

Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Klinik Kecantikan Puspita Cabang Kotabumi

Tri Lestira Putri Warganegara¹, Devi Alviyani²

^{1,2}Program Studi Manajemen, Universitas Bandar Lampung

e-mail: tira@ubl.ac.id

Abstract

The problems formulated are, Does Product Quality affect Customer Loyalty, Does Service Quality affect Customer Loyalty, Does Product Quality and Service Quality simultaneously affect Customer Loyalty. The purpose of this research is to determine the effect of product quality on customer loyalty, to determine the effect of service quality on customer loyalty, to determine the effect of product quality and service quality together on customer loyalty. The sample in this study were consumers at the Puspita Beauty Clinic Kotabumi Branch, amounting to 100 respondents. Data collection used a questionnaire. The method used is multiple linear regression. The results of this study are Product Quality Affects Customer Loyalty at Puspita Beauty Clinic, Kotabumi Branch, Service Quality Influences Customer Loyalty at Puspita Beauty Clinic Kotabumi Branch, Product Quality and Service Quality Affects Customer Loyalty at Puspita Beauty Clinic, Kotabumi Branch.

Keywords: *Product Quality, Service Quality, Customer Loyalty*

Abstrak

Permasalahan yang dirumuskan adalah, Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan, Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan, Apakah Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan, untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan, untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama terhadap Loyalitas Pelanggan. Sampel dalam penelitian adalah konsumen pada Klinik Kecantikan Puspita Cabang Kotabumi yang berjumlah 100 orang responden. Pengumpulan data menggunakan kuesioner. Metode yang digunakan adalah Regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini adalah Kualitas Produk Berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Klinik Kecantikan Puspita Cabang Kotabumi, Kualitas pelayanan Berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Klinik Kecantikan Puspita Cabang Kotabumi, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Klinik Kecantikan Puspita Cabang Kotabumi.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Loyalitas Pelanggan

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perkembangan zaman dan teknologi yang semakin maju mengakibatkan kebutuhan masyarakat saat ini semakin meningkat. Masyarakat tidak hanya memikirkan kebutuhan akan sandang, pangan dan papan, namun masyarakat sudah mulai memikirkan kebutuhan lainnya, seperti kebutuhan akan penampilan, kecantikan dan sebagainya.

Masalah penampilan seseorang merupakan bagian dari hidup manusia yang harus diperhatikan. Hal ini dikaitkan dengan fenomena yang ada, bahwa sebagian besar masyarakat menganggap wanita memiliki kesempurnaan jika ia memiliki wajah yang cantik, berkulit halus dan mulus serta bersinar, dengan tubuh yang indah dan langsing. Anggapan ini berkembang sebagai akibat dari maraknya iklan, berita, film, sinetron, infotainment, artikel dan foto-foto di media yang sering kali menampilkan wajah maupun bentuk tubuh yang sempurna.

Kebutuhan wanita akan fasilitas kesehatan dan kecantikan saat ini terus meningkat, karena wanita sudah menyadari begitu pentingnya kesehatan tubuh dan merawatnya agar terlihat cantik dan sehat. Kondisi inilah yang antara lain menyebabkan tumbuh dan berkembangnya jasa yang bergerak

Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Klinik Kecantikan Puspita Cabang Kotabumi (Tri Lestira Putri Warganegara)

di industri kecantikan. Dahulu, perawatan kecantikan yang dilakukan kaum wanita masih menggunakan bahan-bahan tradisional seperti membuat masker wajah dari buah-buahan.

Saat ini sudah ada salon kecantikan dan klinik kecantikan tempat untuk mempercantik diri.

Klinik Kecantikan Puspita merupakan salah satu klinik yang ada di Kotabumi. Klinik tersebut saat ini menjadi salah satu alternatif bagi masyarakat khususnya kaum hawa untuk melakukan perawatan wajah. Produk perawatan yang disediakan pun termasuk lengkap dengan harga yang terjangkau. Berbagai produk perawatan wajah dan tubuh disediakan oleh Klinik Kecantikan Puspita guna memenuhi kebutuhan konsumennya. Produk perawatan wajah yang disediakan oleh industri ini berupa cream pagi, cream malam, tooner, sabun muka, facial treatment seperti facial honey, facial detox, setrika wajah dan tanam benang.

