

## PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI BAMBOO FAMILY MASSAGE AND REFLEXIOLOGY BANDUNG

RISMAWATI

Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Langlangbuana  
rysmaaleeya@yahoo.com

---

**Abstrak:** Kualitas Pelayanan merupakan salah satu faktor penting dalam usaha mencapai keunggulan bersaing. Untuk mencapai kualitas yang diinginkan, perusahaan melakukan pemenuhan kebutuhan pelanggan. Terdapat lima indikator utama yang mempengaruhi Kualitas Pelayanan yaitu, berupa bukti langsung (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*emphaty*). Harga merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan dari penjualan produknya baik berupa barang maupun jasa.

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui besarnya Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepuasan Konsumen, serta untuk mengetahui besarnya Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen serta besarnya Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif dan verifikatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah riset lapangan dan kepustakaan dengan jumlah responden sebanyak 88 orang. Metode analisis data menggunakan analisis jalur (*path analysis*) dengan menggunakan bantuan *Software Stat 97* pada *Microsoft Excel 2007*.

Berdasarkan hasil penelitian, secara simultan Kualitas Pelayanan dan Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, dengan total kontribusi sebesar 65,5% yang terdiri dari Kualitas Pelayanan sebesar 42,3% dan dari Harga 23,3% sedangkan sisanya sebesar 34,5% merupakan kontribusi dari variabel lain diluar penelitian.

Dalam pengujian hipotesis, digunakan perhitungan statistik dengan menggunakan program *Software SPSS v21*, yaitu uji f dan uji t dengan uji dua pihak. Dengan tingkat signifikansi 0,05, dimana uji f adalah ( $80,864 > 3,104$ ), artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, artinya Kualitas Pelayanan dan Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Uji t untuk Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) adalah ( $6,827 > 1,988$ ), artinya secara parsial Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Sedangkan uji t untuk Harga (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) adalah ( $4,208 > 1,988$ ), artinya secara parsial Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

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

---

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Kesehatan merupakan suatu hal yang paling menjadi perhatian masyarakat dewasa ini. Salah satu hal yang mempengaruhi kesehatan seseorang adalah gaya hidupnya. Gaya hidup sehat pun menjadi pilihan utama. Salah satu usaha yang dilakukan untuk menjaga kesehatan adalah dengan melakukan pijat refleksi. Kualitas merupakan faktor dasar yang dapat mempengaruhi pilihan konsumen untuk berbagai jenis jasa yang berkembang saat ini dan telah menjadi satu-satunya faktor dalam keberhasilan dan pertumbuhan suatu organisasi. Kualitas pelayanan bukanlah masalah dalam mengontrol kualitas yang akan datang saja, akan tetapi merupakan pencegahan terjadinya kualitas yang jelek sejak awal.

Jasa/pelayanan sebagai, setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu (Kotler dalam Tjiptono 2011:17).

Kegiatan kualitas pelayanan seperti halnya ketepatan, keahlian, kemampuan karyawan, kesopanan karyawan, pemberian informasi yang tepat dan akurat dan hal-hal lain seperti teknik pijatan, fasilitas yang memadai, suasana tempat pijat, serta harga yang terjangkau dan hal-hal lainnya yang disediakan oleh perusahaan harus dapat memberikan kepuasan bagi konsumennya, sehingga loyalitas konsumen pun dapat terbentuk.

Fenomena yang ada di Bamboo *Family Massage and Reflexiology* Bandung terhadap kualitas pelayanan, harga dan kepuasan konsumen yaitu, pelayanan yang diberikan perusahaan masih belum memuaskan konsumen dan masih kurang tenaga kerja atau terapis untuk meningkatkan kecepatan dan ketepatan pelayanan. Masalah dalam hal kebersihan saat menggunakan fasilitas *massage* masih belum memuaskan konsumen juga, potongan harga atau diskon 20% *happy hour* hanya pada jam 09:00-14.00 WIB, bagi konsumen atau karyawan yang berkerja dikantor datang pada sore hari tidak dapat mendapatkan potongan harga tersebut. Dan belum adanya fasilitas pembayaran yang memudahkan konsumen seperti pembayaran melalui kartu debit, visa, dsb, serta konsumen masih belum puas dengan kualitas pelayanan dan harga yang diterima.

