

THE INFLUENCE OF PRIMA SERVICE ON CUSTOMER LOYALTY (Study on Barbershop Barbershop Business in Pekkae, Tanete Rilau District, Barru Regency)

Nurlia

STIA Al Gazali Barru
nurlia@algazali.ac.id

ABSTRACT

The background of this research is that currently, the existence of business in the community is becoming increasingly important. Because of that, various ways are done by business owners or business people to provide the best service so that they will get loyalty from their customers. One of the ways that business owners or businessmen do to satisfy their customers is through excellent service. This study aims to determine and analyze the effect of excellent service on consumer loyalty at Barbershop Pekkae Barbershop, Tanete Rilau District, Barru Regency. The sampling technique used non-probability sampling techniques using accidental sampling method with a total sample size of 100 respondents. The data analysis technique used to answer the hypothesis in this study was simple linear regression, t-test, and the coefficient of determination R^2 . The results of this study indicate that the Prime Service variable has a positive and significant effect on consumer loyalty at Barbershop Pekkae Barber Shop, Tanete Rilau District, Barru Regency. From the results of this study, the authors suggest that the Barbershop Barber Shop business owner maximizes the tariff strategy or adds more special facilities. good for maintaining the consumer's loyalty.

Keywords: Excellent Service, Loyalty, Consumers

PENGARUH PELAYANAN PRIMA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN (STUDI PADA USAHA PANGKAS RAMBUT BARBERSHOP PEKKAE KECAMATAN TANETE RILAU KABUPATEN BARRU)

ABSTRAK

Latar belakang dari penelitian ini adalah saat ini, keberadaan bisnis ditengah masyarakat menjadi semakin penting. Karena itu, berbagai cara dilakukan oleh para pemilik usaha atau pebisnis untuk memberikan pelayanan yang terbaik sehingga akan mendapatkan loyalitas dari konsumennya. Salah satu cara yang dilakukan pemilik usaha atau pebisnis untuk memuaskan konsumennya adalah melalui pelayanan yang prima. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Pelayanan Prima terhadap Loyalitas Konsumen di Pangkas Rambut Barbershop Pekkae Kecamatan Tanete Rilau Kabupaten Barru . Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik non probability sampling dengan menggunakan metode accidental sampling dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan untuk menjawab hipotesis dalam penelitian ini adalah dengan regresi linear sederhana, uji t, dan koefisien determinasi R^2 . Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variable Pelayanan Prima berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen Pangkas Rambut Barbershop Pekkae Kecamatan Tanete Rilau Kabupaten Barru . Dari hasil penelitian tersebut, penulis memberikan saran yaitu pemilik usaha Pangkas Rambut Barbershop agar lebih memaksimalkan strategi tarif atau penambahan fasilitas khusus yang lebih baik untuk mempertahankan konsumen loyalitas tersebut.

Kata Kunci: Pelayanan Prima, Loyalitas, Konsumen

A. PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi saat ini pembahasan faktor manusia dalam ruang lingkup pekerjaan merupakan faktor yang sangat penting. Persaingan yang sangat ketat di berbagai bidang pekerjaan membuat manusia yang terlibat di dalamnya ingin memberikan yang terbaik bagi orang lain, terutama

jika usaha atau perusahaan tersebut menyangkut hal-hal yang berhubungan dengan masalah pelayanan atau perusahaan jasa.

Perusahaan jasa menghadapi tiga tugas yaitu meningkatkan perbedaan kompetitif, kualitas jasa dan produktifitasnya. Walaupun

ketiganya saling berhubungan dalam hal tertentu, tapi yang akan dibahas secara mendalam dalam hal ini adalah pelayanan prima hubungannya dengan loyalitas konsumen.

Memperoleh pelanggan-pelanggan yang setia adalah cita-cita terbesar bagi setiap usaha. Karena tanpa pelanggan, sebuah usaha tidak berarti apa-apa. Dengan memiliki pelanggan-pelanggan yang setia berarti usaha memiliki mitra bisnis yang sangat potensial untuk keberlangsungan jalannya bisnis perusahaan atau organisasi bisnis tersebut, karena pelanggan-pelanggan yang loyal akan memberikan umpan balik berupa keuntungan (profit) yang besar bagi usaha tersebut, efisiensi biaya, dan peluang memperoleh pelanggan baru dari pelanggan yang ada sebelumnya karena usaha tersebut memiliki citra yang baik yaitu usaha yang mampu memberikan banyak pengalaman positif di benak pelanggan yang dimilikinya.