Pada beberapa klinik kecantikan sudah menggunakan alat kesehatan yang ditunjang teknologi modern yang menggunakan mesin dengan teknologi laser yang canggih agar dapat menjadi alternatif bagi konsumen dalam usaha untuk memperoleh kecantikan. Pada kenyataannya dibalik pesatnya pertumbuhan klinik kecantikan terdapat beberapa sisi negatifnya, diantaranya banyak konsumen yang ternyata tidak cocok dengan beberapa produk kecantikan yang dikeluarkan oleh klinik kecantikan tersebut. Hal ini tentu saja dapat memberikan dampak buruk bagi konsumen baik secara materiil maupun psikis.

Berdasarkan Pasal 19 UUPK pihak klinik kecantikan harus bertanggung jawab apabila konsumen tidak cocok dengan produk klinik kecantikan tersebut. Hal ini bisa terjadi karena adanya kondisi berbeda dari masing-masing konsumen itu sendiri ataupun dari kelalaian pelaku usaha dalam hal ini klinik kecantikan.

Klinik Kecantikan Puspita memberikan solusi bagi keunikan kebutuhan perawatan kulit wajah yang menghadapi masalah seperti : jerawat (acne), komedo, bopeng (scar), flek hitam (hyperpigmentation), penuaan dini (photoaging), pori-pori besar (enlarged pores), kulit kusam dan kering, sensitif dan sebagainya. Produk yang diproduksi hanya dijual di klinik Kecantikan Puspita dan tidak dijual bebas di pasaran. Klinik Kecantikan Puspita memiliki Keutamaan atau keunggulan keunggulan di bandingkan tempat-tempat lain, diantaranya pelayanan yang memuaskan dengan dibantu oleh Sumber Daya Manusia (SDM) yang sudah sangat terlatih serta alat-alat untuk perawatannya juga.

Perkembangan industri kecantikan di Kota ini sudah sangatlah pesat, sehingga menimbulkan persaingan yang ketat bagi Klinik Kecantikan Puspita. Dengan demikian, klinik Kecantikan Puspita haruslah berupaya agar tetap menjaga dan mempertahankan serta meningkatkan kepuasan konsumen agar tidak berpindah pada perusahaan yang lain. Pada perusahaan, salah satu faktor penentu kesuksesan dalam menciptakan loyalitas pelanggan adalah kepercayaan pada merek tersebut, nilai yang dirasakan konsumen serta kepuasan konsumen terhadap merek produk. Konsumen yang percaya pada suatu merek, cenderung akan mempercayakan masalahnya pada merek tersebut.

Kepercayaan konsumen terhadap merek (brand trust) akan berdampak terhadap kesetiaan sikap ataupun perilaku konsumen terhadap suatu merek menyebutkan bahwa loyalitas merek adalah kelekatan konsumen pada nilai yang tinggi dari suatu merek, dengan kelekatan yang dibangun ini maka konsumen akan menolak segala strategi yang dilakukan oleh kompetitor merek. Konsumen akan memberikan loyalitas dan kepercayaannya pada merek selama merek tersebut sesuai dengan harapan yang dimiliki oleh konsumen, bertindak dalam cara-cara tertentu dan menawarkan nilai-nilai tertentu. Klinik Kecantikan Puspita harus memberikan rasa kepercayaan konsumen terhadap mereknya bahwa merek yang mereka inginkan dapat diandalkan, tidak merugikan, serta memberikan jaminan dan kinerjanya sangat bermanfaat. Melalui kepercayaan kepada nama merek yang memiliki reputasi kualitas dapat menjadi cara efektif untuk mengurangi resiko.

Jurnal Manajemen dan Bisnis (JMB)

ISSN: 2745-892x

Vol. 1, No. 2, Oktober 2020

Klinik Kecantikan Puspita pada tahun 2018 Mengalami fluktuasi dengan perkembangan penjualan sebesar 12,4% Target perkembangan Penjualan Klinik Kecantikan Puspita Cabang Kotabumi yaitu sebesar 15%. Jumlah Konsumen Klinik Kecantikan Puspita Cabang Kotabumi Tahun 2017 berfluktuasi dengan Perkembangan jumlah konsumen 8,5%. Target jumlah konsumen pada Klinik Kecantikan Puspita Cabang Kotabumi yaitu sebesar 10% yang didapat dari hasil wawancara yang di lakukan peneliti terhadap pemilik Klinik Kecantikan Puspita Cabang Kotabumi.

Tinjauan Pustaka**Manajemen Pemasaran**

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lene Keller (2012;5) mendefinisikan manajemen pemasaran adalah sebagai berikut : “Seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan konsumen dengan menciptakan, menghantarkan, dan mengomunikasikan nilai konsumen yang unggul.

