



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon  
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN  
(Studi Kasus Klinik Erha *Skin* Cirebon)**

Skripsi

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Islam (S.E.I)  
Program Studi Muamalah (Hukum Ekonomi Islam)  
Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam

Disusun oleh :

Indah Ayu Lestari

Nim 14112210058



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
SYEKH NURJATI CIREBON  
2015 M / 1437 H**



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

## ABSTRAK

### Indah Ayu Lestari : “Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. (Studi Kasus Klinik Erha Skin Cirebon).”

Perusahaan yang bergerak di bidang jasa haruslah dapat mempertahankan reputasi yang baik di mata konsumennya. Harga yang terjangkau dapat menjadikan minat beli seorang konsumen untuk menggunakan suatu barang dan jasa yang ditawarkan perusahaan, juga kualitas pelayanan yang baik akan cenderung memberikan kepuasan dan kepercayaan yang lebih kepada konsumen yang menggunakan jasa pada perusahaan tersebut. Tanpa memperhatikan kualitas pelayanan kepuasan konsumen maka jangan harap perusahaan dapat terus mempertahankan *image* di mata konsumen.

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah Seberapa besar pengaruh harga dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan konsumen klinik Erha *skin* Cirebon?, seberapa besar pengaruh harga secara parsial terhadap kepuasan konsumen klinik Erha *skin* Cirebon?, dan seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan konsumen klinik Erha *skin* Cirebon?. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, untuk mengetahui variabel mana antara harga dan kualitas pelayanan yang memiliki pengaruh lebih besar terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan teknik pengumpulan data angket atau kuesioner. Populasi yang digunakan adalah para konsumen yang pernah menggunakan jasa di Erha *Skin* Cirebon, sedangkan metode yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel adalah menggunakan rumus Slovinsebanyak 98 orang. Data yang dikaji dengan menggunakan hipotesis dengan tahap uji validitas, uji reabilitas, uji normalitas, uji multikolenieritas, uji heteroskedastisitas, uji autokolerasi, dan uji regresi. Data diolah dengan menggunakan program SPSS versi 20.

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:  $Y = (8,864) + 0,186 X_1 + 0,488 X_2$ . Berdasarkan analisis data statistik, indikator-indikator pada penelitian ini bersifat valid dan variabelnya bersifat reliabel. Pada pengujian asumsi klasik data berdistribusi normal, tidak adanya multikolenieritas, semua variabel tidak mengalami heteroskedastisitas, dan data ini terbebas dari terjadinya autokorelasi. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara harga terhadap kepuasan konsumen  $t_{hitung} (2,431) > t_{tabel} (0,198)$  atau signifikansi 0,05 terdapat pengaruh positif antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen  $t_{hitung} (14,487) > t_{tabel} (0,198)$  atau signifikansi 0,05 terdapat pengaruh positif antara harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama mempengaruhi kepuasan konsumen  $F_{hitung} (128,490) > F_{tabel} (3,09)$  signifikansi 0,05.

**Kata kunci : Harga, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Konsumen**



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon

## PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. (Studi Kasus Klinik Erha *Skin* Cirebon).” oleh, Indah Ayu Lestari Nim: 14112210058 telah diajukan dalam sidang munaqosah pada Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon pada tanggal 3 juni 2015.

Skripsi telah diterima sebagai salah satu syarat mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi Islam (SE.I) pada jurusan Muamalah Hukum Ekonomi Syariah dan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.

