



## Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Ayu Salon Limboto

Pindi Puluhulawa<sup>1</sup>, Deby Rita Karundeng<sup>2</sup>, Elfis Mus Abdul<sup>3</sup>

<sup>123</sup>Universitas Gorontalo, Indonesia

Email: [Pindipuluhulawa07@gmail.com](mailto:Pindipuluhulawa07@gmail.com), [deby.rk21@gmail.com](mailto:deby.rk21@gmail.com),  
[elfis.mus.abdul@gmail.com](mailto:elfis.mus.abdul@gmail.com)

Alamat: Jl. Jend. Sudirman No.247, Kayubulan, Kec. Limboto, Kabupaten Gorontalo,  
Gorontalo 96211

Korespondensi penulis: [Pindipuluhulawa07@gmail.com](mailto:Pindipuluhulawa07@gmail.com)

**Abstract.** *This study aims to analyze the influence of service quality and facilities on customer loyalty at Ayu Salon Limboto. Primary data were collected through questionnaires using an accidental sampling multiple linear regression with the assistance of SPSS software. The result reveal that (1) service quality has a negative but not significant effect on customer loyalty, (2) facilities have a positive and significant effect on customer loyalty, and (3) service quality and facilities simultaneously have a positive and significant affect on customer loyalty. These findings indicate that improvements in facilities contribute more significantly to customer loyalty than enhancements in service quality. This study provides practical efforts to insrease customer loyalty.*

**Keywords:** *service quality, facilities, customer loyalty*

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap loyalitas pelanggan di Ayu Salon Limboto. Data penelitian diperoleh melalui kuesioner dengan teknik accidental sampling, yang melibatkan pelanggan yang telah melakukan pembelian lebih dari satu kali. Analisis data menunjukkan bahwa (1) kualitas pelayanan berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan, (2) fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dan (3) kualitas pelayanan serta fasilitas secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan fasilitas memberikan kontribusi lebih besar terhadap loyalitas pelanggan dibandingkan perbaikan kualitas pelayanan. Hasil penelitian ini menjadi dasar bagi manajemen Ayu Salon Limboto untuk memfokuskan upaya pengembangan fasilitas dalam rangka meningkatkan loyalitas pelanggan.

**Kata kunci:** kualitas pelayanan, fasilitas, loyalitas pelanggan

### 1. LATAR BELAKANG

Perkembangan bisnis yang semakin pesat dan dinamis telah memperketat persaingan antar perusahaan di Indonesia, mendorong banyak pelaku usaha berlomba-lomba memperkuat eksistensi melalui inovasi untuk menyesuaikan diri dengan perubahan preferensi konsumen, sehingga perusahaan dituntut untuk memahami serta memenuhi kebutuhan pelanggan demi menciptakan kepuasan dan loyalitas konsumen (Andharesti, et al, 2023), di mana dalam menghadapi intensitas persaingan tersebut, diperlukan strategi pemasaran kreatif yang mampu menarik perhatian konsumen yang kini memiliki banyak pilihan produk dan layanan (Widyastana, et al, 2022), khususnya di sektor jasa seperti salon kecantikan, di mana kualitas pelayanan dan fasilitas menjadi faktor penting dalam mempertahankan konsumen, sebagaimana yang terjadi di Ayu Salon Limboto yang berupaya memenuhi kebutuhan konsumen melalui pelayanan optimal guna meningkatkan

Received: Maret 03, 2025; Revised: Maret 28, 2025; Accepted: April 23, 2025; Published: Mei 05, 2025;

\*[Pindipuluhulawa07@gmail.com](mailto:Pindipuluhulawa07@gmail.com)

kepuasan dan loyalitas pelanggan yang merupakan aset penting bagi keberlangsungan usaha (Fitria et al, 2023), meskipun hasil observasi melalui wawancara dengan pelanggan menunjukkan masih adanya keluhan terkait kurangnya responsivitas staf, ketidaksesuaian hasil layanan, serta fasilitas yang kurang terawat, sehingga menunjukkan perlunya peningkatan mutu layanan dan perbaikan fasilitas untuk mempertahankan loyalitas pelanggan, yang menjadi fokus dalam penelitian ini, yaitu menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap loyalitas pelanggan di Ayu Salon Limboto.