Menurut McCarthy (2009;63) Bauran Pemasaran adalah mengklasifikasi alat-alat itu untuk menjadi 4 kelompok yang luas dan disebut 4P. Dalam pemasaran 4P yaitu product, price, promotion, place.

Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat, menurut Tjiptono, et al.(2008:68).

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau service yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramahmatamahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen, menurut Zeithaml, Bitner, Gremler (2013;178).

Loyalitas Pelanggan

Menurut Engel (2005: 605), loyalitas juga didefinisikan sebagai komitmen mendalam untuk membeli ulang atau mengulang pola preferensi produk atau layanan di masa yang akan datang, yang menyebabkan pembelian berulang merek yang sama atau suatu set merek yang sama, walaupun ada keterlibatan faktor situasional dan upaya-upaya pemasaran yang berpotensi menyebabkan perilaku berpindah merek.

Berdasarkan latar belakang peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H1 : Kualitas produk berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Loyalitas pelanggan di klinik kecantikan Puspita

H2 : Kualitas pelayanan berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Klinik Kecantikan Puspita

H3 : Kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan di klinik kecantikan Puspita

2. METODE PENELITIAN**Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

Penelitian Kepustakaan (Library Research)

Penelitian kepustakaan yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara mengumpulkan dan mempelajari bahan-bahan kepustakaan seperti buku – buku, literatur – literatur, karya ilmiah, artikel, dan bacaan lainnya yang berhubungan dengan penelitian.

Penelitian Lapangan (Field Research)

Penelitian lapangan yaitu penelitian yang dilakukan dengan melihat secara langsung terhadap objek penelitian yang diteliti melalui kunjungan langsung melalui observasi, wawancara, dan kuisioner.

Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Klinik Kecantikan Puspita Cabang Kotabumi (Tri Lestira Putri Warganegara)

Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan kerangka kondisi pengumpulan dan analisis data yang bertujuan untuk menjawab tujuan penelitian. Penelitian ini menggunakan desain penelitian deskriptif & kuantitatif.

Definisi Operasional Variabel

Kualitas produk merupakan ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat, menurut Tjiptono, *et al.* (2008:68).

Kualitas pelayan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau service yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen, menurut Zeithaml, Bitner, Gremler (2013:178).

Loyalitas pelanggan adalah komitmen mendalam untuk membeli ulang atau mengulang pola preferensi produk atau layanan di masa yang akan datang, yang menyebabkan pembelian berulang merek yang sama atau suatu set merek yang sama, walaupun ada keterlibatan faktor situasional dan upaya-upaya pemasaran yang berpotensi menyebabkan perilaku berpindah merek, menurut Engel (2005: 605)

Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi
2. Wawancara
3. Dokumentasi
4. Kuisisioner

Uji Validitas

Uji validitas adalah untuk mengetahui instrumen benar-benar mengukur hal yang ingin diukur (Sugiyono, 2014). Uji validitas alat pengumpul data menggunakan Pearson Product Moment (r). Dasar pengambilan keputusan adalah valid jika $r_{hit} > r_{tab}$ tidak valid jika $r_{hit} < r_{tab}$.

Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah alat ukur yang digunakan dapat dipercaya. Dalam penelitian ini item atau pertanyaan pada kuesioner yang sudah valid, di uji dengan rumus Alpha Cronbach. Dasar pengambilan keputusan adalah reliabel jika $\alpha > r_{tabel}$ (0,6) (Hastono, 2011).

Analisis Kualitatif

Analisis kualitatif adalah analisis yang menggambarkan secara rinci, dengan interpretasi terhadap data diperoleh melalui pendekatan teoritis. Dalam hal ini untuk menyederhanakan data kedalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan melalui tabel derajat kebebasan (degrees of freedom).

Angka derajat kebebasan (degrees of freedom) diartikan sebagai jumlah total pengamatan dalam sampel (= N) dikurangi banyaknya kendali (linier) bebas atau pembatasan (restriksi) yang diletakan atas pengamatan tadi. Dengan perkataan lain, angka derajat kebebasan adalah banyaknya pengamatan bebas dari total pengamatan N. Sehingga rumus umum untuk menentukan derajat kebebasan (db) adalah total pengamatan (N) dikurangi banyaknya parameter yang ditaksir atau $df = N - \text{banyaknya parameter yang ditaksir (k)}$. Dalam analisis data yang bersifat kualitatif dapat digambarkan dengan menggunakan alat uji interval kelas, yaitu :

Keterangan :

- I = Interval Kelas
- NT = Nilai tertinggi
- NR = Nilai Terendah
- K = Kategori

Analisis Kuantitatif**Analisis Regresi Linear Berganda**

Analisis kuantitatif merupakan analisis yang digunakan untuk mengukur dan menghitung data-data dalam bentuk angka. Analisis ini memiliki tujuan yaitu untuk diketahuinya besaran pengaruh dari suatu variabel atau sesuatu yang terdapat dalam variabel lain secara kuantitatif. Perhitungan dengan metode statistik digunakan dalam analisis ini untuk menggunakan software SPSS 22 untuk kemudahan dalam penelitian ini.