Cirebon, 3 Juni 2015

Sidang Munaqosah,

**Ketua**

**H. Juju Jumena, SH.,MH**  
NIP: 197205142003121003

**Sekretaris**

**Eef Saefulloh, M.Ag**  
NIP: 197603122003211003

Anggota,

**Penguji 1**

**Drs. H. Moch Endang Djunaeni, MM**  
NIP: 19530616983031007

**Penguji 2**

**Drs. H. Ahmad Dasuki Aly, MM**  
NIP: 196202171991031001



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>NOTA DINAS.....</b>	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>PERNYATAAN OTENTITAS SKRIPSI .....</b>	<b>v</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>vi</b>
<b>MOTO .....</b>	<b>vii</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>viii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN .....</b>	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xviii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian .....	5
D. Kegunaan Penelitian.....	7
E. Sistematika Penulisan.....	7
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>8</b>
A. Harga .....	9
B. Kualitas Pelayanan .....	15
C. Kepuasan Konsumen.....	20
D. Penelitian Terdahulu .....	26
E. Kerangka Pemikiran.....	29



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	32
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	32
B. Waktu dan Tempat Penelitian .....	32
C. Populasi dan Sampel .....	32
D. Sumber Data.....	34
E. Operasional Variabel.....	34
F. Teknik Pengumpulan Data.....	37
G. Instrumen Penelitian.....	37
1. Uji validitas .....	38
2. Uji Reabilitas .....	39
H. Uji Asumsi Klasik .....	40
1. Normalitas .....	40
2. Multikolinieritas .....	40
3. Heteroskedastisitas .....	41
4. Autokorelasi .....	42
I. Teknik Analisis Data dan Rencana Pengujian Hipotesis Statistik .....	43
1. Analisa Regresi Berganda .....	43
2. Uji Koefisien Determinasi dan Koefisien Determinasi Partial.....	43
3. Uji T.....	44
4. Uji F.....	45
BAB IV PEMBAHASAN.....	46
A. Kondisi Objektif.....	46
1. Letak Geografis .....	46
2. Sejarah Berdirinya .....	46
3. Profi Perusahaan.....	48
4. Visi dan Misi .....	49
B. Karakteristik Responden .....	49
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon

2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	49
2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan.....	50
C.	Instrumen Penelitian.....	51
1.	Uji Validitas.....	51
2.	Uji Reabilitas .....	53
D.	Asumsi Klasik .....	54
1.	Normalitas .....	54
2.	Multikolenieritas.....	55
3.	Heteroskedastisitas .....	56
4.	Autokolerasi .....	58
E.	Uji Analisis.....	59
1.	Regresi dan Koefisien Determinasi .....	59
2.	Uji Koefisien Determinasi dan Koefisien Determinasi Partial.....	60
3.	Uji T.....	61
4.	Uji F.....	62
F.	Pembahasan.....	63
1.	Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen .....	63
2.	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen .....	65
G.	Analisis Ekonomi .....	66
BAB V	PENUTUPAN .....	68
A.	Kesimpulan .....	68
B.	Saran.....	69



## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Klinik atau salon kecantikan dewasa ini menunjukkan perkembangan yang sangat pesat bagi kaum wanita, terbukti dengan semakin banyaknya klinik kecantikan yang merambah di kota Cirebon. Hal ini menjadikan konsumen harus lebih selektif dalam memilih klinik kecantikan sehingga tidak perlu membuang biaya dan waktu yang banyak. Klinik kecantikan termasuk dalam usaha jasa dengan tujuan memuaskan pelanggan atau konsumen. Dengan munculnya berbagai macam klinik kecantikan ini menyebabkan persaingan antara klinik kecantikan yang lainnya semakin ketat sehingga mendorong setiap klinik kecantikan untuk berusaha meningkatkan kualitas pelayanannya. Keputusan memilih klinik kecantikan perlu diperhatikan karena jika memilih klinik kecantikan hanya berdasarkan informasi iklan atau *trend* merupakan suatu tindakan yang tidak objektif. Ada beberapa hal yang harus dipastikan terlebih dahulu dari klinik kecantikan yang akan dikunjungi. Mulai dari dokter, produk kecantikan, profil klinik kecantikan, dan kondisi klinik tersebut. Tujuannya agar konsumen terhindar dari efek samping yang merugikan.<sup>1</sup>