Untuk dapat mencapai hal tersebut, pengusaha harus mengenali bagaimana sebenarnya konsumen tersebut. Setiap konsumen memiliki keinginan dan latar belakang yang berbeda-beda, misalnya ada konsumen yang sulit untuk menerima hal-hal baru yang sifatnya berbeda dengan yang sebelumnya dan ada juga konsumen yang dapat menerima hal-hal yang baru sehingga

mudah sekali untuk dibujuk membeli produk-produk yang sifatnya baru. Kepribadian konsumen sifatnya unik karena tidak ada dua konsumen yang memiliki kepribadian yang sama persis. Karena keunikan inilah, maka menjadi tantangan bagi pemasar untuk melakukan hal-hal yang berbeda seperti melakukan inovasi (Suryani 2008:57).

Adapun jenis-jenis usaha yaitu usaha mikro dan usaha makro. Saat ini pemerintah sedang berupaya mengembangkan usaha mikro yaitu Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria dari usaha kecil sebagaimana dimaksudkan dalam undang-undang ini (Bab 1 pasal 1 Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 tahun 2008).

Sebagaimana yang telah kita ketahui, ada beberapa macam usaha jasa yang telah ada saat ini, antara lain jasa *travel*, jasa asuransi, jasa pangkas, jasa service, jasa *fotografer* dll. Jasa pangkas merupakan salah satu jasa yang menawarkan keterampilan

yang dimiliki oleh seseorang kepada konsumen berupa pemotongan rambut dengan model yang diinginkan oleh konsumen tersebut. Jasa pangkas pada awalnya hanya dibutuhkan oleh masyarakat ketika rambut mereka sudah terlihat tidak rapi lagi ataupun ketika sudah panjang saja, tetapi pada saat ini masyarakat sudah semakin sering menggunakan jasa pangkas dikarenakan masyarakat sekarang telah menjadikan model rambut sebagai salah satu kebutuhan mereka untuk meningkatkan *image* mereka di dalam lingkungan sosial.

Menjadi suatu usaha pangkas yang sukses tidaklah mudah, dikarenakan jasa pangkas tersebut harus mampu menyediakan fasilitas dan pelayanan yang baik untuk menarik minat dari konsumen. Seperti halnya beberapa usaha pangkas rambut Barbershop di Kabupaten Barru. Agar usaha pangkas tidak kehilangan pelanggan setianya setiap usaha pangkas harus mampu menciptakan inovasi-inovasi yang baru dan juga memberikan pelayanan yang prima kepada setiap pelanggannya. Hal lain yang juga perlu diperhatikan untuk menarik minat konsumen, yaitu pengusaha dituntut untuk dapat menarik perhatian (*attention*) dari konsumen melalui kualitas jasa pangkas yang dihasilkan. Setelah konsumen tertarik dengan hasil yang ditawarkan,

maka akan timbul minat (*interest*) serta hasrat (*desire*) dari konsumen tersebut yang mengakibatkan mereka akan menentukan keputusannya (*decision*) untuk melakukan tindakan (*action*) menggunakan jasa pangkas tersebut atau tidak. Berdasarkan latar belakang ini, maka penulis tertarik melakukan penelitian terhadap usaha pangkas yang berada di jalan karya wisata yaitu pangkas exclusive, yang diberi judul: **"Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pada Usaha Pangkas Rambut Barbershop Pekkae, Kecamatan Tanete Rilau Kabupaten Barru ")**.

B. METODE PENELITIAN

Adapun penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif . Metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (sugiono, 2012:8).

C. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

PangkasRambutExclusivedidirikan sekitar tahun 2018 usaha tersebut tercetus karena banyaknya permintaan untuk memotong rambut sedangkan jasa yang ditawarkan masih sangat dikit. Pangkas tersebut dimiliki oleh Bapak Armady yang kala itu memiliki tempat namun sulit untuk membuka usaha yang pas dan cocok untuk membuka usaha. Jasa yang ditawarkan oleh pangkas rambut Barbershop tidak berbeda dengan jasa pangkas rambut lainnya, yaitu Rp.20.000 untuk dewasa dan Rp.15.000 untuk remaja. Seiring berjalannya usaha tersebut, pangkas rambut Exclusive telah beberapa kali melakukan pergantian pegawai dengan berbagai alasan. Pada sekitar tahun 2019 awal pangkas rambut Exclusive hampir ditutup karena berhentinya semua pegawai tapi beberapa bulan berikutnya akhirnya dibuka kembali karena adanya pegawai baru yang menggantikan. Pada sekitar awal 2019 karena tarif listrik yang terus naik maka dinaikanlah jasa pemoangan rambut dengan harga Rp 25.000,- untuk dewasa dan Rp 20.000,- untuk Remaja.

