

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDI KASUS PADA SALON KECANTIKAN BATAM *EYELASHES* & SALON DI KOTA BATAM)

Anggun Amalia ¹⁾, Riki, S.T., M.M. ²⁾

¹ Mahasiswa Jurusan Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Galileo, Komplek Green Garden Blok C/16, Kampung Seraya, Batam
Email : angguna32@gmail.com

² Dosen Pembimbing Jurusan Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Galileo Komplek Green Garden Blok C/16, Kampung Seraya, Batam
Email : riki.yasril@gmail.com

Abstract

This research was conducted at the Batam Eyelashes Beauty Salon & Salon in Batam City. This study aims to find out how the influence of service quality, price and location simultaneously on customer satisfaction at the Batam Eyelash & Salon beauty salon in Batam City. This study emphasizes the calculation of statistical data in the form of a number of certain numbers by applying the quantitative correlation method which aims to determine whether there is an influence between two or more variables. The quantitative method is referred to as the traditional method, because this method has often been applied so it has become a traditional method for research. This method is a scientific method because it has fulfilled scientific factors which include empirical, objective, measurable, rational and systematic. This method is called the quantitative method because the research data is in the form of numbers and the analysis uses statistics. The results of the study show that service quality, price and location influence customer satisfaction at the Batam Eyelash & Salon beauty salon in Batam City, indicating that the hypothesis is accepted or proven empirically. Recommendations that can be given to the manager of the Batam Eyelash & Salon Beauty Salon in Batam City are advised to always monitor the prices set, so that the prices are affordable and in accordance with the services provided. The more precise the company determines the price that is adjusted to the quality of service, it is expected to create customer satisfaction and customer loyalty. In addition, related to the location of the Batam Eyelash & Salon Beauty Salon in Batam City, it is recommended to further improve services in terms of convenience at the location, such as having a parking attendant who can assist customers in arranging their vehicles.

Keywords: Service Quality, Price, Location, Customer Satisfaction

Abstrak

Penelitian ini dilakukan pada Salon Kecantikan Batam Eyelashes & Salon Di Kota Batam. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi secara bersamaan terhadap kepuasan pelanggan pada salon kecantikan Batam Eyelash & Salon di Kota Batam. Penelitian ini menekankan pada perhitungan data statistik yang berupa jumlah angka-angka tertentu dengan menerapkan metode korelasi kuantitatif yang memiliki tujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara dua variabel atau lebih. Metode kuantitatif disebut sebagai metode tradisional, karena metode ini sudah sering diterapkan sehingga sudah mentradisi sebagai metode untuk penelitian. Metode ini sebagai metode ilmiah karena sudah terpenuhinya faktor-faktor ilmiah yang meliputi empiris, obyektif, terukur, rasional dan sistematis. Metode ini dinamakan metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada salon kecantikan Batam Eyelash & Salon di Kota Batam, menunjukkan hipotesis diterima atau terbukti secara empiris. Rekomendasi yang dapat diberikan kepada pengelola Salon Kecantikan Batam Eyelash & Salon di Kota Batam dimana disarankan untuk selalu memonitor harga yang ditetapkan, agar harga tersebut terjangkau dan sesuai dengan jasa yang diberikan. Semakin tepat perusahaan menentukan harga yang disesuaikan dengan kualitas pelayanan, maka diharapkan dapat menciptakan kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Selain itu, terkait dengan lokasi Salon Kecantikan Batam Eyelash & Salon di Kota Batam disarankan untuk lebih meningkatkan pelayanan dalam kenyamanan di lokasi seperti adanya tukang parkir yang dapat membantu pelanggan dalam menata kendaraannya.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi, Kepuasan Pelanggan

PENDAHULUAN

Pertarungan yang semakin cepat dan erat ini, pendapat para pelaku usaha untuk bisa memaksimalkan kinerja perusahaannya supaya mampu bertarung dalam pasar. Perusahaan wajib memiliki usaha yang keras dalam pemahaman terhadap apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh pelanggannya. Perasaan senang atau kecewa yang didapatkan seseorang dari membandingkan antara kinerja (atau hasil) produk yang dipersepsikan dan ekspektasinya. Seorang pelanggan puas atau tidak, sangat tergantung pada kinerja produk (*Perceived Performance*) dibandingkan ekspektasi pelanggan bersangkutan dan apakah sang pelanggan menginterpretasikan adanya deviasi atau gap di antara kinerja dan ekspektasi tersebut supaya dapat terciptanya kepuasan untuk pelanggannya (Richard L. Oliver, 2015).