Kecantikan merupakan modal dasar bagi wanita modern yang senantiasa untuk menunjukkan eksistensi dirinya dalam sosialitas. Banyak cara yang dapat dilakukan wanita dalam upayanya untuk mencapai kecantikan yang diidamkan. Gaya hidup modern yang cenderung praktis menuntut orang melakukan pekerjaan dengan cara yang cepat serta mudah. Hal ini berlaku juga dalam pemilihan kosmetik bagi wanita yang selalu ingin menghias atau mempercantik diri yang diperoleh dengan proses yang cepat, seperti operasi plastik, sulam alis atau bibir yang jelas beresiko bagi kesehatan.<sup>2</sup>

Klinik kecantikan adalah sebuah tempat yang menyediakan jasa pelayanan untuk perawatan wajah atau kulit yang dibutuhkan konsumen. Konsumen dituntut

---

<sup>1</sup>Resty, Bagaimana memilih kecantikan yang tepat untuk anda, <http://www.restylane.com>, diunduh pada tanggal 22 November 2014.

<sup>2</sup>Ferinnadewi, Erna, 2005, *Atribut Produk yang Dipertimbangkan dalam Pembelian Kosmetik dan Pengaruhnya Pada Kepuasan Konsumen di Surabaya*. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol. 7. No. 2.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkannya atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

untuk memilih klinik kecantikan yang mempunyai kualitas bagus dan pelayanan yang terbaik. Agar waktu dan uang yang dimiliki konsumen tidak terbuang sia-sia agar konsumen juga merasa puas dan senang bila mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan harapan sehingga konsumen akan terus menggunakan produk atau jasa yang telah ditawarkan.

Perusahaan di bidang kecantikan tentunya tidak lepas dari adanya faktor harga produk atau jasa dan faktor kualitas pelayanan untuk memberikan kepuasan kepada konsumennya. Untuk itu, perusahaan harus senantiasa memperhatikan kedua faktor tersebut tujuannya untuk mengimbangi perkembangan dunia bisnis yang semakin kompetitif. Konsumen yang merasa puas pada produk atau jasa yang dibeli dan digunakannya akan kembali menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan. Hal ini akan membangun kesetiaan konsumen.

Kepuasan adalah sejauh mana tingkatan produk atau jasa dipersepsikan sesuai dengan harapan pembeli. Kepuasan adalah hasrat yang tidak bisa diukur dengan nilai, masing-masing orang memiliki cita rasa yang berbeda namun jika yang diinginkan terpenuhi maka akan menghasilkan sebuah kepuasan tersendiri. Islam sebagai agama yang *rahmatan lil alamin* tidak membatasi konsumsi umatnya. Islam hanya mengatur etika konsumsi sebagai wujud kebersinambungan antara sang makhluk (*hablu minan nas*) dan antara sang tuhan (*hablu minallah*).<sup>3</sup> Kepuasan konsumen diartikan suatu keadaan dimana harapan konsumen terhadap suatu produk atau jasa sesuai dengan kenyataan yang diterima oleh konsumen. Jika produk atau jasa tersebut jauh dibawah harapan, konsumen akan kecewa. Sebaliknya, jika produk atau jasa tersebut memenuhi harapan, konsumen akan puas. Harapan konsumen dapat diketahui dari pengalaman mereka sendiri saat menggunakan produk atau jasa tersebut, informasi dari orang lain, dan informasi yang diperoleh dari iklan atau promosi yang lain.<sup>4</sup>

Kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa atau pelayanan dipengaruhi oleh harga. Daya tarik produk atau jasa tidak dapat dilepaskan dari harga seperti uang, waktu, aktivitas kognitif, upaya perilaku, nilai dan penetapan harga. Karena harga sering kali digunakan sebagai indikator nilai bilamana harga tersebut

<sup>3</sup> Aan Zainul, Mikro Ekonomi Islam 5 Teori Perilaku, [www.belajar.blogspot.com](http://www.belajar.blogspot.com), diunduh pada tanggal 7 Maret 2015.

