Sindoro
CENDIKIA PENDIDIKAN
ISSN: 3025-6488

Vol. 18 No 8, Tahun 2026
Palagiarism Check 02/234/67/78

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PENGGUNA JASA MAKEUP PADA QUEENMAKEUP BANJARMASIN

Siti Aisyah[1], Khuzaini[2], Abdurrahim[3]
Manajemen, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari, Indonesia

Email: isahcantik6@gmail.com

Abstrak : Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk, harga, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pengguna jasa makeup pada Queenmakeup.bjm, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Populasi penelitian adalah seluruh pengguna jasa Queenmakeup.bjm dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dan dianalisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linear berganda, uji t, uji F, serta koefisien determinasi (R^2) dengan bantuan program SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai t hitung sebesar 6,492. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai t hitung sebesar 7,028. Kepuasan pelanggan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai t hitung sebesar 7,857. Secara simultan, kualitas produk, harga, dan kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai F hitung sebesar 53,502. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,626 menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, harga, dan kepuasan pelanggan mampu menjelaskan loyalitas pelanggan sebesar 62,6%, sedangkan sisanya sebesar 37,4% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

Kata Kunci: Kualitas produk, harga, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan.

Article History
Received: Juli 2026
Reviewed: Juli 2026
Published: Juli 2026

Plagirism Checker No 2635

Copyright : Author
Publish by : Sindoro



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

PENDAHULUAN

Perkembangan industri kecantikan di Indonesia mengalami pertumbuhan yang cukup pesat seiring meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya penampilan. Kondisi tersebut mendorong meningkatnya permintaan terhadap jasa makeup profesional untuk berbagai kebutuhan seperti pernikahan, wisuda, pemotretan, maupun acara formal lainnya. Persaingan yang semakin ketat dalam industri jasa makeup menuntut pelaku usaha untuk mampu memberikan kualitas layanan yang unggul guna mempertahankan pelanggan. Salah satu usaha jasa makeup yang berkembang di Kota Banjarmasin adalah Queenmakeup.bjm. Usaha ini dikenal mampu memberikan hasil riasan yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan serta menggunakan produk kosmetik berkualitas. Namun demikian, mempertahankan loyalitas pelanggan menjadi tantangan tersendiri karena pelanggan memiliki banyak alternatif pilihan jasa makeup lainnya. Loyalitas pelanggan merupakan komitmen pelanggan untuk terus menggunakan jasa yang sama secara berulang dalam jangka panjang. Loyalitas tidak muncul secara otomatis, tetapi dipengaruhi oleh berbagai faktor, di antaranya kualitas produk, harga, dan kepuasan pelanggan. Kualitas produk yang baik akan memberikan pengalaman positif bagi pelanggan. Harga yang sesuai dengan manfaat yang diterima akan meningkatkan persepsi nilai

pelanggan. Selain itu, pelanggan yang merasa puas cenderung melakukan pembelian ulang serta memberikan rekomendasi kepada orang lain.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Pendekatan ini digunakan untuk mengetahui hubungan dan pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Penelitian dilaksanakan pada usaha jasa makeup Queenmakeup.bjm yang berlokasi di Kota Banjarmasin. Populasi penelitian adalah seluruh pelanggan yang pernah menggunakan jasa Queenmakeup.bjm. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner menggunakan skala Likert. Sebelum dilakukan analisis, instrumen penelitian diuji menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Analisis data dilakukan dengan menggunakan uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji parsial (uji t), uji simultan (uji F), dan koefisien determinasi (R^2) menggunakan bantuan program SPSS versi 25.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Penelitian melibatkan 100 responden yang merupakan pengguna jasa Queenmakeup.bjm. Berdasarkan hasil uji validitas dan reliabilitas, seluruh item pernyataan dinyatakan valid dan reliabel sehingga layak digunakan dalam penelitian. Hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa kualitas produk, harga, dan kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Hasil uji parsial menunjukkan bahwa: Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai t hitung sebesar 6,492 dan signifikansi 0,000 < 0,05. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai t hitung sebesar 7,028 dan signifikansi 0,000 < 0,05. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai t hitung sebesar 7,857 dan signifikansi 0,000 < 0,05. Hasil uji simultan menunjukkan nilai F hitung sebesar 53,502 dengan signifikansi 0,000 < 0,05, yang berarti kualitas produk, harga, dan kepuasan pelanggan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,626 menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan dapat dijelaskan oleh kualitas produk, harga, dan kepuasan pelanggan sebesar 62,6%, sedangkan sisanya sebesar 37,4% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dalam konteks jasa makeup, kualitas produk dapat dilihat dari kualitas kosmetik yang digunakan, ketahanan hasil makeup, serta kesesuaian hasil riasan dengan keinginan pelanggan. Semakin baik kualitas yang dirasakan pelanggan, maka semakin tinggi loyalitas pelanggan terhadap jasa Queenmakeup.bjm. Harga juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Harga yang dianggap sesuai dengan kualitas

hasil riasan memberikan persepsi nilai yang baik bagi pelanggan. Oleh karena itu, penetapan harga yang kompetitif menjadi faktor penting dalam mempertahankan pelanggan. Selain itu, kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Pelanggan yang merasa puas terhadap hasil makeup, pelayanan, serta pengalaman selama proses makeup akan cenderung menggunakan kembali jasa yang sama dan merekomendasikannya kepada orang lain. Secara simultan, kualitas produk, harga, dan kepuasan pelanggan memiliki peran penting dalam membentuk loyalitas pelanggan. Ketiga variabel tersebut saling melengkapi dalam menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan sehingga mampu meningkatkan keberlangsungan usaha jasa makeup.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa: Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Queenmakeup.bjm.Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Queenmakeup.bjm. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Queenmakeup.bjm. Kualitas produk, harga, dan kepuasan pelanggan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Queenmakeup.bjm. Queenmakeup.bjm diharapkan terus mempertahankan kualitas kosmetik dan hasil riasan yang diberikan kepada pelanggan. Selain itu, penetapan harga perlu disesuaikan dengan kualitas layanan yang diberikan agar tetap kompetitif di pasar. Peningkatan kepuasan pelanggan melalui pelayanan yang profesional, ramah, dan tepat waktu juga perlu dilakukan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. Peneliti selanjutnya disarankan menambahkan variabel lain seperti kualitas pelayanan, citra merek, promosi, atau kepercayaan pelanggan agar hasil penelitian lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

Alma, B. (2018). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th ed.). Pearson Education.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). Principles of Marketing (18th ed.). Pearson Education.

Lupiyoadi, R. (2018). Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: Salemba Empat.

Tjiptono, F. (2019). Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi Offset.

Maulidiah, N., dkk. (2023). Pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan. Jurnal Manajemen dan Bisnis.

Saputra, A., & Wala, M. (2025). Pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan pada industri jasa. Jurnal Ekonomi dan Bisnis.