Bamboo *Family Massage and Reflexiology* Bandung ini melihat suatu peluang bisnis yang menjajikan karena pijat refleksi sudah tidak asing di Kota Bandung ini. Dengan melihat banyaknya persaingan, para pengusaha harus dapat menghadirkan berbagai inovasi dan beragam pelayanan yang ditawarkan selain itu suasana, harga, serta pelayanan dan kualitas pijatan yang baik, yaitu dengan tujuan untuk menarik konsumen, dan membuat konsumen merasa terpuaskan.

Untuk melihat lebih lanjut pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen, maka yang menjadi pertanyaan dsalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana kualitas pelayanan kepada konsumen Bamboo *Family Massage and Reflexiology* Bandung?
2. Bagaimana harga pada Bamboo *Family Massage and Reflexiology* Bandung?
3. Bagaimana kepuasan konsumen pada Bamboo *Family Massage and Reflexiology* Bandung?
4. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Bamboo *Family Massage and Reflexiology* Bandung baik secara parsial maupun secara simultan?

## **B. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan kepada Bamboo *Family Massage and Reflexiology* Bandung.
2. Untuk mengetahui harga pada Bamboo *Family Massage end Reflexiology* Bandung.
3. Untuk mengetahui kepuasan konsumen pada Bamboo *Family Massage and Reflexiology* Bandung.
4. Untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Bamboo *Family Massage and Reflexiology* Bandung baik secara parsial maupun secara simultan.

**KAJIAN PUSTAKA**

**A. Pengertian Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting dalam usaha mencapai keunggulan bersaing. Untuk mencapai kualitas yang di inginkan, perusahaan melakukan pemenuhan kebutuhan pelanggan.

Kualitas adalah sebuah bentuk pengukuran terhadap suatu nilai layanan yang telah diterima oleh konsumen dan kondisi yang dinamis suatu produk atau jasa dalam memenuhi harapan konsumen, dan dapat disimpulkan bahwa layanan/ jasa adalah sebuah aktifitas atau tindakan interaksi antara pihak pemberi dan pihak penerima layanan/ jasa yang ditawarkan oleh pihak pemberi secara tidak berwujud sehingga tidak dapat dirasakan oleh fisik.

**B. Pengertian Harga**

Harga merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan dari penjualan produknya baik berupa barang maupun jasa. Harga sebagai pengorbanan keseluruhan yang bersedia dilakukan konsumen dalam rangka mendapatkan produk atau jasa spesifik.

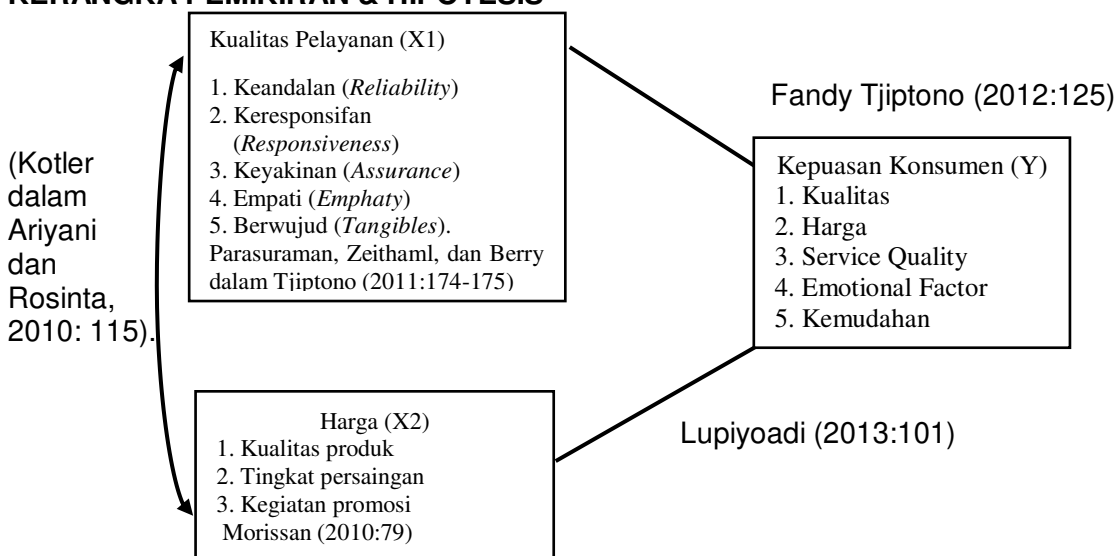
Harga merupakan alat atau wahana langsung untuk melakukan perbandingan antar produk atau merk yang saling bersaing. Dengan kata lain, harga adalah *“forced point of contact between competitors”*.