<sup>4</sup> Etta Mamang Sangadji, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2013), 181





dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa. Harga merupakan sejumlah uang sebagai alat tukar untuk memperoleh produk atau jasa.<sup>5</sup> Harga adalah jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau jasa, jumlah nilai yang dipertukarkan konsumen untuk manfaat memiliki atau menggunakan barang atau jasa. Ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu pelayanan yang diharapkan dan pelayanan yang tidak diharapkan. Baik atau tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan produsen dalam memenuhi harapan konsumen. Harga juga merupakan jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan suatu produk atau jasa dengan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya. Dalam Islam harga harus mencerminkan manfaat bagi pembeli dan penjualnya secara adil, yaitu penjual memperoleh keuntungan yang normal dan pembeli memperoleh manfaat yang setara dengan harga yang dibayarkannya.

Kepuasan konsumen juga tergantung pada kualitas jasa atau pelayanannya. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri.<sup>6</sup> Karena pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan memberi suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha baik berupa barang maupun pelayanan atau jasa hendaknya memberikan yang berkualitas, jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas kepada orang lain. Seperti dijelaskan dalam Al-qur'an surat Al-Baqarah Ayat 267.<sup>7</sup>

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَنفِقُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ  
الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَن تُغْمِضُوا فِيهِ  
وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ ﴿٢٦٧﴾

<sup>5</sup> Djaslim Saladin, *Unsur-Unsur Inti Pemasaran dan Manajemen Pemasaran*, (Bandung: Mandar Maju, 1996), 37

<sup>6</sup> Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, (Jakarta: Salemba Empat, 2002), 115

<sup>7</sup> Alqur'an dan Terjemahnya, Jakarta : Departemen Agama RI, 2004:46



267 “Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (dijalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kamikeluarkan dari bumi untuk kamu dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu nafkahkan darinya padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji”

Menurut Tafsir Ibnu Katsir

Usaha yang dihasilkan oleh seorang muslim tidak ada yang buruk, tetapi janganlah ia menyedekahkan barang yang berkualitas rendah serta sesuatu yang tidak ada kebaikannya padanya (barang yang tak terpakai). Ibnu abbas mengatakan “seandainya kalian mempunyai hak atas seseorang, lalu orang itu datang dengan membawa hak kalian yang kualitasnya lebih rendah dari pada hak kalian, niscaya kalian tidak mau menerimanya karena kurang dari kualitas yang sebenarnya”. Maka bagaimana kalian rela memberikan apa-apa yang kalian sendiri tidak rela buat diri kalian, hakku atas kalian harus dibayar dengan harta yang paling baik dan paling berharga pada kalian. Buruknya perilaku bisnis para pengusaha menentukan sukses-gagalnya bisnis yang dijalankan. Seperti dijelaskan dalam Al Qur’an Surat Ali Imran ayat 159.<sup>8</sup>

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَأَنْفَضُوا مِنْ حَوْلِكَ  
 فَأَعْفُ عَنْهُمْ وَأَسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ  
 يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

159. Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.

<sup>8</sup>Al’qur’an dan terjemahnya, Jakarta: Departemen Agama RI, 2004:72



Menurut Tafsir Ibnu Katsir

Allah telah membuat hatinya lemah lembut kepada umatnya yang akibatnya mereka mentaati perintahnya dan menjauhi larangannya, Allah juga membuat tutur katanya terasa menyejukkan hati mereka. Yakni sikapmu yang lemah lembut terhadap mereka, tiada lain hal itu dijadikn oleh Allah buatmu sebagai rahmat buat dirimu dan juga buat mereka. Sekiranya kamu kasar dalam berbicara dan berkeras hati dalam menghadapi mereka, niscaya mereka bubar darimu dan meninggalkan kamu. Akan tetapi, Allah menghimpun mereka di sekelilingmu dan membuat hatimu lemah lembut terhadap mereka seingga mereka menyukaimu.