Perusahaan wajib memposisikan apa yang menjadi tujuan pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan pokok yang harus tercapai. Hal tersebut terlihat dari banyaknya perusahaan yang menjadikan komitmen sebagai salah satu upaya dalam tercapainya kepuasan pelanggan yang terkandung didalam misi perusahaan, iklan, ataupun *public relations release*.

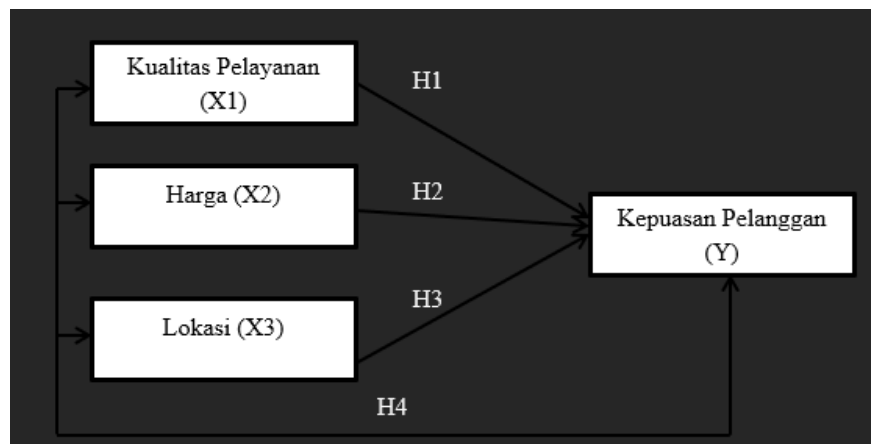
Berdasarkan pendapat Windasuri & Hyacintha (2016), kepuasan pelanggan adalah suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa. Apabila kinerja sama dengan ekspektasi, maka ia akan puas. Sedangkan jika kinerja melampaui ekspektasi, maka pelanggan itu akan merasa sangat puas atau bahkan bahagia

(*Delighted*). Kepuasan pelanggan merupakan penilaian setelah terdapatnya konsumsi bahwa salah satu alternatif yang dijadikan pilihan seharusnya bisa mencukupi atau melampaui harapan pelanggan (Engel, Blackwell and Miniard, 2012). Salah satu usaha yang merasakan eratnya pertarungan sekarang ini adalah usaha salon kecantikan. Pertarungan yang cepat dan erat tersebut diketahui dari semakin banyaknya salon-salon kecantikan yang berkecambah di Kota Batam. Hal itu mau tidak mau akan memaksa pemilik salon untuk membuat suatu strategi supaya tetap dapat bersaing dan berjaya dibandingkan dengan salon kecantikan lainnya.

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada salon kecantikan Batam *Eyelash & Salon* di Kota Batam.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada salon kecantikan Batam *Eyelash & Salon* di Kota Batam.
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada salon kecantikan Batam *Eyelash & Salon* di Kota Batam.
4. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi secara bersamaan terhadap kepuasan pelanggan pada salon kecantikan Batam *Eyelash & Salon* di Kota Batam.

Kerangka Teori



Gambar 1. Kerangka Teori

Hipotesis

1. Kualitas pelayanan memberikan pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan.
2. Harga memberikan pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan.
3. Lokasi memberikan pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan.
4. Kualitas pelayanan, Harga, dan Lokasi memberikan pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode korelasi kuantitatif dengan 3 cara pengumpulan data, yaitu wawancara, pembagian kuesioner, dan observasi langsung di lokasi penelitian. Metode kuantitatif disebut sebagai metode tradisional, karena metode ini sudah sering diterapkan sehingga sudah mentradisi sebagai metode untuk penelitian. Metode ini sebagai metode ilmiah karena sudah terpenuhinya faktor-faktor ilmiah yang meliputi empiris, obyektif, terukur, rasional dan sistematis.