**C. Pengertian Kepuasan Konsumen**

Kepuasan (*Satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen. Kepuasan konsumen dapat diciptakan melalui kualitas, pelayanan dan nilai. Kunci untuk menghasikan kesetiaan pelanggan adalah memberikan nilai pelanggan yang tinggi.

Menurut Tjiptono (2012:301), kepuasan konsumen merupakan situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik.

**KERANGKA PEMIKIRAN & HIPOTESIS**



Berdasarkan tinjauan pustaka yang telah diuraikan di atas, maka hipotesis penelitian yang diajukan adalah:

1. Pelaksanaan kualitas pelayanan pada *Bamboo Family Massage and Reflexiology* Bandung sudah baik.
2. Harga pada *Bamboo Family Massage and Reflexiology* Bandung sudah baik.
3. Kepuasan konsumen pada *Bamboo Family Massage and Reflexiology* Bandung sudah baik.
4. Terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada *Bamboo Family Massage and Reflexiology* Bandung baik secara parsial maupun secara simultan.

**Pengukuran**

**Table Operasionalisasi Variabel**

Variabel/Dimensi (1)	Konsep (2)	Indikator (3)	Satuan Ukuran (4)	Skala (5)
Kualitas Pelayanan (X1)	Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry dalam Tjiptono (2011:174-175) terdapat lima dimensi kualitas jasa yang dijadikan pedoman oleh pelanggan dalam menilai kualitas jasa, yaitu: Keandalan ( <i>Reliability</i> ), Keresponsifan ( <i>Responsiveness</i> ), Keyakinan ( <i>Assurance</i> ), Empati ( <i>Emphaty</i> ), Berwujud ( <i>Tangibles</i> ).			Ordinal
1. <i>Reliability</i> (Keandalan)	1. Kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.	1) Ketepatan waktu pelayanan 2) Prosedur penanganan dan ketepatan penyerahan pelayanan 3) Kecepatan pelayanan 4) Prosedur pembayaran	1. Tingkat ketepatan 2. Tingkat ketepatan 3. Tingkat kecepatan 4. Tingkat kecermatan	Ordinal Ordinal Ordinal Ordinal
2. <i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	1. Kecepatan tenaga kerja dalam melayani transaksi	1) Keterampilan pelayan dalam menanggapi keluhan konsumen 2) Kesigapan pelayan dalam melayani	1. Tingkat daya tanggap 2. Tingkat daya Tanggap	Ordinal Ordinal