Berdasarkan ayat diatas, jelas bahwa setiap manusia dituntunkan untuk berlaku lemah lembut agar orang lain merasakan kenyamanan bila berada disampingnya. Apalagi dalam pelayanan yang mana konsumen banyak pilihan, bila pelaku bisnis tidak mampu memberikan rasa aman dengan kelemahan lembutannya maka konsumen akan berpindah ke perusahaan lain. Pelaku bisnis dalam memberikan pelayanan harus menghilangkan jauh jauh sikap keras hati dan harus memiliki sifat pemaaf kepada pelanggan agar pelanggan terhindar dari rasa takut, tidak percaya, dan perasaan adanya bahaya dari pelayanan yang diterima.<sup>9</sup>

Atas dasar uraian di atas, peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian berdasarkan aspek-aspek harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen klinik Erha *skin* Cirebon, yang selanjutnya peneliti menuangkan penelitiannya dalam judul **“Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Klinik Erha *Skin* Cirebon)”**.

---

<sup>9</sup>Ridwan, Kualitas Pelayanan dalam Islam, [www.wordpress.com](http://www.wordpress.com), diunduh pada tanggal 7 Maret 2015



## B. Rumusan Masalah

### 1. Identifikasi Masalah

#### a. Wilayah Kajian

Kajian Masalah dalam Penelitian ini Kepuasan Konsumen

#### b. Pendekatan Penelitian

Dalam Penelitian ini Menggunakan Pendekatan Kuantitatif

#### c. Jenis Masalah

Jenis Masalah yang dibahas dalam penelitian ini adalah masalah pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

### 2. Pembatasan Masalah

Dari beberapa masalah yang diungkapkan, untuk menghindari meluasnya masalah yang dibahas dalam penelitian ini, maka peneliti membatasi masalah pada:

a) Pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen klinik Erha *skin* Cirebon.

b) Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen klinik Erha *skin* Cirebon.

### 3. Rumusan Masalah

a) Seberapa besar pengaruh harga dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan konsumen klinik Erha *skin* Cirebon?

b) Seberapa besar pengaruh harga secara parsial terhadap kepuasan konsumen klinik Erha *skin* Cirebon?

c) Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan konsumen klinik Erha *skin* Cirebon?

## C. Tujuan Penelitian

a) Untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan konsumen klinik Erha *skin* Cirebon.

b) Untuk mengetahui pengaruh harga secara parsial terhadap kepuasan konsumen klinik Erha *skin* Cirebon

c) Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan konsumen klinik Erha *skin* Cirebon



#### D. Kegunaan Penelitian

Dari kegunaan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut.

##### 1) Kegunaan Teoritis

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat berguna, terutama pada ilmu perilaku konsumen dalam hal faktor harga, kualitas pelayanan dan yang berkaitan dengan kepuasan konsumen.

##### 2) Kegunaan Praktis

Penelitian ini berguna sebagai sumbangan pemikiran dan rujukan bagi pihak yang berkepentingan terutama masyarakat luas mengenai kepuasan konsumen klinik Erha *skin* Cirebon.

#### E. Sistematika Penulisan

Untuk memperoleh gambaran dan mempermudah pembahasan, maka dijelaskan sistematika penulisan ini sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan, diuraikan secara garis besar permasalahan penelitian meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penelitian.

Bab II Landasan Teori yang diawali dengan menjelaskan secara ringkas dan jelas mengenai berbagai referensi yang berhubungan dengan pokok bahasan tentang teori harga, kualitas pelayanan, kepuasan konsumen agar dapat mendukung penyusunan teori dan konsep. Serta penelitian terdahulu dan kerangka pemikiran.