Penelitian ini membahas bagaimana pengaruh pelayanan prima terhadap loyalitas konsumen dengan Pangkas Exclusive di Pekkae Kecamatan

Tanete Rilau Kabupaten Barru sebagai objek penelitian. Adapun penelitian dilakukan menggunakan pendekatan kuantitatif dan menggunakan analisis regresi linier sederhana. Pada metode analisis regresi linier sederhana menggunakan uji signifikansi parsial (uji t) dan koefisien determinasi R^2

.berdasarkan hasil uji t yang telah dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 17.0 diketahui bahwa pelayanan prima berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen. Artinya pelayanan prima pada Pangkas Exclusive sangat berpengaruh terhadap loyalitas konsumen

Nilai adjusted R^2 sebesar .837 menunjukkan pelayanan prima

berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Hal ini terjadi karena semakin tingginya tingkat kesadaran konsumen akan pentingnya pelayanan yang baik atau prima bagi setiap usaha. Fenomena ini dapat terjadi karena konsumen berharap bahwa dengan memberikan pelayanan yang baik atau prima maka konsumen juga akan memberikan apresiasi yang baik pula, misalnya berupa loyalitas atau kesetiaan menggunakan produk atau jasa usaha tersebut secara terus-menerus. Berdasarkan pengujian koefisien determinasi nilai R^2 sebesar 0,837 berarti hubungan antara variabel

X terhadap Variabel Y sebesar 0,916 artinya kedua variabel tersebut memiliki hubungan yang erat.

D. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis data dan pembahasan hasil analisis data penelitian tentang pengaruh pelayanan prima terhadap loyalitas konsumen dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel pelayanan prima terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas konsumen yang ditunjukkan oleh nilai signifikansi variable pelayanan prima adalah 0.000 yang lebih besar dari nilai alpha yaitu 0,05 (5%) atau nilai t hitungnya menjadi 22,558 > t tabel 1,984. Hal itu berarti H₀ ditolak dan H₁ dapat diterima.
2. Berdasarkan pengujian koefisien determinasi nilai R² sebesar 0,837 berarti hubungan antara variabel X terhadap Variabel Y sebesar 0,916 artinya kedua variabel tersebut memiliki hubungan yang erat.

DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, Saifudin. 2010. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Bungin, Burhan. 2005. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana
- Dahlan, Alwi, dkk. 1995. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Ghozali, Imam. 2011. *Analisis Multivariate SPSS*. Semarang: Badan penerbit Universitas Dipenogoro
- Griffin, Jill. 1995. *Customer Loyalty, How to Earn it How to Keep it*. Loxington: Books An Imprint of The Free Press.
- 2002. *Customer Loyalty How to Earn It, How to Keep It*. Kentucky: McGraw-Hill
- Hasan, Iqbal. 2009. *Analisis Data Penelitian Dengan Statistic*. Jakarta: Bumi Aksara
- Hill, Nigel , 1996, *Handbook of Customer Satisfaction Measurement*, First Ed., Gower Publishing Limited, Hampshire.
- Juliandi, Azuar. 2013. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Untuk Ilmu Bisnis*. Medan: M200
- Kotler, Phillip dan K.L.Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Lubis, et al. 2007. *Aplikasi SPSS (statistical product and service solution) Untuk Penyusunan Skripsi dan Tesis*. Medan: USU pers

- Menteri Negara Koordinator Pengawasan Pembangunan dan Pendayagunaan Aparatur Negara. 1998. Surat Edaran Menko Wasbangpan Nomor 56/MK.WASBANGPAN6/98 Tahun 1998 Tentang *Penataan dan Perbaikan Pelayanan Umum*. Jakarta.
- Menteri Negara Pendayagunaan Aparatur Negara. 2003. Surat Keputusan Menteri Negara Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor 63 Tahun 2003 Tentang *Pedoman Tata Laksana Pelayanan Umum*. Jakarta.
- Musatafa, Hasan. 2009. *Metodologi Penelitian*. Penerbit Bumi Aksara. Cetakan kesepuluh. Jakarta.
- Normann. 1991. *Service Management*. Chicester, England: Wiley & Son.
- Nurhasyim. 2004. *Pengembangan Model Pelayanan Haji Departemen Agama Berdasarkan Prinsip Reinventing Government Yang Berorientasi Pada Pelanggan di Kabupaten Gresik*. Tesis. Surabaya: Program Pasca Sarjana Universitas Airlangga
- Oliver, Richard. 1996. *Satisfaction a Behavior Perspective on Th e Customer*, New YOI'k : McGraw Hill, Inc.
- Parasuraman, dkk. 1993. *The Nature and Determinants of Customer Expektations of Service*. *Journal of Academy of Marketing Science*. 21. pp. 1-12.
- PERATURAN PEMERINTAH TENTANG PELAKSANAAN UNDANG-UNDANG NOMOR 20 TAHUN 2008 TENTANG USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH
- Prasetyo, Bambang dan L.M Jannah. 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana

SUMBER INTERNET

- www.wikipedia.org diakses 7 juni 2016
- www.mampu.gov.my.1993 diakses 10 mei 2016 www.unila.ac.id/fisip-admneg/mambo. 2007diakses 10 mei 2016.