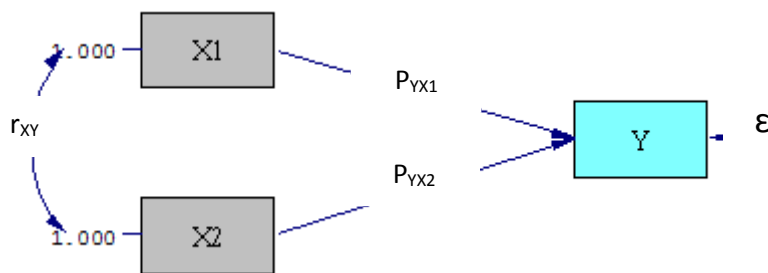
		<p>pelanggan</p> <p>3) Kesiediaan pelayan dalam menangani keluhan dengan cepat</p> <p>4) Kemudahan menghubungi pelayan di dalam ruangan Massage</p>	<p>3. Tingkat kesungguhan</p> <p>4. Tingkat kemudahan</p>	<p>Ordinal</p> <p>Ordinal</p>
<p>3. Assurance (Jaminan)</p>	<p>1. Menanam kepercayaan dan keyakinan kepada konsumen</p>	<p>1) Sikap yang dimiliki pelayan (ramah, sopan dan murah senyum)</p> <p>2) Keterampilan pelayan dalam memberikan informasi</p> <p>3) Jaminan keamanan</p> <p>4) Pengetahuan terapis tentang penanganan Massage</p> <p>5) Sifat pelayan Bamboo Family &amp; Massage Reflexiologi yang dapat dipercaya.</p>	<p>1. Tingkat keramahan, sopan dan murah senyum</p> <p>2. Tingkat keterampilan</p> <p>3. Tingkat Jaminan</p> <p>4. Tingkat pemahaman</p> <p>5. Tingkat kecepatan dan ketepatan</p>	<p>Ordinal</p> <p>Ordinal</p> <p>Ordinal</p> <p>Ordinal</p> <p>Ordinal</p>
<p>4. Empathy (Empati)</p>	<p>1. Kemudahan dalam melakukan hubungan dan perhatian pribadi, komunikasi yang baik, dan pemahaman terhadap keinginan dan kebutuhan pelanggan</p>	<p>1) Pelayan memberikan perhatian pada konsumen</p> <p>2) Memberikan pelayanan sesuai standar dengan tidak membedakan</p> <p>3) Kemudahan informasi berkaitan dengan layanan Bamboo Family &amp; Massage Reflexiology</p> <p>4) Kemampuan memahami kebutuhan konsumen</p>	<p>1. Tingkat perhatian</p> <p>2. Tingkat kelayakan</p> <p>3. Tingkat kemudahan</p> <p>4. Tingkat kemampuan</p>	<p>Ordinal</p> <p>Ordinal</p> <p>Ordinal</p> <p>Ordinal</p>

5. <i>Tangibles</i> (Keberwujudan)	1. Bukti fisik dan jasa berupa fasilitas fisik Koperasi, Perlengkapan di Koperasi, sarana pendukung lainnya, kenyamanan, kebersihan, dan penampilan karyawan.	1) Kondisi fisik gedung Bamboo Family & Massage Reflexiology	1. Tingkat kestrategisan	Ordinal
		2) Fasilitas tambahan yang ada di Bamboo Family & Massage Reflexiology	2. Tingkat kelayakan	Ordinal
		3) Peralatan teknologi dan komunikasi yang digunakan (jejak lacak, sound system.dll)	3. Tingkat kelayakan	Ordinal
		4) Kenyamanan dan kebersihan ruangan Bamboo Family & Massage Reflexiology	4. Tingkat kelayakan	Ordinal
		5) Cara berpakaian pegawai	5. Tingkat kelayakan	Ordinal

**METODE PENELITIAN**

**A. Analisis Jalur**

Analisis verifikatif dalam penelitian ini adalah mencari pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen di bamboo *family massage and reflexiology* Bandung, dengan menggunakan metode statistik analisis jalur (*path analysis*). Secara visual diagram jalur secara keseluruhan dari variabel penelitian dapat dilihat pada gambar berikut :



**Gambar Diagram Struktur Jalur**

Gambar diagram jalur seperti terlihat diatas dapat diformulasikan kedalam bentuk persamaan struktural sebagai berikut.

$$Y = P_{YX1}X1 + P_{YX2}X2 + \epsilon$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Konsumen

- X<sub>1</sub> = Kualitas Pelayanan
- X<sub>2</sub> = Harga
- P<sub>YX1</sub> = Koefisien jalur kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen
- P<sub>YX2</sub> = Koefisien jalur harga terhadap kepuasan konsumen
- ε = Pengaruh faktor lain

**B. Uji Hipotesis**

1. Hipotesis Pengujian Uji T (Parsial)

Uji T dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh masing-masing komponen variabel independen terhadap variabel dependen. Dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$t = \frac{P_{YXi}}{\sqrt{\frac{(1 - R_{YX1X2}^2)CR_{ii}}{(n - k - 1)}}$$