Bab III Metodologi Penelitian menjelaskan gambaran proses penelitian di lapangan sesuai dengan teori dan konsep yang relevan yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya. Metode penelitian ini meliputi: pendekatan dan jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, populasi dan sampel, sumber data, operasional variabel, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian meliputi uji validitas dan uji reliabilitas, uji asumsi klasik meliputi normalitas, multikolinieritas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi. Teknik analisis data dan rencana pengujian hipotesis statistik meliputi analisis regresi berganda, uji T, uji F, dan Determinasi.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkannya atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Bab IV Pembahasan yaitu menguraikan hasil penelitian dan analisis data. Hasil penelitian lapangan yang menggambarkan kondisi objektif meliputi letak geografis, sejarah berdirinya, profil perusahaan, dan visi dan misi. Karakteristik responden meliputi karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan, karakteristik responden berdasarkan tingkat pendapatan. Instrumen penelitian meliputi uji validitas dan uji reliabilitas. Uji asumsi klasik meliputi normalitas, multikolinieritas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi. Uji analisis meliputi regresi dan koefisien determinasi, uji T, uji F, Pembahasan dan analisis ekonomi.

Bab V Penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran. Kesimpulan merupakan uraian singkat atas jawaban pertanyaan-pertanyaan yang diajukan pada rumusan masalah setelah melalui analisis pada bab sebelumnya. Sedangkan saran merupakan komentar dan masukan dari peneliti mengenai permasalahan yang diteliti sesuai dengan hasil kesimpulan yang diperoleh.



## BAB V

### PENUTUP

#### Kesimpulan

Berdasarkan hasil kesimpulan tentang pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen studi kasus klinik Erha *skin* Cirebon, dapat disimpulkan sebagai berikut: pada hasil analisis regresi berganda yang telah dilakukan pada penelitian ini, didapat perumusan regresi sebagai berikut:

$$Y = (8,864) + 0,186 X_1 + 0,488 X_2$$

1. Hasil analisis diperoleh bahwa variabel harga ( $X_1$ ) memiliki koefisien regresi nilai sebesar 0,186 (bertanda positif) terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ ) artinya bahwa jika harga terjangkau maka kepuasan konsumen akan meningkat. Dan nilai  $t_{hitung}(2,431) > t_{tabel}(0,198)$  atau signifikansi 0,05. Hal ini berarti adanya pengaruh harga ( $X_1$ ) terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ ) di klinik Erha *skin* Cirebon. Dengan demikian hipotesis 1 yang menyatakan bahwa harga ( $X_1$ ) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ ) di klinik Erha *skin* Cirebon dapat diterima.
2. Hasil analisis diperoleh bahwa variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ) memiliki koefisien regresi nilai sebesar 0,488 yang artinya bahwa jika kualitas pelayanan semakin baik maka kepuasan konsumen akan meningkat. Dan nilai  $t_{hitung}(14,487) > t_{tabel}(0,198)$  atau signifikansi 0,05. Hal ini berarti adanya pengaruh kualitas pelayanan ( $X_2$ ) terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ ) di klinik Erha *skin* Cirebon. Dengan demikian hipotesis 2 yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan ( $X_2$ ) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ ) di klinik Erha *skin* Cirebon dapat diterima.
3. Hasil uji regresi dan determinasi diperoleh nilai 72,93%. Jadi pengaruh harga ( $X_1$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_2$ ) sebesar 72,93% terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ ). Harga ( $X_1$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_2$ ) secara bersama-sama mempengaruhi kepuasan konsumen ( $Y$ ) di klinik Erha *skin* Cirebon,  $F_{hitung}(128,490) > F_{tabel}(3,09)$  signifikansi 0,05.

#### Saran

1. Untuk mempertahankan para konsumen agar tetap menggunakan produk atau jasa Erha, Erha tetap memberikan pelayanan yang baik dan harga yang terjangkau.
2. Untuk meningkatkan kualitas pelayanan karyawan harus lebih tanggap dalam menghadapi keluhan konsumen. Perlu ditingkatkan dan dipertahankan keramahan



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkannya atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon  
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

karyawan, karena sikap karyawan yang ramah akan membuat konsumen merasa senang dan nyaman dalam menerima pelayanan yang diberikan.

3. Perusahaan diharapkan dapat terus memotivasi karyawan agar lebih meningkatkan kinerja dan kemampuannya serta dapat lebih memperhatikan keluhan-keluhan yang disampaikan konsumen.

