

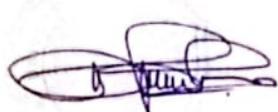
LEMBAR PERSETUJUAN JURNAL SKRIPSI

Nama : Dinda Ratnasari
NIM : 2021515064
Jurusan/Progdi : Manajemen
Judul Penelitian : Peningkatan Kepuasan Pelanggan skintific Di Toko
Sinar Kosmetik Karanganyar Melalui Kualitas produk, Harga
dan Kualitas Pelayanan.
Nama Pembimbing : Dra. Linda Nur Susila., MM.

Surakarta, 3 Februari 2025

Mengetahui,

Ketua Program Studi



Denny Mahendra, SE., MM.

NIDN. 0606077904

Pembimbing



Dra. Linda Nur Susila., MM.

NIDN. 0005026001

Peningkatan Kepuasan Pelanggan Skintific di Toko Sinar Kosmetik Karanganyar Melalui Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan

Increasing Skintific Customer Satisfaction at Sinar Kosmetik Karanganyar Shop Through Product Quality, Price and Service Quality

Dinda Ratnasari¹, Dra.Linda Nur Susila.,MM.²

Program Studi Manajemen, Universitas Dharma AUB

e-mail: * dindaratnasari001@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui peningkatan kepuasan pelanggan skintific di Toko Sinar Kosmetik Karanganyar melalui kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan. Periode yang digunakan dalam penelitian ini adalah di bulan september. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan skintific Toko Sinar Kosmetik. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling* dan diperoleh sampel sebanyak 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji instrumen, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji t, uji F, dan uji determinasi. Hasil penelitian analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan skintific di Toko Sinar Kosmetik Karanganyar. Hasil uji t menunjukkan bahwa secara persial kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan skintific di Toko Sinar Kosmetik Karanganyar, ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar 0,043. Untuk variabel harga berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan skintific di Toko Sinar Kosmetik Karanganyar, ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar 0,170. Dan untuk kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan skintific di Toko Sinar Kosmetik Karanganyar, ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar 0,009. Hasil uji F menunjukkan bahwa secara simultan kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan skintific di Toko Sinar Kosmetik Karanganyar, ditunjukkan dengan nilai F signifikansi sebesar 0,000. Hasil uji koefisien Adjusted R Square (R^2) kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan mampu mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 44,4% sisanya 55,6% dipengaruhi variabel lain diluar penelitian ini misalnya citra merek dan lokasi.

Kata kunci : Kepuasan Pelanggan, Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan.

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine the increase in skintific customer satisfaction at Toko Sinar Kosmetik Karanganyar through product quality, price and service quality. The period used in this study is in September. This study uses a quantitative approach. The population in this study is skintific customers of Toko Sinar Cosmetic. The sampling technique used was *accidental sampling* and a sample of 100 respondents was obtained. The data analysis techniques used were instrument test, classical assumption test, multiple linear regression analysis, t-test, F-test, and determination test. The results of the multiple linear regression analysis research show that product quality, price and service quality have a positive effect on skintific customer satisfaction at Toko Sinar Kosmetik Karanganyar. The results of the t-test showed that purely product quality had a positive and significant effect on skintific customer satisfaction at Toko Sinar Kosmetik Karanganyar, shown by

a significance value of 0.043. For price variables that have a positive and insignificant effect on skintific customer satisfaction at Toko Sinar Kosmetik Karanganyar, it is shown with a significance value of 0.170. And for the quality of service has a positive and significant effect on skintific customer satisfaction at the Sinar Kosmetik Karanganyar Shop, shown by a significance value of 0.009. The results of the F test showed that simultaneously product quality, price and service quality had a positive and significant effect on skintific customer satisfaction at Toko Sinar Kosmetik Karanganyar, indicated by an F value of significance of 0.000. The results of the Adjusted R Square (R^2) coefficient test are able to affect customer satisfaction by 44.4%, the remaining 55.6% are influenced by other variables outside this study, such as brand image and location.

Keywords: Customer Satisfaction, Product Quality, Price and Service Quality.