Penelitian ini memiliki populasi, yaitu seluruh pelanggan tetap pada Salon Kecantikan Batam *Eyelashes & Salon* Kota Batam dengan sampel berjumlah 60 yang ditentukan dengan metode penentuan jumlah sampel sensus (*Sampling Total*) dan teknik penentuan sampel *Purposive Sampling* (sampel dengan kriteria).

Seluruh pengujian yang dilakukan pada penelitian ini adalah untuk menguji kebenaran dari hipotesis yang telah dibuat. Uji validitas dimanfaatkan guna mengukur valid tidaknya suatu kuesioner (Ghozali, 2016). Suatu kuesioner dinyatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner bisa sebagai pembuka sesuatu yang akan diukur kemudian dijadikan data oleh penguji. Jadi, validitas sebagai gambaran dari apakah ada kesesuaian sebuah kuesioner dengan apa yang akan diukur.

Analisis regresi linier merupakan pengembangan analisis regresi sederhana terhadap aplikasi yang terdiri dari dua variabel independen atau lebih untuk menduga nilai dari variabel dependen. Selain itu, Uji T memiliki tujuan dalam menguji pengaruh variabel kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap variabel kepuasan pelanggan secara parsial atau terpisah. Uji anova atau uji F yaitu uji koefisien regresi secara bersama-sama untuk menguji hubungan beberapa variabel independen terhadap variabel dependen. Uji statistik F menunjukkan apakah faktor bebas atau otonom yang diingat untuk model mempengaruhi variabel atau tidak diragukan lagi akan mengejar pilihan apakah spekulasi diakui atau ditolak dengan membandingkan tingkat kepentingan 5% (0,05).

Definisi Variabel

Pemasaran adalah aspek yang terbilang sangat penting dalam kemajuan suatu perusahaan, utamanya perusahaan yang berjalan pada bidang barang dan jasa. Berdasarkan *American Marketing Association* (AMA) dalam (Kotler & Keller, 2018) mengartikan bahwa pemasaran merupakan fungsi organisasi dan rancangan tahapan guna menciptakan, mengomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan serta sebagai pengelola hubungan dengan pelanggan berdasarkan cara yang dapat memberikan keuntungan organisasi dan pemangku kepentingan.

Kepuasan pelanggan merupakan hasil dari penilaian konsumen atas produk atau pelayanan yang sudah memberikan tingkat kenikmatan dimana bisa bernilai lebih atau kurang (Irawan, 2013). Kepuasan pelanggan adalah suatu faktor dalam kesuksesan bisnis perusahaan yang memberikan penilaian terhadap persepsi pelanggan atas produk atau jasa dalam kemajuan bisnis perusahaan di masa yang akan datang (Assauri, 2012).

Pengertian kualitas pelayanan yaitu penyampaian jasa yang melebihi tingkat kepentingan pelanggan (Rangkuti, 2016). Perilaku atau perbuatan yang bisa diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang memiliki sifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan sesuatu (Kotler, 2012).

Harga merupakan besaran uang yang dibebankan atas suatu produk dan jasa (Kotler dan Armstrong, 2018). Pengertian lain dari harga yaitu besaran nilai yang dipindahkan konsumen terhadap pemanfaatan atas apa yang dimiliki dan digunakan berupa produk atau jasa dengan nilai yang sudah ditentukan antara pembeli dan penjual dari proses tawar menawar yang terjadi (Umar, 2019).

Lokasi adalah tempat melakukan suatu usaha yang berperan sebagai aspek penting dalam kesuksesan atau kegagalan suatu usaha (Tjiptono, 2012). Lokasi merupakan tempat aktivitas perusahaan dalam menciptakan produk dan menyediakannya untuk pelanggan yang menjadi sasarannya (Kotler dan Armstrong, 2012). Bisa ditarik kesimpulan bahwa lokasi merupakan tempat untuk melakukan aktivitas atau usaha di kehidupan sehari-hari.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Responden dalam penelitian ini terbagi menjadi 2 karakteristik, yaitu usia dan status pekerjaan dengan hasil uji sebagai berikut :