Analisis regresi linier berganda merupakan kaitan secara linier antara dua atau lebih variabel bebas (X_1, X_2, \dots, X_n) dengan variabel terikat (Y). Analisis ini digunakan dengan tujuan meramalkan besarnya dampak variabel bebas terhadap variabel terikat. Persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + et$$

Dimana:

- a = Konstanta yang merupakan rata-rata nilai Y pada saat nilai X_1 dan X_2 sama dengan 0
- Y = Loyalitas Pelanggan
- X_1 = Kualitas Produk
- X_2 = Kualitas Pelayanan
- b_1 = Koefisien Regresi Variabel X_1
- b_2 = Koefisien Regresi Variabel X_2
- et = Varians pengganggu

3. HASIL DAN PEMBAHASAN**Uji Validitas dan Reliabilitas**

Setelah peneliti melakukan penyebaran kuesioner kepada responden tentang kualitas produk, kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan, kemudian hasil tanggapan responden kemudian diolah memakai program software SPSS, dengan demikian kesimpulan yang ditarik dari seluruh kuesioner tentang kualitas produk, kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan pembelian dinyatakan "Valid dan Reliable".

Analisis Data Kualitatif

Berdasarkan tabel bisa dijelaskan yaitu nilai rata-rata tanggapan responden atas semua pertanyaan mengenai kualitas produk, kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan menggambarkan bahwa responden secara umum memberikan penilaian "setuju" terhadap kualitas produk dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada klinik kecantikan Puspita cabang Kotabumi.

Analisis Kuantitatif

Tabel 3.1
Uji Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.030	2.181		1.389	.168
Kualitas Produk	.416	.101	.340	4.106	.000
Kualitas Pelayanan	.419	.079	.438	5.297	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber: Data Diolah dengan SPSS 17, 2019

Interpretasi

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e_t$$

$$Y = 3,030 + 0,416X_1 + 0,419X_2 + e_t$$

Interpretasi:

1. Hasil diatas dapat dinyatakan dalam bentuk persamaan $Y = 3,030 + 0,416X_1 + 0,419X_2$ yang dapat diinterpretasikan sebagai berikut, Persamaan $Y = 3,030 + 0,416X_1 + 0,419X_2$ mengindikasikan bahwa koefisien variabel variabel Kualitas Pelayanan (0,419) mempunyai nilai lebih besar dari pada nilai koefisien variabel Kualitas Produk(0,416).
2. Nilai koefisien untuk variabel Kualitas Produk (X_1) sebesar 0,416 mengandung arti bahwa terdapat pengaruh positif antara variabel Kualitas Produk (X_1) terhadap variabel Loyalitas Pelanggan (Y) pada Klinik Kecantikan Puspita, sehingga pada setiap peningkatan atau kenaikan poin yang dilakukan terhadap variabel Kualitas Produk (X_1) sebesar 1 unit, maka akan meningkatkan variabel Loyalitas Pelanggan (Y) pada Klinik Kecantikan Puspita sebesar 0,416 poin pada konstanta 3,030.
3. Nilai koefisien untuk variabel Kualitas Pelayanan (X_2) sebesar 0,419 mengandung arti bahwa terdapat pengaruh positif antara variabel Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap variabel Loyalitas Pelanggan (Y) pada Klinik Kecantikan Puspita, sehingga setiap peningkatan atau kenaikan poin yang dilakukan terhadap variabel Kualitas Pelayanan (X_2) sebesar 1 unit, maka akan meningkatkan variabel Loyalitas Pelanggan (Y) pada Klinik Kecantikan Puspita sebesar 0,419 poin pada konstanta 3,030.
4. Maka dapat di simpulkan dari kedua variabel tersebut menunjukkan bahwa terjadinya Loyalitas Pelanggan yang Setuju lebih banyak atau lebih dominan dipengaruhi oleh Kualitas Pelayanan dari pada Kualitas Produk.