PENDAHULUAN

Perkembangan kosmetik di indonesia saat ini sangat pesat, setiap wanita menjadikan kosmetik adalah kebutuhan yang penting untuk sehari-hari, karena kosmetik sangat mempengaruhi penampilan seseorang. Penampilan merupakan modal yang sangat penting karena pada dasarnya seseorang ingin selalu tampil cantik dan menarik agar memiliki kepercayaan diri yang tinggi. Tidak hanya seorang wanita, laki laki pun membutuhkan skincare untuk merawat wajahnya agar tampil segar dan menarik untuk membentuk rasa percaya diri.

Gaya hidup di masyarakat yang semakin modern menjadikan mereka menuntut kesempurnaan, salah satunya adalah penampilan. Banyaknya produk skincare yang ada di Indonesia disebabkan oleh antusias dari permintaan konsumen yang tinggi. Skincare merupakan produk yang sangat penting bagi kulit terutama kulit wajah, sehingga konsumen sangat selektif dalam memilih produk dengan kualitas terbaik sesuai dengan jenis kulitnya.

Terkait fenomena kualitas produk yang bersumber dari observasi langsung membeli skintific, yaitu suatu produk skintific cukup memuaskan dan tidak mengecewakan, tetapi ada beberapa yang tidak cocok kulitnya memakai produk skintific. kualitas produk yang bagus akan menciptakan rasa kepuasan kepada pelanggan.

Terkait fenomena harga yang bersumber dari observasi langsung ke toko sinar kosmetik yaitu harga terjangkau mahal.

Untuk itu diperlukan kemasan produk ukuran kecil dengan harga lebih rendah.

Terkait fenomena kualitas pelayanan yang bersumber dari observasi langsung ke toko sinar kosmetik yaitu pelayanan yang ada di toko kecepatan karyawan kurang, terkadang harus dijelaskan secara detail dan masih bertanya keteman karyawan lainnya sehingga membuat pelanggan menunggu lama. Karyawan harus meningkatkan lagi kecepatan dalam merespon pelanggan agar pelanggan merasa puas untuk belanja disana.

Menurut Fatihudin dan Firmansyah (2019:178) kepuasan adalah patokan perbandingan antara apa yang dirasakan dengan apa yang di harapkan. Jika harapan tidak sesuai, maka pelanggan akan kecewa dan kemungkinan pindah ke produk pesaing. Oleh karena itu, sangat penting bagi perusahaan untuk mengetahui harapan pelanggan dalam penyampaian pelayanan yang berkualitas.

Hal ini didukung oleh penelitian Novi Wahyu Worodiyanti(2016) dan Dr. Maspiyah M.Kes(2016) dengan penelitian yang berjudul” Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Elladerma Skincare Malang” bahwa pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Elladerma Skincare Malang.

Kotler dan Amstrong (2009:283), mengungkapkan bahwa kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk dalam menjalankan fungsinya, hal itu termasuk

keseluruhan ketahanan, keandalan, ketepatan kemudahan pengoperasian produk juga atribut lainnya dan kepuasan pelanggan.

Hal ini didukung oleh penelitian Tri Putri Novia Sari,Dumadi, dan Dwi Harini (2019) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan Namun penelitian Hartanto dan andreani (2019) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Harga adalah sejumlah uang yang diberikan pelanggan sebagai imbalan atas penawaran tertentu yang berfungsi untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan barang beserta jasa yang diinginkan para pelanggan.

Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Novia Wahyu Worodiyanti (2016) dan Dr. Maspiyah M.Kes (2016) yang mengatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan penelitian Putri Novia Sari, Dumadi, dan Dwi Harini (2019) menyatakan bahwa harga berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kualitas Pelayanan adalah suatu tindakan yang dilakukan oleh perusahaan berupa hal yang tidak berwujud, namun dapat dirasakan oleh konsumen. kualitas Pelayanan merupakan tindakan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan para pelanggan. Kualitas Pelayanan berlaku untuk semua jenis layanan yang disediakan oleh perusahaan saat pelanggan berada di tempat.

Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Novia Wahyu Worodiyanti (2016) dan Dr. Maspiyah M.Kes (2016), Ana Fitriyatul Bilgies (2016) yang mengatakan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Namun penelitian Malik Ibrahim dan Sitti Marijam Thawil (2018) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka permasalahan

dari penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

- a. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan skintific di Toko Sinar Kosmetik Karanganyar?
- b. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan skintific di Toko Sinar Kosmetik Karanganyar ?
- c. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan skintific di Toko Sinar Kosmetik Karanganyar ?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dijelaskan diatas, maka tujuan penelitian yang dilakukan adalah untuk memberikan bukti empiris bahwa :

- a. Mengetahui secara empiris pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan skintific di Toko Sinar Kosmetik Karanganyar.
- b. Mengetahui secara empiris pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan skintific di Toko Sinar Kosmetik Karanganyar.
- c. Mengetahui secara empiris pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan skintific di Toko Sinar Kosmetik Karanganyar.