2. Hipotesis Pengujian Uji F (Simultan)

Uji F bertujuan untuk mengetahui signifikan pengaruh variabel Kualitas Pelayanan (X1), dan Harga (X2) secara simultan terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$F = \frac{(n - k - 1) \sum_{i=1}^n P_{YXi} r_{YXi}}{k \left\{ 1 - \sum_{i=1}^n P_{YXi} r_{YXi} \right\}}$$

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**A. Identitas Responden**

Data responden adalah seluruh identitas responden yang dipandang relevan dengan permasalahan yang diidentifikasi, berikut disajikan data responden berdasarkan jenis kelamin dan usia dengan uraian sebagai berikut:

**Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase (%)
Laki-laki	55	62,5
Perempuan	33	37,5
<b>Total</b>	<b>88</b>	<b>100</b>

Tabel di atas, merupakan rekapitulasi karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin. Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa sebagian besar dari responden adalah laki-laki sebanyak 62,5% dan sisanya perempuan sebanyak 37,5%.

**Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

Usia	Frekuensi	Presentase (%)
20 - 25 Tahun	15	17,0
30 - 35 Tahun	45	51,1
40 - 50 Tahun	28	31,8
<b>Total</b>	<b>88</b>	<b>100</b>

Tabel 4.3 di atas, merupakan rekapitulasi karakteristik responden berdasarkan usia. Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa sebagian besar dari responden berusia antara 30 – 35 tahun sebanyak 51,1% dan paling sedikit berusia antara 20 – 25 tahun sebanyak 17,0%.

## B. Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Pelayanan

**Tabel Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan**

Pernyataan	Alternatif Jawaban					Skor Total	Kategori
	SS	S	BS	TS	STS		
P1	6	43	25	14	0	305	Baik
P2	5	39	26	17	1	294	Cukup Baik
P3	5	30	29	23	1	279	Cukup Baik
P4	7	42	25	13	1	305	Baik
P5	8	19	40	20	1	277	Cukup Baik
P6	14	35	14	20	5	297	Cukup Baik
P7	11	39	23	13	2	308	Baik
P8	2	41	28	17	0	292	Cukup Baik
P9	6	40	26	15	1	299	Baik
P10	10	39	25	13	1	308	Baik
P11	8	43	22	13	2	306	Baik
P12	7	41	26	12	2	303	Baik
P13	9	39	25	13	2	304	Baik
P14	2	50	22	9	5	299	Baik
P15	14	40	21	11	2	317	Baik
P16	12	39	25	12	0	315	Baik
P17	5	29	38	16	0	287	Cukup Baik
P18	4	47	24	13	0	306	Baik
P19	2	41	21	23	1	284	Cukup Baik
P20	3	35	31	18	1	285	Cukup Baik
P21	6	44	15	23	0	297	Cukup Baik
P22	9	32	35	11	1	301	Baik
<b>Total Akumulasi</b>						<b>6568</b>	<b>Cukup Baik</b>

Tabel di atas menjelaskan distribusi tanggapan-tanggapan responden mengenai variabel kualitas pelayanan di bamboo *family massage and reflexiology* Bandung yang diukur menggunakan 22 item pernyataan. Dari tabel tersebut diperoleh skor jawaban responden terendah berada pada item ke-5, mengenai



pernyataan “terapis dan karyawan Bamboo *Family Massage and Reflexiology* Bandung cepat tanggap dalam menangani keluhan konsumen” dengan perolehan skor total sebesar 227 hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar dari responden cenderung biasa saja bahkan tidak setuju dengan hal tersebut dikarenakan faktor-faktor tertentu, sedangkan skor total tertinggi berada pada item ke-15, mengenai pernyataan “terapis dan karyawan Bamboo *Family Massage and Reflexiology* Bandung memberikan pelayanan sesuai standar dengan tidak membedakan konsumen” dengan perolehan skor rata-rata sebesar 317 hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar dari responden setuju akan hal tersebut. Untuk variabel secara keseluruhan diperoleh skor total sebesar 6568 dari 22 item pernyataan sebanyak 88 responden. Skor total tersebut jika mengacu pada kriteria penilaian termasuk kategori cukup baik.

