

**PENGARUH PELAYANAN, HARGA, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN
KONSUMEN DALAM MEMILIH SALON
QUEEN**



NAMA : DIAN ANGGELA SAPUTRI
NIM : 11412740
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO
2016

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Memilih Salon Queen
Nama : Dian Anggela Saputri
Nim : 11412740
Program Studi : Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi Syarat untuk diujikan guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Pembimbing I



(Dra. Umi Farida, MM)
NIK: 19610110 199112 13

Pembimbing II



(Hadi Sumarsono, SE, M. Si)
NIK: 19760508 200501 11

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi



(Titi Rapiyanti, SE, MM)
NIP: 19630505 199003 2 003

Dosen Penguji:



(Dra. Umi Farida, MM)
NIK: 19610110 199112 13



(Siti Chamidah, SE, M.Si)
NIK: 19710519 2014 1 11



(Drs. Ec. Purwanto, MM)
NIK: 19531024 199309 14

RINGKASAN

Manajemen pemasaran jasa erat kaitannya dengan pelayanan yang baik, didukung oleh harga yang terjangkau, lokasi yang nyaman dan hasil yang memuaskan yang diberikan, hal ini mampu mempengaruhi minat konsumen dalam memilih jasa perawatan kecantikan di salon Queen.

Tujuan dalam penelitian ini adalah (1) Untuk mengetahui apakah pelayanan berpengaruh terhadap keputusan konsumen memilih salon Queen, (2) Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap keputusan konsumen memilih salon Queen, (3) Untuk mengetahui apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan konsumen memilih salon Queen.

Hasil persamaan regresi linier berganda adalah $Y = 6,128 + 0,226 X_1 - 0,122 X_2 + 0,232 X_3 + e$, maksud dari persamaan tersebut adalah (a) Pada saat variabel pelayanan, harga, dan lokasi tidak ada atau dalam keadaan konstan maka keputusan konsumen memilih salon Queen sebesar 6,128, (b) Pada saat pelayanan naik satu satuan, maka keputusan konsumen memilih salon Queen naik sebesar 0,226, (c) Pada saat harga naik satu satuan, maka keputusan konsumen memilih salon Queen turun sebesar 0,122, (d) Pada saat lokasi naik satu satuan, maka keputusan konsumen memilih salon Queen naik sebesar 0,232. Dari perhitungan korelasi sebesar 34,4% dan determinasi sebesar 11,8%, Perhitungan Uji T pelayanan (2,337) dan lokasi (1,807) berpengaruh positif sedangkan harga berpengaruh negatif (-0,957) dari T tabel (1,664). Berdasarkan Uji F secara bersama semua variabel berpengaruh terhadap keputusan konsumen memilih salon Queen sebesar (3,152) > (3,124).

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahil'alamin, puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul "PENGARUH PELAYANAN, HARGA, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MEMILIH SALON QUEEN" yang disusun sebagai syarat akademi dalam penyelesaian studi program Sarjana S1 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Penulis menyadari bahwa skripsi tidak mungkin terselesaikan dengan baik tanpa dukungan, bimbingan, bantuan, serta doa dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini berlangsung. Pada kesempatan ini penulis hendak menyampaikan terimakasih kepada:

1. Ibu Dra. Umi Farida, MM, selaku Kaprodi Manajemen dan dosen pembimbing I Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo atas segala arahan dan bimbingannya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan lancar.
2. Bapak Hadi Sumarsono, SE, M. Si, selaku dosen pembimbing II atas segala arahan dan bimbingannya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan lancar.
3. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama penulis duduk di bangku kuliah.
4. Kedua orang tua, Bapak dan Ibu yang saya hormati dan sayangi, yang telah membesarkan saya, memberikan segalanya yang terbaik untuk hidup saya,

dan dukungannya baik moril maupun materiil setiap langkah hidup penulis, besar harapan penulis untuk bisa menjadi kebanggaan bagi mereka.

5. Ibu Dwi Endang Sriwahyuni, pemilik salon Queen Ponorogo, dan staf yang telah memberikan ijin penelitian dan sekaligus banyak membantu kegiatan dalam penelitian ini.
6. Teman-teman yang tidak bisa penulis sebut satu per satu, terima kasih atas dukungan yang diberikan.
7. Seluruh Responden, terimakasih atas waktu dan informasi yang diberikan untuk membantu menyelesaikan skripsi ini.
8. Seluruh pihak yang tidak bisa disebutkan satu per satu, yang tulus ikhlas memberikan dukungan dan saran sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Dengan rendah hati penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, mengingat keterbatasan pengetahuan yang penulis peroleh sampai saat ini. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun guna terciptanya kesempurnaan skripsi ini.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Poronogo, 9 September 2016

Penulis

(DIAN ANGGELA SAPUTRI)

PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah di ajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/ atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 12 September 2016



(DIAN ANGGELA SAPUTRI)