METODE

Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di jalan Timur Taman Pancasila no 18, kecamatan karanganyar, kabupaten karanganyar, Jawa Tengah 57711.

Obyek Penelitian

Obyek Penelitian adalah sesuatu yang menjadi sasaran penelitian. Dalam penelitian ini yang menjadi obyek penelitian adalah pelanggan skintific di toko sinar kosmetik karanganyar.

Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari atas subjek atau objek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini,

populasi diambil dari seluruh pelanggan skintific Toko Sinar Kosmetik Karanganyar.

Sampel

Sampel yang dipakai harus dapat mewakili dan mencerminkan populasi yang ada. Sampel ini mengambil sampel pelanggan skintific ditoko sinar kosmetik. Karena ukuran populasi yang tidak teridentifikasi, maka untuk menentukan sampel penelitian dari populasi tersebut dapat digunakan rumus menurut (Rao Purba dalam Kharis, 2011:55) yaitu :

$$n = \frac{Z^2}{4(moe)^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2}{4(10\%)^2}$$

$n = 96,04 = 97$ atau dibulatkan menjadi 100.

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

Z = 1,96 dengan tingkat kepercayaan 95%

Moe = margin of error, atau tingkat kesalahan maksimum adalah 10% per data.

Berdasarkan rumus diatas dapat diambil sampel minimum dari populasi yang banyak sebesar 97 orang responden. Untuk memudahkan penelitian, maka diambil responden sebanyak 100 responden yang sudah melakukan pembelian lebih dari 2 kali.

Teknik Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam penelitian adalah angket atau kuesioner. Kuesioner adalah instrumen penelitian yang digunakan untuk mengumpulkan informasi dari responden dalam bentuk pertanyaan tertulis. Kuesioner dalam penelitian ini menggunakan pertanyaan tertutup atau sudah tersedia pilihan jawabannya. Dalam penelitian ini, alat untuk pengukuran variabel yang digunakan adalah kuesioner dengan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur persepsi responden berdasarkan

tingkat persetujuan atau tidak kesetujuan responden.

Teknik Analisis Data

1. Uji Instrumen

Maksud dilakukan pengujian instrumen dalam penelitian ini adalah untuk mendapatkan data yang sah, valid dan data yang konsisten, agar bisa mendapatkan data yang valid dan sah yaitu dilakukan dengan cara uji validitas dan uji realibilitas.

2. Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik adalah uji persyaratan yang dilakukan sebelum melakukan analisis lebih lanjut terhadap data yang telah dikumpulkan. Pengujian asumsi klasik ini ditujukan agar dapat menghasilkan model regresi yang memenuhi kriteria BLUE (Best Linier Unbiased Estimator). Terdapat 4 uji asumsi klasik yang melandasi regresi yaitu Uji Multikolinieritas, Uji Autokorelasi, Uji Heteroskedastisitas, Uji Normalitas.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsi antara dua variabel bebas atau lebih dengan satu variabel terikat. Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen.

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

4. Uji Ketepatan Parameter Penduga (t-test)

Uji t digunakan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel independen secara persial terhadap variabel dependen. Dapat dikatakan berpengaruh signifikan apabila nilai $\text{sig} < \alpha (0,05)$.

5. Uji Koefisien Regresi Serentak (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui signifikan pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen. Dapat dikatakan berpengaruh signifikan apabila nilai $\text{sig} < \alpha (0,05)$.

6. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji Koefisien Determinasi (R^2) dilakukan untuk menentukan dan memprediksi seberapa besar atau penting kontribusi pengaruh yang diberikan oleh

variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

HASIL PENGUJIAN DATA

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

1) Kualitas Produk (X_1)

Item Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
XI.1	0,699	0,196	Valid
XI.2	0,494	0,196	Valid
XI.3	0,703	0,196	Valid
XI.4	0,721	0,196	Valid

Kualitas produk terdiri dari 4 item pertanyaan. Pengujian validitas menggunakan teknik *one shot methods* yaitu dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} , didapatkan hasil dari 4 item pertanyaan semua valid karena mempunyai nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Hasil tersebut mengindikasikan bahwa semua item pertanyaan dapat digunakan sebagai instrumen penelitian ini.

