

**MEMBANGUN LOYALITAS PELANGGAN SALON  
MUSLIMAH MELALUI *SERVICE PERSONAL VALUE* DAN  
KEPUASAN PELANGGAN: STUDI KASUS SALON  
MUSLIMAH DEPOK**

**TESIS**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar  
Magister Manajemen**



**Imanda Kartika Putri**


**2141001005**

**PROGRAM PASCA SARJANA  
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS BAKRIE  
JAKARTA**

**2016**

**HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS**

**Tesis ini adalah hasil karya saya sendiri dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.**

**Nama** : **Imanda Kartika Putri**  
**NIM** : **2141001005**  
**Tanda Tangan** :   
**Tanggal** : **15 September 2016**

**HALAMAN PENGESAHAN**

Tesis ini diajukan oleh : Imanda Kartika Putri  
Nama : Imanda Kartika Putri  
NIM : 2141001005  
Program Studi : Magister Manajemen  
Judul Tesis :

**MEMBANGUN LOYALITAS PELANGGAN SALON MUSLIMAH  
MELALUI *SERVICE PERSONAL VALUE* DAN KEPUASAN  
PELANGGAN: STUDI KASUS SALON MUSLIMAH DEPOK**

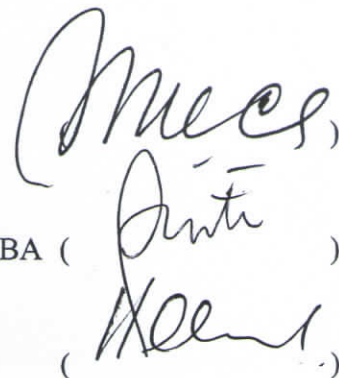
Telah berhasil dipertahankan di hadapan dewan penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen Universitas Bakrie

**DEWAN PENGUJI**

Pembimbing : Muchsin Saggaff Shihab, Ph.D

Penguji : Dr. Ir. B Purwoko Kusumo Bintoro, MBA (

Penguji : Dr. Suwandi, M.Si

  
(  
)  
)

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 15 September 2016

## UCAPAN TERIMAKASIH

Alhamdulillahirobbil'alamin puji syukur pada Allah swt, karena berkat ijin-Nyalah penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul "Membangun Loyalitas Pelanggan Salon Muslimah Melalui *Service Personal Value* dan Kepuasan Pelangan : Studi Kasus Salon Muslimah Depok" Sebagai tugas akhir untuk memenuhi syarat mencapai gelar Master Jurusan Magister Manajemen Universitas Bakrie.

Proses penulisan tesis ini tidak terlepas dari dorongan dan bantuan banyak pihak, Oleh karena itu penulis ini mengucapkan terima kasih kepada;

1. Bapak Muchsin Saggaff Shihab, Ph.D selaku dosen pembimbing yang senantiasa membantu dan memberikan dukungan dengan penuh kesabaran
2. Dr. Ir. B Purwoko Kusumo Bintoro, MBA dan Dr. Suwandi, M.Si. selaku penguji tes
3. Bapak dan Mama atas doa dan dukungannya untuk terus menyelesaikan tesis.
4. Suami, Mas Dono atas doa, waktu, dan -sedikit- bantuan yang diberikan untuk terus menyelesaikan tesis ini
5. Bu Yunita, bos besar di Amira, Mbak Yati, selaku admin Salon Muslimah Amira, Bu Anna admin Salon Fatimah, Bu Sari Soekresno, dan admin-admin salon muslimah lain yang telah membantu saya mengambil data di lapangan
6. Bapak dan ibu dosen serta staff Magister Manajemen Universitas Bakrie, seperti Pak Taufik, Bu ani Sugandhi, Pak Hery, Pak Hendra, dan Pak

Suroto. Terimakasih untuk semua ilmu dan kebaikan yang sudah diberikan.

7. Teman-teman batch 2 Magister Manajemen Universitas Bakrie Mbak Diah, Eryk, Mas Banu, Pak Zul, Pak Syawal, Pak Tato, Pak Freddy, Pak Robert, Mas Aryo, Mas Erin, Mas Setia, Mas Warjo, Mas Topan, semoga kita bisa lulus semua
8. Teman-teman muslimah FKM, smansa, akhwat-akhwat depok yang tidak bisa dituliskan satu per satu namanya di sini, yang telah menjadi responden dan bersedia membantu mencarikan responden.
9. Sahabat-sahabat geng gresik yang selalu menjaga otak saya tetap waras di sela kesibukan salon, tesis, dan persiapan pernikahan semoga hidup kita selalu berkah ya
10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu.

Karya tulis ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran membangun dari semua pihak yang membacanya. Semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan di kemudian hari, terutama untuk teman-teman sejawat di industri kecantikan saya sangat saya cintai. Terima kasih.

Jakarta, September 2016

Imanda Kartika Putri

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Imanda Kartika Putri  
NIM : 2141001005  
Program Studi : Magister Manajemen  
Jenis Tesis : Riset Bisnis (*Business Research*)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

### **MEMBANGUN LOYALITAS PELANGGAN SALON MUSLIMAH MELALUI *SERVICE PERSONAL VALUE* DAN KEPUASAN PELANGGAN: STUDI KASUS SALON MUSLIMAH DEPOK**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/ formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database) merawat dan mempublikasikan tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/ pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 15 September 2016

Yang Menyatakan



Imanda Kartika Putri

**MEMBANGUN LOYALITAS PELANGGAN SALON MUSLIMAH  
MELALUI *SERVICE PERSONAL VALUE* DAN KEPUASAN  
PELANGGAN: STUDI KASUS SALON MUSLIMAH DEPOK**

Imanda Kartika Putri

---

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji model pengaruh antara *service personal value*, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan. Penelitian menggunakan desain potong lintang dengan teknik *convenience sampling*. Data diambil melalui penyebaran kuesioner langsung kepada 250 responden yang telah menjadi pelanggan salon muslimah yang berada di kota Depok minimal 1 bulan. Instrumen dinyatakan valid dan reliabel dengan menggunakan analisis faktor untuk menguji validitas menggunakan *Cronbach's alpha* untuk menguji reliabilitas. Tujuh hipotesis diuji menggunakan SEM (*Structural Equation Modelling*) dengan bantuan amos 18 yang menunjukkan hasil adanya pengaruh SVPL (*Service Value to Peaceful Life*), SVSR (*Service Value to Social Recognition*), dan SVSI (*Service Value to Social Integration*) terhadap kepuasan pelanggan salon muslimah depok, adanya pengaruh SVPL (*Service Value to Peaceful Life*), SVSR (*Service Value to Social Recognition*), dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan salon muslimah depok. Sedangkan SVSI (*Service Value to Social Integration*) tidak memiliki pengaruh pada loyalitas pelanggan salon muslimah depok.

Kata kunci : *service personal value*, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, salon muslimah.

**“DEVELOPING CUSTOMER LOYALTY OF BEAUTY SALON  
THROUGH SERVICE PERSONAL VALUE AND CUSTOMER  
SATISFACTION: CASE STUDY AT DEPOK MOSLEMAH BEAUTY  
SALON”**

Imanda Kartika Putri

---

**ABSTRACT**

This study aimed to test the model, influence between service personal value, customer satisfaction, and customer loyalty. This study used cross sectional design with convenience sampling techniques. Data was taken directly by distributing questionnaires to 250 respondents who have been customers of Moslemah Beauty Salon in Depok for at least 1 month. The instrument is declared valid and reliable by using factor analysis to test the validity and Cronbach's alpha to test the reliability. Seven hypotheses were tested using SEM (Structural Equation Modelling) with amos 18 which showed the influence of SVPL (Service Value to Peaceful Life), SVSR (Service Value to Social Recognition), and SVSI (Service Value to Social Integration) to customer satisfaction Depok Moslemah Beauty Salon, the influence of SVPL (Service Value to Peaceful Life), SVSR (Service Value to Social Recognition), and customer satisfaction to customer loyalty of Depok Moslemah Beauty Salon. While SVSI (Service Value to Social Integration) has no effect on customer loyalty of Depok Moslemah Beauty Salon

Keywords : *service personal value*, customer satisfaction, customer loyalty, moslemah beauty salon



## DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
UCAPAN TERIMAKASIH .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
ABSTRAK .....	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	3
1.3. Tujuan Penelitian.....	3
1.4. Manfaat Penelitian.....	4
<b>BAB II DESKRIPSI MASALAH.....</b>	<b>5</b>
2.1 Deskripsi Objek.....	5
2.2 Industri Salon Kecantikan .....	7
2.3 Konsumen dan Persaingan .....	8
<b>BAB III KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PIKIRAN .....</b>	<b>9</b>
3.1 Kajian Pustaka .....	9
3.2 Kerangka Pikiran .....	18
3.3. Hipotesis Penelitian .....	18
3.3 Definisi Operasional.....	19
<b>BAB IV METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>22</b>
4.1 Desain Penelitian .....	22
4.2 Populasi dan Sampel Penelitian .....	22
4.3 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	23
4.4 Sumber Data dan Alat .....	23
<b>BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>26</b>
5.1 Analisis Deskriptif.....	26
5.2 Uji Instrumen Penelitian.....	27

5.3	Uji Hipotesis.....	28
5.4	Pembahasan .....	33
BAB VI KESIMPULAN DAN IMPLIKASI.....		37
6.1	Kesimpulan Penelitian.....	37
6.2	Kesimpulan Hipotesis.....	37
6.3	Implikasi Manajerial.....	37
6.4	Keterbatasan Penelitian .....	39
6.5	Untuk Penelitian Lanjutan.....	39
DAFTAR PUSTAKA.....		40

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1. <i>Service Personal Value</i> dalam struktur kognitif konsumen .....	10
Gambar 3.2 Kerangka Pemikiran .....	18
Gambar 5.1 Model Hasil Pengujian dengan Menggunakan SEM .....	31
Gambar 5.2 Hasil Pertanyaan Terbuka Opini Responden .....	34

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Survey Penelitian Pendahuluan .....	2
Tabel 3.1. Dimensi dalam <i>Rokeach Value Scale</i> (1973).....	10
Tabel 3.2. Perbedaan antara Salon Wanita dan Salon Muslimah .....	15
Tabel 3.3 Penelitian Terdahulu .....	16
Tabel 3.4 Definisi Operasional .....	19
Tabel 5.1. Deskripsi Karakteristik Responden.....	26
Tabel 5.2. Hasil Analisis Faktor.....	27
Tabel 5.3 Hasil Uji Reliabilitas.....	28
Tabel 5.4 Hasil Uji Normalitas .....	29
Tabel 5.5 Jarak Mahalanobis Data Penelitian .....	30
Tabel 5.6 Hasil <i>Goodness-of-Fit</i> Model.....	32
Tabel 5.7 Regression Weights.....	32
Tabel 5.8 Pengaruh Langsung, Tidak Langsung dan Total .....	33
Tabel 5.9 Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis .....	36