### DAFTAR PUSTAKA

Aan Zainul, Mikro Ekonomi Islam 5 Teori Perilaku, [www.belajar.blogspot.com](http://www.belajar.blogspot.com), diunduh pada tanggal 7 Maret 2015

Aisyah, Adrie. Kecantikan wanita dalam Al-quran, <http://meilnote.blogspot.com>, diunduh pada tanggal 16 November 2014

Artha Nugraha, Metode untuk menemtukan harga suatu produk dan jasa, <http://blog.arthanugraha.com>, diunduh pada tanggal 29 Januari 2015

Basu, Swastha. *Azas-Azas Marketing*. Yogyakarta: Liberty Offset, 2002





- Basu, Swastha, dan Irawan. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty, 1986
- Boediono. *Teori dan Aplikasi Statistika dan Probalitas*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001
- Bungin, Burhan. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana, 2011
- Djaslim, Saladin. *Unsur-Unsur Inti Pemasaran dan Manajemen Pemasaran*. Bandung: Mandar Maju, 1996
- Etta Mamang Sangadji. *Peilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi Offset, 2013
- Fany, Tjiptono. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset, 1996
- Fandy, Tjiptono. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2014
- Ferinnadewi, Erna, *Atribut Produk yang Dipertimbangkan dalam Pembelian Kosmetik dan Pengaruhnya Pada Kepuasan Konsumen di Surabaya*. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol. 7.No. 2. 2005
- Handi, Irawan. *Indonesian Customer Satisfaction Membedah Strategi Kepuasan Pelanggan Merek Pemenang ICSA. PT. Elex Media Komputindo*, Jakarta: Kelompok Gramedia, 2003
- Iqbal Hasan, M. *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*. Jakarta: Bumi Aksara, 2014
- J. Supranto, *Statistik Edisi 5* Jakarta: Erlagga, 1998
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat, 2002
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Ikrar Mandiri Abadi, 2002
- Kotler, Philip, and Gary, Armstrong. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo, 1997
- Maharani, Yuni. <http://erhaklinik.blogspot.com>, diunduh pada tanggal 16 November 2014
- Maman Abdurahman, *Dasar-dasar Metode Statistika untuk Penelitian* Bandung: Pustaka Setia, 2011
- Morissan. *Metodologi Penelitian Survei*. Jakarta: Kencana, 2014
- M.N Nasution. *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management)*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 2000



M.N Nasution. *Manajemen Jasa Terpadu*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2004

Nurul, Zuriyah. *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara, 2006

Nur Aisyah Bangkinang, Kepuasan pelanggan, <http://www.nuraisyah.net>, diunduh pada tanggal 29 Januari 2015

Raden Ge, Penetapan-Harga-Jasa, <http://www.radenge.blogspot.com>, diunduh pada tanggal 29 Januari 2015

Rambat, Lupiyoadi. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat, 2013

Rangkuti, Freddy. *Measuring Customer Satisfaction: Gaining Customer Relationship Strategy: Teknik Mengukur dan strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan dan Analisis Kasus PLN-JP*. Jakarta: Gramedia, 2003

Resty, Bagaimana memilih kecantikan yang tepat untuk anda, <http://www.restylane.com>, diunduh pada tanggal 22 November 2014

Ridwan, Kualitas Pelayanan dalam Islam, [www.wordpress.com](http://www.wordpress.com), diunduh pada tanggal 7 Maret 2015

Sevilla, Consuelo G. et. al. *Research Methods*. Quezon City :Rex Printing Company, 2007

Sidik, Persepsi Harga, <http://mistersidik.com>, diunduh pada tanggal 3 Februari 2015

Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Yogyakarta: Alfabeta, 2008

Suharsimi, Arikunto. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta. 1996

Suprpto. *Metodologi Penelitian Ilmu Pendidikan dan Ilmu-Ilmu Pengetahuan Sosial*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service), 2013

Sumanto. *Statistika Terapan*. Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service), 2014