2) Harga (X_2)

Item Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X2.1	0,689	0,196	Valid
X2.2	0,826	0,196	Valid
X2.3	0,839	0,196	Valid
X2.4	0,754	0,196	Valid

Harga terdiri dari 4 item pertanyaan. Pengujian validitas menggunakan teknik *one shot methods* yaitu dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} , didapatkan hasil dari 4 item pertanyaan semua valid karena mempunyai nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Hasil tersebut mengindikasikan bahwa semua item pertanyaan dapat digunakan sebagai instrumen penelitian ini.

3) Pelayanan (X_3)

Kualitas Pelayanan terdiri dari 4 item pertanyaan. Pengujian validitas menggunakan teknik *one shot methods* yaitu dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan

Item Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X3.1	0,648	0,196	Valid
X3.2	0,797	0,196	Valid
X3.3	0,767	0,196	Valid
X3.4	0,758	0,196	Valid

nilai r_{tabel} , didapatkan hasil dari 4 item pertanyaan semua valid karena mempunyai nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Hasil tersebut mengindikasikan bahwa semua item pertanyaan dapat digunakan sebagai instrumen penelitian ini.

4) Kepuasan Pelanggan (Y)

Item Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Y1	0,574	0,196	Valid
Y2	0,620	0,196	Valid
Y3	0,582	0,196	Valid
Y4	0,568	0,196	Valid

Kepuasan Pelanggan terdiri dari 4 item pertanyaan. Pengujian validitas menggunakan teknik *one shot methods* yaitu dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} , didapatkan hasil dari 4 item pertanyaan semua valid karena mempunyai nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Hasil tersebut mengindikasikan bahwa semua item pertanyaan dapat digunakan sebagai instrumen penelitian ini.

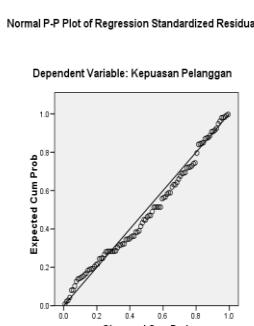
b. Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha Cronbach	Kriteria a	Ket
Kualitas Produk (X1)	0,825	0,60	Reliabel
Harga (X2)	0,899	0,60	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X3)	0,878	0,60	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,780	0,60	Reliabel

Dari hasil pengujian reliabilitas menunjukkan bahwa Cronbach alpha lebih besar dibandingkan dengan kriteria yang dipersyaratkan atau nilai kritis (*rule of thumb*) yaitu sebesar 0,600 sehingga dapat dikatakan bahwa pertanyaan seluruh variabel dalam keadaan reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas



Berdasarkan hasil normalitas diatas dapat disimpulkan bahwa model regresi sesuai dengan asumsi normalitas karena titik tersebut menyebar disekitar garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients ^a					
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance
1	(Constant)	5,150	1,165	4,421	,000	
	Kualitas Produk	,182	,089	,216	,043	,506
	Harga	,182	,132	,200	,170	,268
	Kualitas Pelayanan	,311	,117	,340	,2,661	,3,733

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas diatas dapat diketahui mempunyai nilai VIF masing masing lebih

kecil dari 10, dan tolerance nya masing masing lebih besar dari 0,1 sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas.

c. Uji Autokorelasi

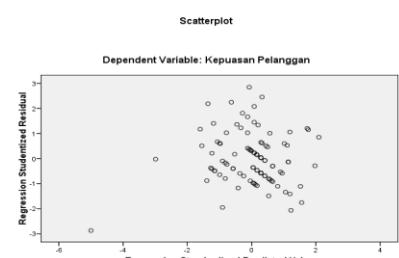
Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,679 ^a	,460	,444	1,644	1,960

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk , Harga

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji autokorelasi diatas dapat dilihat bahwa Durbin Watson (DW) sebesar 1,960. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa nilai DW (1,960) terletak diantara $d_L < DW < 4 - d_U$ atau $1,6131 < 1,960 < 2,264$ maka disimpulkan bahwa tidak adanya autokorelasi.