Koefisien Determinasi

Tabel 3.2
Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.590 ^a	.348	.335	2.473

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

Dari tabel di atas memperlihatkan keeratan pengaruh variabel Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan. Hasil perhitungan diperoleh $R_{X_1, X_2, Y} = 0,590$ dan koefisien determinasi sebesar $R_{X_1, X_2, Y}^2 = 0,348$ atau 34,8%. Besarnya koefisien determinasi, memberikan arti bahwa besarnya perubahan pada variabel Loyalitas Pelanggan 34,8% dipengaruhi oleh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan, sedangkan sisanya 65,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak penulis teliti seperti Promosi, Harga, Kepuasan Konsumen, Tempat dan lain-lain.

Uji Hipotesis Secara Parsial atau Uji t

Pengujian hipotesis secara parsial dapat dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat, jika nilai sig < 0,05 maka hipotesis yang diajukan diterima atau H_0 ditolak dan H_a diterima.

Tabel 3.3
Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Pengaruh	t_{hitung}	$t_{tabel}(n-2;\alpha 0,05)$	Kondisi	Kesimpulan
X ₁ ke Y	4.106	1,975	$t_{hitung} > t_{tabel}$ (0,00 < 0,05)	Ho ditolak dan Ha diterima
X ₂ ke Y	5.297	1,975	$t_{hitung} > t_{tabel}$ (0,000 < 0,05)	Ho ditolak dan Ha diterima

Sumber: Data Diolah, 2019

Uji Hipotesis Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan uji hipotesis diatas di dapat t_{hitung} variabel Kualitas Produk sebesar 4,106 dengan tingkat signifikan 0,000 karena probality jauh lebih kecil dari 0,050 maka Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, berarti Ho ditolak dan Ha diterima. Dengan demikian hipotesis pertama “Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Klinik Kecantikan Puspita” diterima.

Uji Hipotesis Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan uji hipotesis diatas di dapat t_{hitung} variabel Kualitas Pelayanan sebesar 5,297 dengan tingkat signifikan 0,000 karena probality jauh lebih kecil dari 0,050 maka Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, berarti Ho ditolak dan Ha diterima. Dengan demikian hipotesis kedua “Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Klinik Kecantikan Puspita” diterima.

Uji Hipotesis Anova atau Uji F

Tabel 3.4
Uji Hipotesis Secara Anova (Uji F)

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	316.785	2	158.393	25.895	.000 ^a
	Residual	593.325	97	6.117		
	Total	910.110	99			

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

b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Dari uji anova atau F test didapat F hitung sebesar 25,895 dengan F tabel sebesar 3,09 dengan tingkat signifikan 0,000 karena probability jauh lebih kecil dari 0,050 maka Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, berarti Ho ditolak Ha diterima. Dengan demikian hipotesis ketiga : “Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Klinik Kecantikan Puspita” dapat diterima.

4. KESIMPULAN

Kesimpulan tersebut ditunjukkan dari temuan-temuan hasil analisis sebagai berikut :

1. Kualitas Produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Klinik Kecantikan Puspita. Artinya Kualitas Produk yang baik dapat menarik perhatian pelanggan sehingga pelanggan menjadi loyal pada Klinik Kecantikan Puspita.
2. Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Klinik Kecantikan Puspita. Artinya Kualitas Pelayanan dapat menarik pelanggan sehingga

Jurnal Manajemen dan Bisnis (JMB)

ISSN: 2745-892x

Vol. 1, No. 2, Oktober 2020

pelanggan menjadi loyal pada Klinik Kecantikan Puspita.

3. Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel Loyalitas Pelanggan pada Klinik Kecantikan Puspita. Artinya baik Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan memberi pengaruh yang cukup besar kepada pelanggan untuk menjadi loyal dalam melakukan pembelian pada produk Klinik Kecantikan Puspita

5. DAFTAR PUSTAKA

- Cannon, Joseph P, William D. Perreault, Jerome McCarthy. 2009. *Pemasaran Dasar*. Edisi 16 Pendekatan Manajerial Global Buku 2. Jakarta: Penerbit Salemba Empat
- Engel, J.F., Blackwell, R.D., Miniard, P.W. (2005). *Consumer Behavior*, 10th ed., South Western College Publishing, Cincinnati, Ohio
- Hastono. SP. (2011), *Statistik kesehatan*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane, 2012. *Marketing Management* 14th edition . New Jersey : Prentice Hall.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua. Yogyakarta: Andi Offset.
- Zeithaml, V.A., M.J. Bitner, D.D. Gremler. 2013. *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* 6th ed. Mc.Graw-Hill. Boston.