Pengujian Instrumen

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan

Pertanyaan	Hasil	Kriteria
X1.1	$0.001 < 0.05$	Valid
X1.2	$0.000 < 0.05$	Valid
X1.3	$0.000 < 0.05$	Valid
X1.4	$0.000 < 0.05$	Valid
X1.5	$0.000 < 0.05$	Valid
X1.6	$0.041 < 0.05$	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner (2023)

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Harga

Pertanyaan	Hasil	Kriteria
X2.1	$0.001 < 0.05$	Valid
X2.2	$0.000 < 0.05$	Valid

X2.3	$0.000 < 0.05$	Valid
X2.4	$0.000 < 0.05$	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner (2023)

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Lokasi

Pertanyaan	Hasil	Kriteria
X3.1	$0.000 < 0.05$	Valid
X3.2	$0.000 < 0.05$	Valid
X3.3	$0.000 < 0.05$	Valid
X3.4	$0.000 < 0.05$	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner (2023)

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan

Pertanyaan	Hasil	Kriteria
Y.1	$0.000 < 0.05$	Valid
Y.2	$0.000 < 0.05$	Valid
Y.3	$0.005 < 0.05$	Valid
Y.4	$0.000 < 0.05$	Valid
Y.5	$0.000 < 0.05$	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner (2023)

Hasil uji validitas yang diperoleh dari 4 tabel uji diatas menunjukkan hasil uji nilai sig. (2-tailed) seluruh poin pernyataan dari variabel kualitas pelayanan, harga, lokasi, dan kepuasan pelanggan lebih kecil dari nilai kriteria < 0.05 . Maka, disimpulkan bahwa dinyatakan bahwa setiap poin pernyataan adalah valid dan layak digunakan untuk penelitian.

Pengujian Hipotesis

Tabel 5. Regresi Berganda

Coefficients^a

Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		T	Sig.
Model	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	7.666	2.670		2.872	.006
TOTAL.X1	.360	.116	.386	3.089	.003
TOTAL.X2	.039	.146	.034	.269	.789
TOTAL.X3	.211	.137	.195	1.535	.130

a. Dependent Variable: TOTAL.Y

Sumber : Hasil Olah Data SPSS (2023)

Adapun hasil uji regresi linear berganda dapat dilihat dari rumus sebagai berikut : $Y = 7.666 + 0.360X_1 + 0.039X_2 + 0.211X_3 + e$

Berdasarkan persamaan diatas hasil masing-masing variabel dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

α : Nilai konstanta dalam model regresi tersebut adalah bernilai positif yaitu 7.666.

Maka dapat dinyatakan bahwa apabila variabel X_1 , X_2 dan X_3 dianggap konstan atau nol (0), maka variabel Y sebesar 7.666. yang artinya jika variabel X_1 , X_2 dan X_3 tidak ada maka nilai Y akan mengalami peningkatan sebesar 7.666.

β_1 : Nilai koefisien variabel X_1 sebesar 0.360.

Dapat disimpulkan bahwa setiap penambahan 1 untuk variabel X_1 akan diikuti kenaikan variabel Y .

β_2 : Nilai koefisien variabel X_2 sebesar 0.039.

Dapat disimpulkan bahwa setiap penambahan 1 untuk variabel X_2 akan diikuti kenaikan variabel Y .

β_3 : Nilai koefisien variabel X_3 sebesar 0.211.

Dapat disimpulkan bahwa setiap penambahan 1 untuk variabel X_3 akan diikuti kenaikan variabel Y .

Tabel 6. Uji T

Coefficients^a

Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients		
Model	B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1 (Constant)	7.666	2.670		2.872	.006
TOTAL.X1	.360	.116	.386	3.089	.003
TOTAL.X2	.039	.146	.034	.269	.789
TOTAL.X3	.211	.137	.195	1.535	.130

a. Dependent Variable: TOTAL.Y

Sumber : Hasil Olah Data SPSS (2023)

Tabel uji T diatas menunjukkan bahwa Hasil signifikan variabel X1 adalah 0.003. Hasil sig. < 0.05 dengan nilai koefisien variabel positif yaitu 0,360. Artinya menolak H0 dan menerima H1 sehingga dikatakan X1 memiliki pengaruh positif terhadap Y. Hasil signifikan variabel X2 adalah 0.789. Hasil sig. > 0.05 dengan nilai koefisien variabel positif yaitu 0.039. Artinya menolak H1 dan menerima H0 sehingga dikatakan X2 tidak memiliki pengaruh terhadap Y. Hasil signifikan variabel X3 adalah 0.130.