### C. Tanggapan Responden Mengenai Harga

**Tabel Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Harga**

Pernyataan	Alternatif Jawaban					Skor Total	Kategori
	SS	S	BS	TS	STS		
P23	7	50	21	5	5	313	Baik
P24	7	45	14	9	13	288	Cukup Baik
P25	9	31	27	12	9	283	Cukup Baik
P26	3	36	32	8	9	280	Cukup Baik
P27	5	42	24	10	7	292	Cukup Baik
P28	2	57	23	5	1	318	Baik
<b>Total Akumulasi</b>						<b>1774</b>	<b>Cukup Baik</b>

Tabel di atas menjelaskan distribusi tanggapan-tanggapan responden mengenai variabel harga di bamboo *family massage and reflexiology* Bandung yang diukur menggunakan 6 item pernyataan. Dari tabel tersebut diperoleh skor jawaban responden terendah berada pada item ke-26, mengenai pernyataan “Bamboo *Family Massage and Reflexiology* Bandung memberikan harga jasa lebih murah dari yang lain” dengan perolehan skor total sebesar 280 hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar dari responden cenderung tidak setuju bahkan sangat tidak setuju dengan hal tersebut dikarenakan faktor-faktor tertentu, sedangkan skor total tertinggi berada pada item ke-28, mengenai pernyataan “Bamboo *Family Massage and Reflexiology* Bandung memberikan informasi harga/promosi melalui media sosial dan media masa” dengan perolehan skor rata-rata sebesar 318 hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar dari responden setuju akan hal tersebut. Untuk variabel secara keseluruhan diperoleh skor total sebesar 1774 dari 6 item pernyataan sebanyak 88 responden. Skor total tersebut jika mengacu pada kriteria penilaian termasuk kategori cukup baik.

#### D. Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan Konsumen

**Tabel Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Konsumen**

Pernyataan	Alternatif Jawaban					Skor Total	Kategori
	SS	S	BS	TS	STS		
P29	11	31	22	24	0	293	Cukup Puas
P30	8	52	8	19	1	311	Puas
P31	4	49	10	25	0	296	Cukup Puas
P32	3	48	10	26	1	290	Cukup Puas
P33	7	41	16	22	2	293	Cukup Puas
P34	7	38	17	23	3	287	Cukup Puas
P35	12	47	6	22	1	311	Puas
P36	5	50	23	7	3	311	Puas
P37	4	54	18	12	0	314	Puas
P38	8	40	11	18	11	280	Cukup Puas
<b>Total Akumulasi</b>						<b>2986</b>	<b>Cukup Puas</b>

Tabel di atas menjelaskan distribusi tanggapan-tanggapan responden mengenai variabel kepuasan konsumen di *bamboo family massage and reflexiology* Bandung yang diukur menggunakan 10 item pernyataan. Dari tabel tersebut diperoleh skor jawaban responden terendah berada pada item ke-38, mengenai pernyataan “*Bamboo Family Massage and Reflexiology* Bandung memberi kepuasan dalam kemudahan prosedur pembayaran kartu kredit/kartu debit” dengan perolehan skor total sebesar 280 hal tersebut menunjukkan bahwa mayoritas dari responden cenderung tidak setuju bahkan sangat tidak setuju dengan hal tersebut dikarenakan di tempat tersebut belum ada pembayaran menggunakan kartu kredit/kartu debit, sedangkan skor total tertinggi berada pada item ke-37, mengenai pernyataan “Kepuasan dalam kemudahan reservasi via telepon di *Bamboo Family Massage and Reflexiology* Bandung” dengan perolehan skor rata-rata sebesar 314 hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar dari responden setuju akan hal tersebut. Untuk variabel secara keseluruhan diperoleh skor total sebesar 2986 dari 6 item pernyataan sebanyak 88 responden. Skor total tersebut jika mengacu pada kriteria penilaian termasuk kategori cukup puas.

#### E. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga

Hubungan antara kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dengan harga ( $X_2$ ), nilai korelasi bertanda positif yang termasuk kategori kuat, yang menunjukkan bahwa terjadi hubungan positif yang kuat antara kualitas pelayanan dengan harga dimana semakin baik kualitas pelayanan maka akan diikuti semakin harga begitupun sebaliknya.