Urgensi penelitian ini terletak pada pentingnya kualitas pelayanan dan fasilitas dalam mempertahankan loyalitas pelanggan, terutama dalam industri yang sangat kompetitif seperti industri kecantikan. Menyadari bahwa loyalitas pelanggan sangat bergantung pada kualitas pelayanan yang diberikan, penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih dalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan, khususnya di Ayu Salon Limboto

## **2. KAJIAN TEORITIS**

Kualitas pelayanan mencerminkan standar yang diharapkan dan pengawasan yang memastikan bahwa layanan tersebut dapat memenuhi ekspektasi pelanggan (Poha et al., 2021). Aspek-aspek seperti responsivitas dan empati terhadap kebutuhan pelanggan sangat penting dalam menciptakan pengalaman yang positif bagi mereka. Oleh karena itu, perusahaan harus terus memperhatikan kualitas pelayanan untuk tetap bersaing dalam pasar yang terus berkembang. Kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor kunci yang mempengaruhi kepuasan pelanggan (Sore, et al, 2023).

Penelitian oleh (Fitria et al, 2023) menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang diberikan, yang meliputi kecepatan layanan, ketepatan dalam memenuhi harapan pelanggan, serta kenyamanan yang dirasakan selama proses pelayanan. Selain itu, penelitian (Yasnita, et al, 2023) mengungkapkan bahwa ada faktor lain di luar kualitas pelayanan yang memiliki pengaruh lebih besar dalam membentuk loyalitas pelanggan dibandingkan dengan kualitas pelayanan itu sendiri (Maryati, et al 2020).

Johnston, et al, (2020) menekankan pentingnya fasilitas dalam meningkatkan efisiensi operasional. Mereka menyatakan bahwa fasilitas yang terorganisir dengan baik dan lengkap dapat memaksimalkan produktivitas serta mempercepat pelayanan kepada pelanggan, yang pada gilirannya berdampak pada waktu tunggu dan tingkat kepuasan pelanggan. Selain itu, fasilitas yang disediakan oleh salon juga memainkan peran penting dalam meningkatkan pengalaman pelanggan. Fasilitas yang terjaga dengan baik dan nyaman dapat menciptakan suasana yang menyenangkan, yang berkontribusi pada kepuasan pelanggan. Menurut (Amelia, 2019) fasilitas dapat dipahami sebagai sarana fisik yang disiapkan sebelum layanan diberikan, yang membantu pelanggan merasa puas dan mempermudah aktivitas mereka. Oleh karena itu, salon perlu memperhatikan kualitas dan pemeliharaan fasilitas yang ada untuk menciptakan pengalaman pelanggan yang positif. Fasilitas dapat dievaluasi berdasarkan tiga indikator utama, yaitu kebersihan dan kerapian ruang, kenyamanan yang diberikan, serta keberadaan area lobi yang menyenangkan dan lokasi strategis yang mudah diakses serta dekat dengan fasilitas umum.

Loyalitas pelanggan adalah salah satu aset paling berharga bagi perusahaan. Pelanggan yang puas dengan layanan yang diterima cenderung akan terus menggunakan produk atau jasa yang sama, bahkan menyarankan kepada orang lain. Loyalitas pelanggan juga dapat diartikan sebagai pandangan positif terhadap perusahaan, yang mendorong mereka untuk terus melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan produk atau layanan tersebut kepada orang lain (Yogi, et al, 2022). Salah satu cara untuk meningkatkan loyalitas pelanggan adalah dengan memastikan kepuasan mereka melalui pelayanan yang berkualitas dan fasilitas yang memadai. Pendapat ini sejalan dengan teori yang mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas yang diberikan perusahaan memiliki pengaruh besar terhadap tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan (Fitria et al, 2023).

Loyalitas pelanggan memegang peranan krusial dalam suatu organisasi, karena mempertahankan konsumen setia berkontribusi terhadap peningkatan kinerja finansial sekaligus mendukung keberlangsungan organisasi. Oleh sebab itu, perusahaan berusaha tidak hanya menarik, tetapi juga mempertahankan pelanggan. Salah satu alasan utamanya adalah tingginya biaya untuk mendapatkan pelanggan baru, apalagi di tengah persaingan pasar yang semakin ketat. Menurut (Qatrunnada, et al, 2023) bahwa membangun loyalitas konsumen bukanlah tugas yang mudah, terutama jika ingin mencapainya dalam waktu singkat, karena loyalitas tidak terbentuk secara instan dan memerlukan strategi yang matang.

