

ABSTRAK

HUBUNGAN ANTARA KEPUASAN TERHADAP PELAYANAN SALON KECANTIKAN DENGAN LOYALITAS KONSUMEN PADA WANITA USIA MADYA Di Larissa Beauty Salon

Theresia Melany
Universitas Sanata Darma
Yogyakarta
2004

Ketatnya persaingan membuat semakin banyak perusahaan atau produsen yang bergerak di bidang kecantikan dan perawatan kulit yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan. Keinginan konsumen menyebabkan perusahaan harus berorientasi pada kepuasan terhadap pelayanan salon kecantikan sebagai tujuan untuk mendapatkan loyalitas dari konsumennya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kepuasan terhadap pelayanan salon kecantikan dengan loyalitas konsumen. Dari hasil uji coba skala dihasilkan reliabilitas sebesar 0,9651 pada kepuasan terhadap pelayanan salon kecantikan dan 0,9726 pada loyalitas konsumen. Subyek penelitian ini adalah para wanita usia madya, berjumlah 87 orang yang merupakan pelanggan di Larissa Beauty Salon Jl. C. Simanjuntak 78 Yogyakarta.

Hasil analisis data menyatakan bahwa sebaran data normal dan memiliki korelasi linier. Data penelitian dianalisis dengan menggunakan teknik korelasi *Product Moment Pearson* dengan taraf signifikansi 0,01 (1 ekor) dan diperoleh koefisien korelasi sebesar 0,524. Kepuasan terhadap pelayanan salon kecantikan memberikan sumbangan sebesar 27,4 % kepada loyalitas konsumen. Hal ini dapat dilihat dari koefisien determinasinya yaitu sebesar 0,274.

Data ini menunjukkan bahwa ada hubungan positif yang signifikan antara kepuasan terhadap pelayanan salon kecantikan dengan loyalitas konsumen khususnya para konsumen wanita usia madya. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kepuasan terhadap pelayanan maka semakin tinggi pula loyalitas konsumennya. Demikian juga sebaliknya, semakin rendah kepuasan terhadap pelayanan maka semakin rendah pula loyalitas konsumennya.

ABSTRACT

CORRELATION BETWEEN THE SATISFACTION WITH THE BEAUTY SALON SERVICE WITH THE LOYALTY OF CONSUMERS OF MEDIUM AGE WOMEN In Larissa Beauty Salon

Theresia Melany
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2004

Tight competition motivates a lot of companies and producers to put great effort in beauty and skin treatment to satisfy consumer's need and desire. On the other hand, consumer's need and desire motivate the companies to be oriented in the satisfaction to the beauty salon service in order to obtain consumer's loyalty.

This research's aim is to know the correlation between satisfaction with the beauty salon service and consumer's loyalty. Result of scale experiment show 0,9651 reliability in satisfaction with the beauty salon service and 0,9726 in consumer's loyalty. Subjects of this research are 87 women of medium age, the are customers of Larissa Beauty Salon C. Simanjuntak Street 78 Yogyakarta.

Data analysis show that data distribution is normal and correlation is linier. Research data have been analyzed, using Product Moment Pearson Correlation technique with 0,01 (1 tailed) significance level and resulted in correlation coefficient of 0,524. Satisfaction with the beauty salon service contributes 27,4% to consumer's loyalty. This is shown by the determination coefficient of 0,274.

Research data indicate that there exists a positive and significant correlation between satisfaction with the beauty salon service with consumer's loyalty especially women of medium age. This fact indicates that the higher is the satisfaction with the service, the higher is her consumer's loyalty. On the contrary, the lower is the satisfaction with the service, the lower is her consumer's loyalty.