Harga yaitu, mengacu pada apa yang harus diberikan konsumen untuk membeli barang atau jasa yang biasanya menggunakan nilai uang. Untuk indikator dari harga yaitu kualitas pelayanan, tingkat persaingan dan kegiatan promosi.

Sebelum perusahaan mencapai tahap kepuasan konsumen. Perusahaan harus memperhatikan faktor penting untuk mendapatkannya yaitu, kualitas pelayanan dan harga. Kualitas pelayanan yang baik akan menciptakan kepuasan konsumen dan murah atau mahalnya harga suatu produk atau jasa sangat relative sifatnya.

Oleh karena itu, perlu dibandingkan terlebih dahulu dengan harga produk atau jasa serupa yang diproduksi atau dijual oleh perusahaan lain.

#### **D. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen**

Hubungan antara kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dengan kepuasan konsumen (Y), nilai korelasi bertanda positif yang termasuk kategori kuat, yang menunjukkan bahwa terjadi hubungan positif yang kuat antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen dimana semakin baik kualitas pelayanan maka akan diikuti semakin baiknya kepuasan konsumen begitupun sebaliknya.

Kualitas pelayanan memiliki peran penting dalam menciptakan kepuasan konsumen. Presepsi konsumen mengenai pelayanan perusahaan baik atau tidaknya tergantung antara kesesuaian dan keinginan pelayanan yang diperolehnya. Apalagi untuk perusahaan penyedia kualitas pelayanan yang diberikan menjadi suatu tolak ukur kepuasan konsumen. Bila kualitas pelayanan jasa yang dirasakan lebih kecil daripada yang diharapkan maka konsumen akan merasa kecewa dan tidak puas bahkan memberi dampak negatif lainnya pada perusahaan.

Pengaruh antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen diperkuat dengan jurnal penelitian yang dilakukan oleh Ambika Shastri dalam jurnal EMBA Vol. 2 No 2 (2015) yang menunjukkan bahwa Variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dan penelitian yang dilakukan oleh Oldhy Ardana dalam Jurnal Ilmiah UB Vol 1, No 02 (2013) menunjukkan bahwa pengaruh Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

#### **F. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen**

Hubungan antara harga ( $X_2$ ) dengan kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,683. Nilai korelasi bertanda positif yang termasuk kategori kuat, yang menunjukkan bahwa terjadi hubungan positif yang kuat antara harga dengan kepuasan konsumen dimana semakin baik harga maka akan diikuti semakin baiknya kepuasan konsumen begitupun sebaliknya.

Harga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi permintaan barang atau jasa yang diinginkan disertai dengan kemampuan konsumen untuk membeli pada tingkat harga atau kondisi tertentu. Permintaan adalah sejumlah barang atau jasa yang merupakan barang-barang ekonomi yang akan dibeli oleh konsumen dengan harga tertentu dalam suatu waktu atau periode tertentu.

Pengaruh antara harga dengan kepuasan konsumen diperkuat dengan jurnal Penelitian yang dilakukan oleh Indah Dwi Kurniasih dalam Jurnal Administrasi Bisnis (Vol. 1 No. 1 2014) menunjukkan bahwa pengaruh harga terhadap kepuasan lebih besar dari pada pengaruh tidak langsungnya dan penelitian juga dilakukan oleh Suci Wulansari dalam jurnal EMBA (Vol 1, No. 3) (2013) menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

### **KESIMPULAN**

1. Kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen Bamboo *Family Massage and Reflexiology* Bandung pada saat ini masih dinilai cukup baik. Karyawan dan terapis di Bamboo *Family Massage and Reflexiology* Bandung cepat dalam melayani konsumen, sigap dalam melayani konsumen, cepat tanggap dalam menangani keluhan konsumen, memiliki pengetahuan yang baik terhadap produk jasa, pelayanannya kepada konsumen tidak berbelit-belit dan tidak membedakan dan Bamboo *Family Massage and Reflexiology* memiliki kualitas produk