Hasil sig. > 0.05 dengan nilai koefisien variabel positif yaitu 0.211. Artinya menolak H1 dan menerima H0 sehingga dikatakan X3 tidak memiliki pengaruh terhadap Y.

Tabel 7. Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	58.284	3	19.428	6.171	.001 ^b
	Residual	176.299	56	3.148		
	Total	234.583	59			

a. Dependent Variable: TOTAL.Y

b. Predictors: (Constant), TOTAL.X3, TOTAL.X1, TOTAL.X2

Sumber : Hasil Olah Data SPSS (2023)

Dari hasil uji F, diketahui hasil sig. Sebesar $0.001 < 0.05$ sehingga dinyatakan jika model regresi yang digunakan dalam penelitian sudah sesuai atau model regresi yang dipilih sudah tepat digunakan dalam penelitian ini. Variabel X1, X2 dan X3 juga berpengaruh secara bersama-sama terhadap Y.

PEMBAHASAN

Berikut adalah pembahasan dari keseluruhan hasil uji yang telah dilakukan :

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji dan analisis data diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa Hipotesis 1 diterima yaitu kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada *Eyelash & Salon* di Kota Batam. Hipotesis 1 diterima karena mengacu pada hasil analisis data kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan yang menunjukkan bahwa hasil signifikan kualitas pelayanan adalah 0.003 dan hasil sig. < 0.05 dengan nilai koefisien variabel positif yaitu 0,360, artinya menolak H_0 dan menerima H_1 sehingga dikatakan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada *Eyelash & Salon* di Kota Batam. Hasil ini sejalan dengan penelitian terdahulu yaitu penelitian yang dilakukan oleh Raynaldo Donovan S. Dan Adil Fadillah (2020) yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel 101 Suryakencana Bogor, dengan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Hotel 101 di Suryakencana Kota Bogor dengan nilai signifikan 0,004, Strategi Lokasi mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Hotel 101 di Suryakencana Kota Bogor dengan nilai signifikan 0,003 dan harga mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Hotel 101 di Suryakencana Kota Bogor dengan nilai signifikan 0,000,

2. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji dan analisis data diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa Hipotesis 2 ditolak yaitu harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada *Eyelash & Salon* di Kota Batam. Hipotesis 2 ditolak karena mengacu pada hasil analisis data harga terhadap kepuasan pelanggan yang menunjukkan bahwa hasil signifikan harga adalah 0.789 dan hasil sig. > 0.05 dengan nilai koefisien variabel positif yaitu 0.039, artinya menolak H_1 dan menerima H_0 sehingga dikatakan harga tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada *Eyelash & Salon* di Kota Batam. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Haeriah et al (2021) yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Usaha Warkop Sipadecengie Ma'rang Kabupaten Pangkep, dimana hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, harga berpengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan, lokasi berpengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan harga dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada usaha warkop Sipadecengie Ma'rang Kab. Pangkep. Berpengaruh negatif memberikan arti bahwa tidak terdapat pengaruh atas harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada Usaha Warkop Sipadecengie Ma'rang Kabupaten Pangkep.

3. Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji dan analisis data diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa Hipotesis 3 ditolak yaitu lokasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada

Eyelash & Salon di Kota Batam. Hipotesis 3 ditolak karena mengacu pada hasil analisis data harga terhadap kepuasan pelanggan yang menunjukkan bahwa hasil signifikan lokasi adalah 0.130 dan hasil sig. > 0.05 dengan nilai koefisien variabel positif yaitu 0.211, artinya menolak H1 dan menerima H0 sehingga dikatakan lokasi tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada *Eyelash & Salon* di Kota Batam. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Siti Nurhalima, Leonardo Budi Hasiholan, SE, MM dan Dra Cicik Harini, M.M. (2018) yang berjudul Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Bengkel Garasi di Ungaran), dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa Pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa dua variabel Independen yaitu kualitas pelayanan dan harga yang diteliti terbukti secara signifikan berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen Kepuasan Pelanggan. Sedangkan variabel independen yaitu lokasi yang diteliti terbukti tidak memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, kesimpulan yang dapat ditarik adalah sebagai berikut :

1. Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap terhadap kepuasan pelanggan pada salon kecantikan Batam *Eyelash & Salon* di Kota Batam, artinya hipotesis diterima atau terbukti secara empiris.
2. Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada salon kecantikan Batam *Eyelash & Salon* di Kota Batam, hipotesis diterima, atau terbukti secara empiris.
3. Lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada salon kecantikan Batam *Eyelash & Salon* di Kota Batam, hipotesis diterima, atau terbukti secara empiris.
4. Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada salon kecantikan Batam *Eyelash & Salon* di Kota Batam, menunjukkan hipotesis diterima atau terbukti secara empiris.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, penulis memiliki saran sebagai berikut :

1. Bagi pengelola Salon Kecantikan Batam *Eyelash & Salon* di Kota Batam disarankan untuk selalu memonitor harga yang ditetapkan, agar harga tersebut terjangkau dan sesuai dengan jasa yang diberikan dan lebih meningkatkan pelayanan dalam kenyamanan di lokasi seperti adanya tukang parkir yang dapat membantu pelanggan dalam menata kendaraannya.
2. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk meneruskan atau mengembangkan penelitian ini dengan mencari faktor lain yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan. Selain menggunakan teknik wawancara yang digunakan, bisa juga dikembangkan dengan teknik survei lapangan untuk mengamati kondisi di sekitarnya, sehingga data yang diperoleh lebih lengkap dan dapat mengurangi datayang bersifat subyektif.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih penulis ucapkan kepada dosen pembimbing, Bapak Riki, S.T., M.M. yang telah membantu dan membimbing penulis dalam penelitian ini, serta seluruh dosen dan staff Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Galileo yang juga telah membantu selama masa penelitian berlangsung. Tidak lupa terima kasih juga diucapkan kepada keluarga dan teman-teman yang telah memberikan dukungan dalam menyelesaikan penelitian ini. Diharapkan penelitian ini bermanfaat bagi para penelitiselanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofjan. 2012. Manajemen Pemasaran. Penerbit: PT Raja Grafindo. Jakarta.
- Dharmesta B.S, dan Irawan. 2013. Manajemen Pemasaran Modern. Penerbit: Liberty. Yogyakarta.
- Donovan S., R., & Fadillah, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel 101 Suryakencana Bogor. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Kesatuan*, 1(1), 1 - 8. <https://doi.org/10.37641/jipkes.v1i1.322>
- Engel, Blackwell, Miniard. (2012). Perilaku Konsumen. Tangerang: Binarupa Aksara.
- Freddy, Rangkuti. 2016. Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan. Penerbit: PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Ghozali, Imam. 2016. Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS. Edisi ke tujuh. BPFE: Universitas Diponegoro. Semarang.
- Haeriah, Mustari, Muhammad Hasan, Muhammad Ihsan Said, & Ilham Thaief. (2021) Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Usaha Warkop Sipadecengie Ma'rang Kabupaten Pangkep. *Journal of Social Sciences and Humanities Vol.1, No.2, 2021*.
- Kotler dan Keller. 2018. Manajemen Pemasaran. Edisi Kedua Belas, PT. Indeks. Jakarta.
- Kotler dan Keller. 2018. Manajemen Pemasaran. Edisi Kedua Belas, PT. Indeks. Jakarta.
- Kotler, P. 2012. Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian. Salemba Empat. Jakarta.
- L. Oliver, Richard. 2015. Kepuasan Pelanggan Dalam Tjiptono & Diana. Jakarta
- Tjiptono, Fandy. 2012. Manajemen Jasa. Yogyakarta: Andi Offset
- Umar, Husein, 2019, Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen, Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Windasuri, Heria dan Hyacintha Susanti. 2016. Excellent Service. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.