d. Uji Heterokedastisitas



Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat titik titik data penyebar diatas dan dibawah atau sekitar angka 0 (nol) dan titik titik tidak mengumpul hanya diatas dan dibawah saja. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadinya heterokedastisitas.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients ^a					
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta	t		
1	(Constant)	5,150	1,165		4,421	,000
	Kualitas Produk	,182	,089	,216	,043	,506
	Harga	,182	,132	,200	,170	,268
	Kualitas Pelayanan	,311	,117	,340	,2,661	,3,733

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Dari hasil data diatas dapat dirumuskan model regresi sebagai berikut :

$$Y = 5,150 + 0,182X_1 + 0,182X_2 + 0,311X_3$$

Persamaan regresi tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut :

- a. $\alpha = 5,150$ apabila kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan sama dengan nol atau konstan maka kepuasan pelanggan positif, Artinya pelanggan tetap merasa puas.

- b. $b_1 = 0,182$ artinya bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Apabila kualitas produk ditingkatkan maka kepuasan pelanggan akan meningkat dengan asumsi harga dan kualitas pelayanan tetap.
- c. $b_2 = 0,182$ artinya bahwa harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Apabila keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, dan harga yang bersaing ditingkatkan maka kepuasan pelanggan akan meningkat dengan asumsi kualitas produk dan kualitas pelayanan tetap.
- d. $b_3 = 0,311$ artinya bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Apabila kualitas pelayanan ditingkatkan maka kepuasan pelanggan akan meningkat dengan kualitas produk dan harga tetap.

4. Uji Ketepatan Parameter Penduga (t-test)

Model	T	Sig	Hasil
Kualitas Produk	2,052	0,043	Diterima
Harga	1,381	0,170	Ditolak
Kualitas Pelayanan	2,661	0,009	Diterima

Berdasarkan hasil uji t diatas dapat disimpulkan sebagai berikut :

- a. Nilai t_{hitung} kualitas produk sebesar 2,052 dengan nilai signifikansi $0,043 < 0,05$ yang berarti kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan skintific di Toko Sinar Kosmetik Karanganyar. Hipotesis yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hipotesis 1 terbukti kebenarannya.
- b. Nilai t_{hitung} harga sebesar 1,381 dengan nilai signifikansi $0,170 > 0,05$ yang berarti harga berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan skintific di Toko Sinar Kosmetik Karanganyar. Hipotesis yang menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hipotesis 2 tidak terbukti kebenarannya.

- c. Nilai t_{hitung} kualitas pelayanan sebesar 2,661 dengan nilai signifikansi $0,009 < 0,05$ yang berarti kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan skintific di Toko Sinar Kosmetik Karanganyar. Hipotesis yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hipotesis 3 terbukti kebenarannya.

5. Uji F

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	221,466	3	73,822	27,307	,000 ^a
Residual	259,524	96	2,703		
Total	480,990	99			

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk , Harga

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Hasil uji secara serentak (uji F) diketahui besarnya nilai $F_{hitung} = 27,307$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan secara simultan kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan skintific di Toko Sinar Kosmetik Karanganyar.

6. Uji koefisien Adjusted R Square

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,679 ^a	,460	,444	1,644	1,960

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk , Harga

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan uji koefisien Adjusted R Square sebesar 0,444 yang artinya bahwa kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan mampu mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 44,4% sisanya 55,6% dipengaruhi variabel lain diluar penelitian ini misalnya lokasi dan citra merk.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan

Nilai t_{hitung} pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan sebesar 2,052 dengan nilai signifikansi $0,043 < 0,05$ maka kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan skintific di toko sinar kosmetik.

Apabila kualitas produk (manfaat produk, daya tahan, kemasan dan keamanan produk) ditingkatkan, maka kepuasan pelanggan akan meningkat secara signifikan.

Hasil penelitian ini mendukung mendukung hasil penelitian terdahulu dari Novi Wahyu Worodiyanti (2016) dan Dr. Maspiyah M. Kes (2016) yang berjudul “ Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Elladerma Skincare Malang”, oleh Putri Novia Sari, Dumadi dan Dwi Harini (2019) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

2. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan

Nilai t_{hitung} pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan sebesar 1,381 dengan nilai signifikansi $0,170 > 0,05$ maka harga berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan skintific toko sinar kosmetik. Apabila harga (daya saing, keterjangkauan, kesesuaian harga dengan kualitas dan kesesuaian harga dengan manfaat) ditingkatkan, maka kenaikan kepuasan pelanggan tidak berarti.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian terdahulu dari Ana Fitriyatul Bilgies (2016) yang berjudul “Peran Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Billagio Skincare Clinic Sidoarjo”, oleh Putri Novia Sari, Dumadi, dan Dwi Harini (2019) yang berjudul “ Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada pengguna Skincare MS GLOW di Store Rofa Losari Brebes”, yang menyatakan bahwa harga berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan oleh Novi Wahyu Worodiyanti (2016) dan Dr. Maspiyah M.Kes (2016) yang berjudul “ Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Elladerma Skincare Malang”, oleh Erni Eris Setiawati, Srining Wahyu dan Daris Zunaida (2013) yang berjudul “ Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kualitas Produk terhadap kepuasan pelanggan (Studi kasus pada konsumen

skincare Unilever di Aster kosmetik Malang” yang menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

3. Pengaruh Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Nilai t_{hitung} pengaruh pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 2,661 dengan nilai signifikansi $0,009 < 0,05$ maka kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan skintific Toko Sinar Kosmetik. Apabila kualitas pelayanan (keramahan, empati, kecepatan dan ketepatan dalam menghitung bill) ditingkatkan, maka kepuasan pelanggan akan meningkat secara signifikan.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian terdahulu dari Novi Worodiyanti (2016) dan Dr. Maspiyah M. Kes (2016) yang berjudul berjudul “ Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Elladerma Skincare Malang”, oleh Ana Fitriyatul Bilgies (2016), oleh Putri Novia Sari, Dumadi dan Dwi Harini (2019), oleh Erni Eris Setiawati, Srining Wahyu dan Daris Zunaida (2013) yang menyatakan bahwa pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

IMPLIKASI HASIL PENELITIAN

1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan

Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, artinya bahwa semakin tinggi kualitas produk maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan skintific toko sinar kosmetik karanganyar. Upaya yang dilakukan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan melalui kualitas produk sebagai berikut :

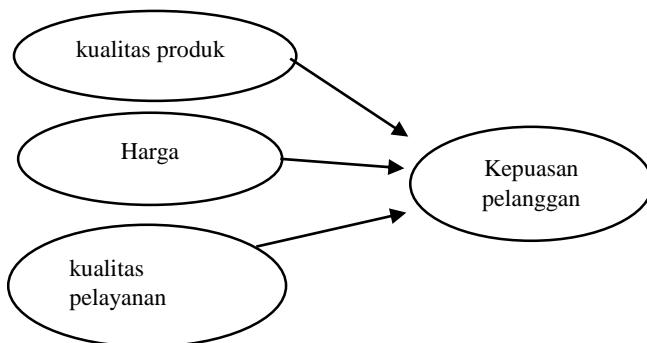
- a. Meningkatkan keamanan produk dari efek samping
 - b. Meningkatkan keamanan dan desain kemasan produk
 - c. Meningkatkan kualitas produk sesuai dengan harapan
2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan,

artinya bahwa semakin cepat dan teliti dalam melayani pelanggan maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan skintific toko sinar kosmetik karanganyar. Upaya yang dilakukan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan melalui kualitas pelayanan sebagai berikut :

- a. Meningkatkan perhatian secara pribadi kepada pelanggan
- b. Meningkatkan kecepatan dalam melayani pelanggan
- c. Meningkatkan ketelitian dalam pembuatan nota pembelian
3. Pengaruh Harga terhadap kepuasan pelanggan
Harga berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sehingga upaya yang perlu dilakukan skintific yaitu mempertahankan harga yang sudah ada.

KERANGKA PEMIKIRAN



Keterangan:

1. Variabel Bebas (Independent Variabel) adalah variabel yang mempengaruhi variabel yang lain yaitu kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan.
2. Variabel terikat (Dependent Variabel) adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain yaitu kepuasan pelanggan. Variabel kualitas produk berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan, variabel harga berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan, variabel pelayanan berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan.

PENUTUP

KESIMPULAN

Hasil penelitian ini dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan skintific Toko Sinar Kosmetik Karanganyar.
2. Hasil uji t menunjukkan bahwa secara persial kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan skintific Toko Sinar Kosmetik Karanganyar. Sedangkan harga berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan skintific Toko Sinar Kosmetik Karanganyar.
3. Hasil uji F menunjukkan bahwa secara simultan kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan skintific Toko Sinar Kosmetik Karanganyar.
4. Berdasarkan uji koefisien Adjusted R Square kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan mampu mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 44,4% sisanya 55,6% dipengaruhi variabel lain diluar penelitian ini misalnya lokasi dan citra merek.

SARAN

Adapun saran yang dapat peneliti sampaikan dalam penelitian ini antara lain:

1. Meningkatkan kualitas produk, misalnya :
 - a. Meningkatkan keamanan produk dari efek samping. Contohnya, melakukan pengujian klinik yang lebih ketat, dengan melakukan uji coba dermatologis untuk memastikan bahwa produk tidak menyebabkan alergi atau reaksi negatif pada kulit, terutama untuk produk yang digunakan pada kulit sensitif.
 - b. Meningkatkan keamanan dan desain kemasan produk. Contohnya, menggunakan bahan dan desain kemasan yang anti bocor dan tahan terhadap kontaminasi, dengan menerapkan desain

- kemasan dengan sistem tutup yang rapat atau sistem pompa untuk mencegah kebocoran dan kontaminasi, sehingga produk tetap higienis dan aman dalam jangka panjang.
- c. Meningkatkan kualitas produk sesuai dengan harapan. Contohnya, pemilihan bahan yang tepat dan inovatif, dengan menggunakan bahan-bahan terbaru yang aman dan efektif, yang dapat membantu memenuhi harapan pelanggan, seperti bahan anti-penuaan atau bahan yang lebih ringan dan cepat diserap kulit, dan menggunakan bahan yang dapat mengatasi berbagai jenis masalah kulit seperti kulit berjerawat, kulit sensitif atau kulit kering.
 2. Meningkatkan kualitas pelayanan, misalnya :
 - a. Meningkatkan perhatian secara pribadi kepada pelanggan. Contohnya, responsif terhadap keluhan pelanggan, dengan menanggapi keluhan dan pertanyaan pelanggan dengan cepat dan penuh perhatian, jika seorang pelanggan mengeluhkan masalah kulit setelah menggunakan produk, tim layanan pelanggan bisa memberikan saran terkait perawatan lanjutan atau menawarkan konsultasi dengan ahli.
 - b. Meningkatkan kecepatan dalam melayani pelanggan. Contohnya, melatih karyawan toko untuk memahami produk secara mendalam dan mampu memberikan rekomendasi yang tepat kepada pelanggan dengan cepat, dengan pengetahuan yang baik, staf dapat mengurangi waktu yang dibutuhkan untuk menjelaskan produk dan membantu pelanggan.
 - c. Meningkatkan ketelitian dalam pembuatan nota pembelian. Contohnya, sebelum mencetak nota, periksa kembali semua produk sesuai dengan kode produk, nama produk, termasuk jumlah produk yang dibeli, harga per unit, dan total harga, ini untuk memastikan bahwa tidak ada kesalahan dalam perhitungan sehingga dapat menurunkan kepercayaan pelanggan.
 3. Mempertahankan Harga yang sudah ada.
 4. Penelitian ini hanya mengukur variabel kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan skintific Toko Sinar Kosmetik Karanganyar, untuk itu diharapkan pada penelitian mendatang dapat melakukan penelitian menggunakan variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan skintific Toko Sinar Kosmetik Karanganyar.

DAFTAR PUSTAKA

- Bilgies, A. F. (2016). *Peran kualitas produk, harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan billagio skincare clinic*.
- Kotler Philip, dan Gary Armstrong. 2014. *Principles Of Marketing*, Global Edition, 14th Edition, Pearson Education.
- Putri Novia Sari, D. D. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan pada pengguna Skincare Ms Glow di Store Rofa Losari Brebes*.
- Setiawati, E. E., Nuring wahyu, S., & Zunaida, D. (2023). *Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Konsumen Skincare Unilever di Aster Kosmetik Malang)*. *JIAGABI (Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis)*, 14(2), 186-192.
- Worodiyanti, N. W., & Maspriyah, M. K. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Elladerma Skin Care Malang*. *Jurnal Fakultas Teknik Universitas Negeri Surabaya*. Surabaya

Gunawan, I., & Santo Hegiarto, A. (2024). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Surabi Haneut Lembang. *Prosiding FRIMA (Festival Riset Ilmiah Manajemen dan Akuntansi)*, 1(7), 1459-1474