- jasa yang baik. Hal ini ditunjukkan oleh skor variabel Kualitas Pelayanan berada dalam kategori baik.
2. Harga yang diberikan kepada konsumen *Bamboo Family Massage and Reflexiology* Bandung pada saat ini masih dinilai cukup baik. *Bamboo Family Massage and Reflexiology* dapat bersaing dengan harga produk lain, memberikan harga yang cukup terjangkau oleh konsumen dan kesesuaian harga dengan manfaat jasa yang diperoleh oleh konsumen. Hal ini ditunjukkan oleh skor variabel Harga berada dalam kategori baik.
  3. Kepuasan konsumen pada *Bamboo Family Massage and Reflexiology* Bandung pada saat ini masih tergolong cukup puas. *Bamboo Family Massage and Reflexiology* Bandung memberi kepuasan terhadap kualitas jasa yang dijual kepada konsumen dan setelah kembali datang konsumen masih merasa puas. Hal ini ditunjukkan oleh skor variabel Kepuasan Konsumen berada dalam kategori baik.
  4. Secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di *bamboo family massage and reflexiology* Bandung dan secara simultan artinya kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di *bamboo family massage and reflexiology* Bandung.

## SARAN

Berikut ini akan disajikan saran dari hasil penelitian yang ditemukan:

1. Bagi perusahaan, sebaiknya *Bamboo Family Massage and Reflexiology* Bandung semakin meningkatkan kenyamanan dan kebersihan tempat atau ruangan massage, karena semakin baik kenyamanan dan kebersihan yang diberikan oleh perusahaan maka konsumen akan semakin puas dalam menggunakan produk jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Serta dengan adanya kemudahan dalam pembayaran kartu debit/ kartu kredit akan semakin meningkatkan kepuasan pada konsumen, dan sebaiknya potongan harga happy hour lebih diperpanjang waktunya agar para konsumen karyawan kantor dapat menikmatinya juga. Karena di dalam setiap perusahaan atau produk jasa selalu ada kesan positif maupun negatif yang bisa menimbulkan persaingan dan sudah melekat tidak bisa dipisahkan lagi.
2. Bagi para pembaca, dikarena telah terbukti dari hasil penelitian sebagaimana telah diungkapkan dalam kesimpulan, maka perlu memperhatikan Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepuasan Konsumen dalam upaya meningkatkan kinerja perusahaan.
3. Bagi peneliti selanjutnya, diperlukan penelitian selanjutnya yang lebih komprehensif yang dapat mendukung penelitian ini.
4. Bagi pihak Akademis, telah terbukti dalam penelitian ini bahwasanya faktor Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepuasan Konsumen merupakan hal yang sangat penting dalam pemilihan produk jasa yang digunakan sebagai kebutuhan untuk konsumen.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adisaputro, G. (2014). Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan.
- Ardianto, E. (2011). Metodologi Penelitian . Bandung: Sumbiosa Rekatama Media.
- Assuari, S. (2012). Strategic Marketing . Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Dharmmesta, B. S. (2014). Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: BPFE-YOGYAKARTA.
- Gaspersz, V. (2016). TQM. Jakarta: PT. Percetakan Penebar Swadaya.
- Herlambang, S. (2014). Basic Marketing . Yogyakarta: Gosyen .
- Kotler, P. (2010). Marketing 3.0. Canada : Gelora Aksara Pratama.

- Laila Q, N. S. (2012). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Servis Bengkel AHAS 0002 Semarang Honda Center . *Diponegoro Journal Of Social and Public*, 1-8.
- Morissan. (2010). Periklanan, komunikasi pemasaran terpadu. Jakarta: Fajar Interpratama Offset.
- Oesman, Y. M. (2010). Sukses Mengelola *Marketing Mix, Crm, Customer Value, dan Customer Dependency*. Bandung: Alfabeta.
- Parasuraman, Z. d. (2011). Dimensi Kualitas Pelayanan. Jakarta: Erlangga.
- Purwati, S. d. (2013). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Matic Beat (Studi kasus pada PT. Nusantara Solar Sakti). *Ekonomi dan Informasi Akuntansi (JENIUS)* , Vol. 2, No. 3.
- Ratnasari, R. T. (2011). Manajemen Pemasaran Jasa. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sugioyono. (2016). Metode Penelitian Pendidikan. Bandung: Alfabeta.
- sfaction*. Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET.