

ABSTRAK

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI AKAN HARGA DAN
KEPUASAN KONSUMEN PADA MINAT BELI ULANG JASA
PERAWATAN KECANTIKAN**

Studi pada Salon Pandan di Jln Pemuda 09 Wonosari Yogyakarta

Christiana Nevianti
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2014

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) pengaruh secara parsial dan simultan kualitas pelayanan, persepsi akan harga pada kepuasan konsumen, (2) pengaruh kepuasan konsumen pada minat beli ulang konsumen. Penelitian ini dilakukan pada bulan Mei sampai Juni 2014 di Salon Pandan di Jln Pemuda 09 Wonosari Yogyakarta. Jumlah responden yang diambil pada penelitian ini sebanyak 150 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, analisis regresi linier sederhana, uji asumsi klasik, uji F dan uji t. Pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner. Berdasarkan hasil analisis data dengan bantuan program SPSS 16.0, hasil penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut: (1) kualitas pelayanan dan persepsi akan harga secara parsial dan simultan tidak berpengaruh pada kepuasan konsumen; (2) kepuasan konsumen tidak berpengaruh pada minat beli ulang konsumen.

ABSTRACT

**THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY, PRICE AND CUSTOMERS'
SATISFACTION TOWARDS BEAUTY TREATMENTS REPURCHASE
INTENTION**

A study at Pandan Salon, Jl Pemuda 09, Wonosari, Yogyakarta

Christiana Nevianti
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2014

This research aims to investigate (1) the partial and simulant influence of service quality and price towards customer satisfaction; (2) the influence of customer satisfaction s towards beauty treatment repurchase intention. This research was conducted from May through June 2014 at Pandan Salon, Wonosari Yogyakarta. The total respondents in this research are 150 respondents. Sample collection technique used in this research was purposive sampling. Data analysis technique used in this research is multiple linear regression analysis, simple linear regression analysis, classical assumption test, F test and t test. The data was collected using questionnaires. Based on the data analysis result with SPSS 16.0, this research concluded that (1) service quality and price simultaneously and partially did not influence the customer satisfaction; (2) customer satisfaction did not influence the customer repurchase intention.