mempertahankan pelanggan yang loyal suatu salon kecantikan harus mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi loyalitas pelanggannya terhadap salon kecantikannya tersebut. Swasta dan Irawan (2002: 122) menyebutkan bahwa faktor-faktor yang menentukan adanya motif loyalitas konsumen atau langganannya adalah harga, penggolongan dan keragaman barang/ produk, pelayanan yang ditawarkan pada pelanggan, lokasi penjualan, desain fisik tempat tempat usaha, kemampuan tenaga penjual dan promosi.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penulis tertarik dan merasa perlu untuk melakukan penelitian mengenai **“Analisis tentang Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Arsyila Salon & SPA di Kota Bukittinggi”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini dapat didefinisikan sebagai berikut:

1. Perkembangan dunia kecantikan yang sangat pesat pada zaman sekarang.
2. Persaingan yang sangat ketat dilakukan oleh para pengusaha salon kecantikan dalam mengembangkan usahanya.
3. Faktor harga, penggolongan dan keragaman produk/ jasa, pelayanan, lokasi, desain tempat, dan promosi termasuk dalam upaya yang mempengaruhi loyalitas Arsyila Salon & SPA.
4. Mengetahui karakteristik responden pengunjung Arsyila Salon & SPA di Kota Bukittinggi.
5. Pentingnya pelanggan yang loyal bagi keberlangsungan tiap usaha salon kecantikan.
6. Ketidak stabilan para pengunjung Arsyila Salon & SPA.
7. Mengutamakan kepuasan pelanggan dalam melakukan perawatan di Arsyila Salon & SPA.
8. Belum adanya penelitian tentang faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan salon kecantikan.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka dalam penelitian ini penulis membatasi masalah loyalitas pelanggan sebagai berikut:

1. Loyalitas pelanggan ditinjau dari segi faktor harga.
2. Loyalitas pelanggan ditinjau dari segi faktor pelayanan.
3. Loyalitas pelanggan ditinjau dari segi faktor promosi.
4. Karakteristik responden yang berkunjung ke Arsyila Salon & SPA di Kota Bukittinggi.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi dan pembatasan masalah yang diuraikan di atas, maka yang menjadi rumusan masalah loyalitas pelanggan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah faktor harga mempengaruhi terhadap loyalitas pelanggan di Arsyila Salon & SPA di Kota Bukittinggi?
2. Apakah faktor pelayanan mempengaruhi terhadap loyalitas pelanggan di Arsyila Salon & SPA di Kota Bukittinggi?
3. Apakah faktor promosi mempengaruhi terhadap loyalitas pelanggan di Arsyila Salon & SPA di Kota Bukittinggi?
4. Bagaimana karakteristik responden yang berkunjung ke Arsyila Salon & SPA di Kota Bukittinggi?

E. Tujuan Penelitian

1. Tujuan Umum

Mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan Arsyila Salon & SPA di Kota Bukittinggi.

2. Tujuan Khusus

- a. Mengetahui pengaruh faktor harga terhadap loyalitas pelanggan.
- b. Mengetahui pengaruh faktor pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.
- c. Mengetahui pengaruh faktor promosi terhadap loyalitas pelanggan.
- d. Mengetahui karakteristik responden yang berkunjung ke Arsyila Salon & SPA di Kota Bukittinggi.

F. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi:

1. Prodi D4 Tata Rias dan Kecantikan, diharapkan dapat menambah informasi dan ilmu pengetahuan, khususnya yang berkaitan dengan mata kuliah dasar manajemen rias dan pengelolaan usaha rias serta sebagai bahan masukan untuk menjalankan usaha salon kecantikan.
2. Pemilik salon, dapat bermanfaat dalam rangka berbagai informasi terutama tentang apa saja faktor-faktor dalam mempengaruhi loyalitas pelanggan salon kecantikan.
3. Peneliti sebagai syarat menyelesaikan pendidikan D4 Prodi Pendidikan Tata Rias dan Kecantikan Jurusan Tata Rias dan Kecantikan Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang

4. Peneliti selanjutnya, sebagai bahan masukan dan referensi bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang dilakukan terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan Arsyila Salon & SPA Kota Bukittinggi, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil perhitungan Uji F yang diperoleh $F_{hitung} = 5.180$ hal ini menunjukkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $5.180 > 2.73$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti bahwa harga, pelayanan, dan promosi secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Arsyila Salon & SPA Kota Bukittinggi.
2. Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa 18.80% loyalitas pelanggan Arsyila Salon & SPA Kota Bukittinggi dijelaskan oleh variabel independen yang terdiri dari harga, pelayanan, dan promosi . Oleh karena itu, faktor harga, pelayanan, dan promosi harus dipertahankan dan lebih ditingkatkan lagi agar terciptanya loyalitas pelanggan yang tinggi terhadap Arsyila Salon & SPA Kota Bukittinggi.
3. Pengaruh faktor harga terhadap loyalitas pelanggan Arsyila Salon & SPA adalah positif signifikan, hal ini terdapat pada uji t statistik nilai signifikannya lebih kecil dari 0,05 ($0,035 < 0,05$). Dengan demikian faktor harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan salon dapat diterima.

4. Pengaruh faktor pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Arsyila Salon & SPA adalah positif signifikan, hal ini terdapat pada uji t statistik nilai signifikannya lebih kecil dari 0,05 ($0,046 < 0,05$). Dengan demikian faktor pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan salon dapat diterima.
5. Pengaruh faktor promosi terhadap loyalitas pelanggan Arsyila Salon & SPA adalah positif signifikan, hal ini terdapat pada uji t statistik nilai signifikannya lebih kecil dari 0,05 ($0,034 < 0,05$). Dengan demikian faktor promosi berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan salon dapat diterima.

B. Saran

Sesuai dengan kesimpulan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan maka dapat diajukan beberapa saran yang dapat memberikan manfaat bagi:

1. Bagi Universitas Negeri Padang, penelitian ini dapat menambah wawasan pihak pihak yang membaca, selain itu dapat menjadi referensi bagi mahasiswa lainnya dimasa mendatang yang juga ingin melakukan penelitian yang membahas masalah faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan salon kecantikan.
2. Bagi pihak salon faktor harga, pelayanan, dan promosi harus dipertahankan dan lebih ditingkatkan lagi agar terciptanya loyalitas pelanggan yang tinggi terhadap Arsyila Salon & SPA Kota Bukittinggi.

3. Bagi peneliti di masa mendatang diharapkan menggunakan metode atau model analisis yang berbeda dengan yang digunakan saat ini. Saran tersebut penting untuk meningkatkan ketepatan dan akurasi hasil penelitian yang diperoleh oleh peneliti dimasa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 1997. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek. Edisi Revisi IV*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Purbayu, Budi Santosa. 2005. "Analisis Statistik dengan Microcoft Excel dan SPSS". Yogyakarta: ANDI
- Churcill, Gilbert.a. 2005. "Dasar-dasar Riset Pemasaran". Jakarta: Erlangga
- Depdibud, 1991. "Kamus Besar Bahasa Indonesia". Jakarta: Balai Pustaka
- Dyah, Retnowati. 2008. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Citra dan Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Salon Larissa Skin Care & Hait Treatment" di Surakarta. Skripsi. UMS
- Ellitan, Lena. 1999."Membangun Loyalitas Melalui Costumer Satiffaction dan Costumer Oriented". Kompak
- Griffin, Jill. 2002. "Cotumer Loyalty". Jakarta: Erlangga
- Green, S.B., (1991), "How Many Subjects Does It Take To Do a Regression Analysis?", *Multivariate Behavioral Research*,26,499-510.
- Haryanto, supramono. 2005. "Statistika untuk Ekonomi dan Keuangan Modern". Jakarta : Erlangga
- Kotler, Amstrong. 2001. *Prinsip-prinsip pemasaran*, Edisi keduabelas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong, 1997. "Dasar-dasar Pemasaran". Jakarta: Prenhallindo
- Kotler, Phili. 2000. "Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian". Yoogyakarta: ANDI
- Martha, Enggar Puspita. 2015. "Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, dan Suasana Salon terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan". Skripsi. Program Sarjana Ekonomi Univerristas Negeri Yogyakarta
- Minerva, P. (2019). *Studi Tentang Hygiene dan Sanitasi pada Usaha Salon Kecantikan di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru*. Jurnal Kapita Selekt Geografi, 2(8), 75-94.
<http://ksgeo.ppj.unp.ac.id/index.php/ksgeo/article/view/293/193>