### 3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan populasi pelanggan Ayu Salon Limboto yang telah melakukan pembelian lebih dari satu kali (Sugiyono, 2019). Teknik pengambilan sampel menggunakan accidental sampling, dengan jumlah sampel 65 responden berdasarkan rumus minimal lima kali jumlah indikator (Hair. et al. 2019). Data yang digunakan terdiri dari data kualitatif dan kuantitatif yang bersumber dari data primer (wawancara dan kuesioner) serta data sekunder (dokumen dan arsip). Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan kuesioner. Uji validitas dilakukan dengan metode korelasi Pearson Product Moment dengan kriteria  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dianggap valid, sedangkan uji reliabilitas menggunakan Alpha Cronbach, dengan kriteria koefisien  $> 0,6$  menunjukkan instrumen reliabel.

Metode analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda untuk menganalisis hubungan antara variabel terikat (Y) dan variabel bebas (X1, X2). Persamaan model regresi yang digunakan adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana :

Y = Variabel Dependen atau variabel tak bebas (Loyalitas Pelanggan)

X1 = Variabel Bebas (Kaulitas Pelayanan)

X2 = Variabel Bebas (Fasilitas)

a = Konstanta

b1,b2,..,bn = nilai koefisien regresi X1, X2 Terhadap Y

e = Nilai Residu

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### Hasil Uji Regresi Linear Berganda

**Tabel 1.1 Uji Regresi Linear Brganda**

Model	Unstandardized	Standardized			
	Coefficients	Std. Error	Beta	t	Sig.
	B				
(Constant)	2.011	1.152		1.746	.086
Kualitas Pelayanan	-.064	.071	-.112	-.903	.370
Fasilitas	.567	.081	.864	6.990	.000

a. Dependen variabel : Loyalitas pelanggan

Sumber : Data yang diolah dari (SPSS) 2025

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa nilai konstanta sebesar 2.011 memiliki makna bahwa jika variabel X1 (kualitas pelayanan) dan X2 (fasilitas) dianggap tidak berpengaruh atau bernilai nol, maka nilai loyalitas pelanggan (Y) akan tetap berada pada angka 2.011.

Selanjutnya, nilai koefisien regresi untuk variabel X1 adalah -0,112, yang berarti bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh negatif terhadap loyalitas pelanggan. Artinya, apabila kualitas pelayanan meningkat sebesar 1 satuan, maka loyalitas pelanggan akan menurun sebesar 0,112 satuan, dan sebaliknya. Hal ini menunjukkan adanya hubungan yang berlawanan arah antara kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan dalam konteks penelitian ini.

Nilai koefisien untuk variabel X2 sebesar 0,864 menunjukkan bahwa fasilitas berpengaruh positif dan searah terhadap loyalitas pelanggan. Artinya, apabila terjadi peningkatan sebesar 1 satuan pada fasilitas, maka loyalitas pelanggan akan bertambah sebesar 0,864 satuan, begitu pula sebaliknya, apabila fasilitas mengalami penurunan, loyalitas pelanggan juga akan menurun.

##### Hasil Uji F (Simultan)

**Tabel 1.2 Uji F**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	132.155	2	66.077	48.718	.000 <sup>a</sup>
Residual	84.091	62	1.356		
Total	216.246	64			

a. Predictors : (Costant) Kualitas Pelayanan, Fasilitas

b. Dependen Variable : Loyalitas Pelanggan

Sumber : Data yang diolah dari (SPSS)

Nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  diperoleh  $48.718 > 3.15$  artinya positif. Sementara nilai  $p$  value diperoleh pada kolom sig  $0.000 < 0.05$  artinya signifikan. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas secara simultan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Ayu Salon Limboto.

Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh ( Vincent et al, 2023), dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada penghuni rumah kost di wilayah Surabaya Barat.

Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas yang baik akan menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan, yang pada akhirnya meningkatkan kepuasan mereka. Ketika pelanggan merasa dihargai dan mendapatkan kenyamanan dalam menggunakan suatu produk atau jasa, mereka cenderung memiliki ikatanan emosional dengan merek perusahaan tersebut.