NIM 11412740

DAFTAR ISI

Halaman Pengesahan	i
Ringkasan.....	ii
Kata Pengantar.....	iii
Pernyataan Tidak Menyimpang Kode Etik Penelitian.....	v
Daftar Isi	vi
Daftar Tabel	ix
Daftar Gambar	x
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Perumusan Masalah	6
1.3. Batasan Masalah	7
1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
1.4.1. Tujuan Penelitian	7
1.4.2. Manfaat Penelitian	8
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Landasan teori.....	9
2.1.1. Pengertian Manajemen Pemasaran	9
a. Bauran pemasaran.....	12
2.1.2. Pemasaran Jasa.....	14
2.1.3. Pengertian Perilaku Konsumen.....	16
2.1.4. Pengertian Pengambilan Keputusan	19

a. Fungsi dan Tujuan Pengambilan Keputusan	26
b. Dasar-Dasar Pengambilan Keputusan	27
2.1.5. Pengertian Layanan.....	30
2.1.6. Pengertian Harga.....	34
2.1.7. Pengertian Lokasi.....	37
2.2. Penelitian Terdahulu.....	39
2.3. Kerangka Pemikiran.....	40
2.4. Hipotesis.....	42

BAB III. METODE PENELITIAN

3.1. Ruang Lingkup Penelitian.....	44
3.1.1. Waktu dan Tempat penelitian.....	44
3.2. Populasi dan Sampel Penelitian.....	44
3.2.1. Populasi Penelitian.....	44
3.2.2. Sampel penelitian.....	44
3.3. Metode Pengambilan Data.....	45
3.4. Definisi Operasional Variabel.....	46
3.5. Jenis dan Sumber Data.....	50
3.5.1. Jenis Data.....	50
3.5.2. Sumber Data.....	50
3.6. Metode Analisis Data.....	51
3.6.1. Uji Validitas dan Uji Reabilitas.....	51
3.6.2. Uji Regresi Linier Berganda.....	52
3.6.3. Analisa koefisien korelasi (r) dan Determinasi (R^2).....	53
3.6.4. Uji Hipotesis.....	55

BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran umum perusahaan.....	58
4.1.1. Sejarah perusahaan.....	58
4.1.2. Struktur organisasi.....	60
4.1.3. Persaingan.....	60
4.2. Uji Instrumen.....	60
4.2.1. Uji validitas.....	61
4.2.2. Uji Reabilitas.....	62
4.2.3. Data responden.....	64
4.2.4. Deskripsi responden per variable.....	72
4.3. Metode Penelitian.....	79
4.3.1. Analisis Regresi Linier Berganda.....	79
4.3.2. Analisis Koefisien Korelasi dan Determinasi.....	81
4.4. Uji Hipotesis.....	82
4.4.1. Uji t.....	83
4.4.2. Uji f.....	87
4.5. Implikasi	88

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan.....	91
5.2. Saran.....	93

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Hasil pengujian validitas.....	61
Tabel 4.2. Hasil pengujian reliability.....	63
Tabel 4.3. Deskripsi Responden Berdasarkan jenis kelamin	65
Tabel 4.4. Deskripsi Responden Berdasarkan usia	66
Tabel 4.5. Deskripsi Responden Berdasarkan pekerjaan.....	67
Tabel 4.6. Deskripsi Responden Berdasarkan intensitaskunjungan	68
Tabel 4.7. Deskripsi Responden Berdasarkan jenis perawatan	69
Tabel 4.8. Deskripsi Responden Berdasarkan intensitas melakukan perawatan.....	70
Tabel 4.9. Tanggapan Responden Mengenai variable pelayanan X1	72
Tabel 4.10. Tanggapan Responden Mengenai variable harga X2	74
Tabel 4.11. Tanggapan Responden Mengenai variable lokasi X3.....	75
Tabel 4.12. Tanggapan Responden Mengenai variable keputusan pembelian X4	77
Tabel 4.13. Hasil pengujian regresi linier berganda	79
Tabel 4.14. Hasil pengujian determinasi.....	82
Tabel 4.15. Coeficients	83
Tabel 4.16. Anova.....	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Tahap-tahap pengambilan keputusan pembelian	20
Gambar 2.3. Kerangka Pemikiran.....	39
Gambar 3.3. KriteriaPengukuran Kuesioner.....	46
Gambar 4.1. Kurva t hitung untuk Variabel pelayanan X1	83
Gambar 4.3. Kurva t hitung untuk variabelharga X2.....	84
Gambar 4.4. Kurva t hitung untuk variabel lokasi X3.....	85
Gambar 4.5. Kurva uji F	87

**PENGARUH PELAYANAN, HARGA, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN
KONSUMEN DALAM MEMILIH SALON
QUEEN**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagaimana syarat-syarat
guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)
program studi manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

NAMA : **DIAN ANGGELA SAPUTRI**
NIM : **11412740**
PROGRAM STUDI : **MANAJEMEN**

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO
2016