### Uji Determinasi

**Tabel 1.3 Uji Determinasi**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.782 <sup>a</sup>	.611	.599	1.165

a. Predictors: (Constant), Kualitas pelayanan, fasilitas

b. Dependent Variable: Loyalitas pelanggan

c. Predictors : (Constant) Kualitas Pelayanan, Fasilitas

d. Dependent Variable : Loyalitas Pelanggan

Sumber : Data yang diolah dari (SPSS)

Berdasarkan hasil yang diperoleh, nilai Adjusted R<sup>2</sup> sebesar 0,599 dan koefisien kolerasi (R) sebesar 0,782 menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang cukup kuat antara variabel independen (kualitas pelayanan dan fasilitas) dengan variabel dependen (loyalitas pelanggan). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Ayu Salon Limboto. Selain itu, Nilai R Square sebesar 0.611 atau 61,1 % mengindikasikan bahwa variasi loyalitas pelanggan dapat dijelaskan oleh kedua variabel tersebut, sedangkan sisanya sebesar 38,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Temuan ini menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan sudah cukup baik, mengingat adanya hubungan yang kuat dan positif antara variabel bebas dan variabel terikat.

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Ayu Salon Limboto. Namun, secara parsial, hanya variabel fasilitas yang menunjukkan pengaruh positif dan signifikan. Nilai konstanta sebesar 2,011 menandakan bahwa tanpa pengaruh kedua variabel tersebut, tingkat loyalitas pelanggan tetap berada pada angka tersebut. Koefisien regresi kualitas pelayanan sebesar -0,112 menunjukkan adanya pengaruh negatif, yang mengisyaratkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan justru dapat menurunkan loyalitas, kemungkinan disebabkan oleh ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dan pelayanan yang dirasakan. Sebaliknya, fasilitas memberikan pengaruh

positif dengan koefisien sebesar 0,864, yang berarti bahwa peningkatan fasilitas akan langsung meningkatkan loyalitas pelanggan. Berdasarkan temuan ini, disarankan kepada pihak manajemen Ayu Salon Limboto untuk lebih fokus dalam pengembangan dan perawatan fasilitas, seperti kenyamanan ruang tunggu, kelengkapan alat, serta estetika ruangan. Selain itu, evaluasi berkala dan pelatihan intensif bagi karyawan perlu dilakukan agar kualitas pelayanan lebih selaras dengan harapan pelanggan, sehingga dapat menciptakan pengalaman yang memuaskan dan mendorong loyalitas pelanggan secara menyeluruh.

## **DAFTAR REFERENSI**

- Andharesti, A., & Nirawati, L. (2023). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Sereal Sarapan Pagi Energen. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*, 170– 179.
- Fitria., Azhar. R., Supriyanto., Nasruddin, G. N. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan di Cafe Hambalayo Kota Lubuklinggau. *Jurnal Pendidikan AEkonomi (JURKAMI)*, 8.
- Hair Jr., J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis*. Cengage Learning.
- Johnston, R., & Clark, G. (2020). *Service Operations Management: Improving Service Delivery*. Pearson Education.
- Maryati, F. & Husda, N. . (2020). Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Holiday Hotel di Kota Batam. *Jurnal Magisma*, 8.
- Poha, F. R., Karundeng, D. R., & Suyanto, M. A. (2021). Analisis Citra Merek, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survey Pengunjung Kopi Dari Hati Marisa). *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 10(1), 86–104. <https://doi.org/10.47668/pkwu.v10i1.336>.
- Qatrunnada, S. Y. N., & Hermana, C. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Mitra Ninja Xpress Sukamanah Kota Tasikmalaya. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9, 503–512.
- Sore, A. D., Suryati, E., & Pelipa, E. . D. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Toko Intan Market Lintas Melawi Sintang. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*, 8.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Vincent, S., dan Helena, S., (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Pelanggan Rumah Kost Surabaya Barat. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 8.
- Widyastana, G., & Yulianthini, N. N. (2022). Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Tri Jay's Salon Dan Spa Di Singaraja. *BISMA : Jurnal Manajemen*, 8.
- Yasnita Z. R., & Djawoto. (2023). PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN YANG DIMEDIASI KEPUASAN PELANGGAN. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 12.
- Yogi, M., & Sulaiman. (2022). Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Pada Warung Kopi Sportivo Simpang Mesra Banda Aceh Selama Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 7.