

**Pengaruh Customer Perceived Value
Terhadap Minat Beli Ulang Jasa Nail Art pada
Nails ByThesisters**



POLITEKNIK NEGERI BALI

Oleh :

Ni Kadek Sri Sundari

NIM 2015713019

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2023**

**Pengaruh Customer Perceived Value
Terhadap Minat Beli Ulang Jasa Nail Art pada
Nails ByThesisters**



POLITEKNIK NEGERI BALI

Oleh :

Ni Kadek Sri Sundari

NIM 2015713019

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2023**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan dibawa ini:

Nama : Ni Kadek Sri Sundari

NIM : 2015713019

Jurusan : Administrasi Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa naskah Tugas Akhir saya dengan judul :

**“Pengaruh Customer Perceived Value Terhadap Minat Beli Ulang
Jasa Nailart Pada Nails Bythesisters”**

adalah memang benar asli karya saya. Dengan ini saya juga menyatakan bahwa dalam naskah Tugas Akhir ini tidak terdapat karya orang lain yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar di suatu perguruan tinggi, dan atau sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah Tugas Akhir ini dan disebutkan pada daftar pustaka.

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan menerima sanksi akademis dalam bentuk apapun.

Badung, 25 Agustus 2023

Yang menyatakan,



Ni Kadek Sri Sundari
NIM. 2015713019

Lembar Persetujuan dan Pengesahan

**PENGARUH CUSTOMER PERCEIVED VALUE
TERHADAP MINAT BELI ULANG JASA NAILART
PADA NAILS BYTHESISTERS**

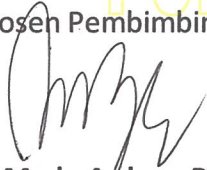
Tugas akhir ini diajukan guna memenuhi syarat untuk memperoleh Ijazah Diploma Tiga
Program Studi Administrasi Bisnis pada Jurusan Administrasi Bisnis
Politeknik Negeri Bali

Ni Kadek Sri Sundari
NIM 2015713019

Badung, 25 Agustus 2023
Disetujui oleh,

Nama Penguji	Tanda Tangan
Ketua Dosen Penguji, I Made Ardana Putra, M.Si NIP. 195912311989031012	
Dosen Penguji 1, Kadek Jemmy Waciko, S.Pd., M.Sc NIP. 198104122005011001	
Dosen Penguji 2, Kadek Eni Marhaeni, SE., MM NIP. 196203141993032002	

Dosen Pembimbing 1,



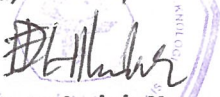
(I Made Ardana Putra, M.Si)
NIP. 195912311989031012

Dosen Pembimbing 2.



(I Ketut Santra, M.Si)
NIP. 196710211992031002

Disahkan oleh,
Jurusan Administrasi Bisnis
Ketua,


(Nyoman Indah Kusuma Dewi, SE, MBA)
NIP. 196409291990032003

Diketahui oleh,
Program Studi Administrasi Bisnis
Ketua,


(I Made Widiartara, S.Psi, M.Si)
NIP. 197902182003121002

PRAKATA

Puja dan puji syukuer penulis panjatkan kehadapan Ida Sang Hyang Widhi Wasa ataqs berkat rahmat-Nyalah laporan tugasw akhir ini yang berjudul “Pengaruh Customer Perceived Value Terhadap Minat Beli Ulang Jasa Nailart Pada Nails Bythesisters” dapat selesai tepat waktunya.

Tujuan penulisan ini adalah sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan perkuliahan serta untuk memperoleh ijazah Diploma III, Jurusan Administrasi Bisnis di Politeknik Negeri Bali.

Kelancaran kegiatan Penelitian ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, baik secara langsung maupuh tidak. Oleh karena itu, kami mengucapkan terima kasih kepada segenap pihak yang telah membantu:

1. Bapak I Nyoman Abdi, SE., M.Ecom, selaku Direktur Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan kesempatan untuk mengikuti Pendidikan dan menyediakan segala fasilitas selama penulis menjalani perkuliahan di Politeknik Negeri Bali.
2. Nyoman Indah Kusuma Dewi, SE.,MBA, selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali ang telah memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk terjun langsung ke dalam dunia kerja, sehingga memberikan pengalaman yang berharga bagi mahasiswa.

3. Bapak I Made Widiantera, S.Psi., M. selaku Ketua Program Studi D3 Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan petunjuk dan dorongan kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini agar mampu terselesaikan tepat pada waktunya.
4. Ibu Nyoman Teristiyani Winaya, SE. selaku Koordinator PKL yang telah membimbing, memberikan pengarahan dan motivasi sehingga kami dapat melaksanakan kegiatan Praktik Kerja Lapangan dengan lancar.
5. I Made Ardana Putra, M.Si. selaku dosen wali sekaligus dosen pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dengan baik hingga laporan ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Bapak Drs. I Ketut Santra, M.Si. selaku dosen pembimbing II yang telah memberi bimbingan, pengarahan serta dukungan kepada penulisan tersusunnya tugas akhir.
7. Bapak dan Ibu dosen Program Studi Diploma III Jurusan Administrasi Bisnis yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan selama penulis menempuh perkuliahan di Politeknik Negeri Bali.
8. Ibu Luh Ria Rakhmadianty selaku pembimbing di Perusahaan Regional Office BRI yang telah membimbing dan memberikan ilmu pengetahuan selama penulis melakukan Praktik Kerja Lapangan.
9. Orang Tua serta Keluarga yang tak henti-hentinya selalu mendoakan dan memotivasi untuk senantiasa bersemangat dan tak mengenal

kata putus asa. Terimakasih atas segala dukungannya, baik secara material maupun spiritual hingga terselesaikannya penelitian ini.

10. Semua rekan-rekan dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan sumbangan pikiran selama penulisan tugas akhir ini.

Penulis menyadari penulisan tugas akhir ini masih jauh dari sempurna dan banyak terdapat kekurangan-kekurangan. Untuk itulah dengan ucapan terima kasih, penulis mengharapkan saran dan kritik yang sifatnya membangun dari pembaca guna kesempurnaan tugas akhir ini.

Semoga tugas akhir ini dapat memberikan manfaat yang sebesar-besarnya bagi kita semua.

Badung, 19 Juli 2023

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI



Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN	iv
PRAKATA	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Pokok Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
E. Metode Penelitian.....	8
BAB II LANDASAN TEORI.....	14
A. Pemasaran.....	14
B. Business-To-Business Marketing.....	14
C. Customer Perceived Value	15
D. Minat Beli	16
E. Kerangka Konseptual dan Hipotesis	17
1. Kerangka Konseptual	17
2. Hipotesis.....	18
F. Hasil Penelitian Sebelumnya.....	18
BAB III GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	21
A. Sejarah Perusahaan.....	21

B. Bidang Usaha.....	22
C. Struktur Organisasi dan Uraian Jabatan	22
D. Kebijakan Perusahaan	24
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	25
A. Hasil Analisis Data	25
1. Karakteristik Responden.....	25
2. Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Variabel Penelitian	26
3. Uji Instrumen	28
4. Analisis Data.....	30
5. Analisis Regresi Linear Sederhana	31
6. Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R²</i>).....	32
7. Uji t	32
B. Pembahasan.....	33
1. Persepsi Konsumen terhadap <i>Value</i> yang Ditawarkan Nails ByThesisters	33
2. Pengaruh <i>Customer Perceived Value</i> Terhadap Minat Beli Ulang Nails ByThesisters.....	34
BAB V PENUTUP.....	38
A. Kesimpulan.	38
B. Saran.....	38
DAFTAR PUSTAKA.....	40
LAMPIRAN-LAMPIRAN	43

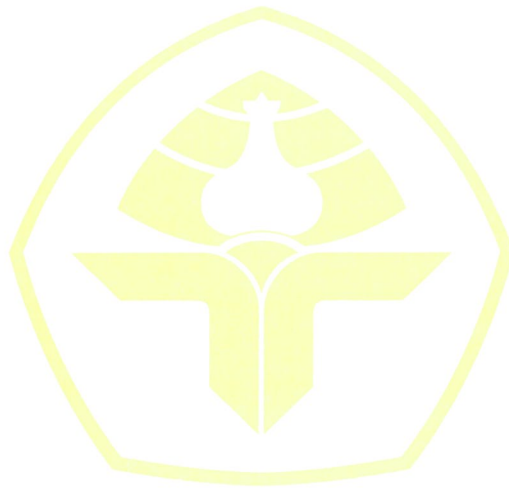
DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Range Harga Beberapa Nail Art Di Denpasar.....	3
Tabel 1. 2 Range Harga Nail Art Nails ByThesisters	3
Tabel 1. 3 Contoh Nail Art Dan Harga	4
Tabel 1. 4 Data Pembelian Ulang Pelanggan Nails Bythesisters.....	5
Tabel 1. 5 Interpretasi Nilai Koefisien Korelasi/R	12
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Penelitian	25
Tabel 4. 2 Jawaban Responden Terhadap Customer Perceived Value..	27
Tabel 4. 3 Jawaban Responden Terhadap Minat Beli	28
Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas	28
Tabel 4. 5 Hasil Uji Reliabilitas.....	29
Tabel 4. 6 Hasil Uji Normalitas.....	30

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual.....	18
Gambar 3. 1 Struktur Organisasi Nails ByThesisters.....	22



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian	43
Lampiran 2 Tabulasi Data	47
Lampiran 3 Hasil Uji Karakteristik Responden	51
Lampiran 4 Hasil Uji Statistik Deskriptif Indikator Variabel.....	52
Lampiran 5 Uji Validitas Dan Reliabilitas	53
Lampiran 6 Uji Normalitas.....	55
Lampiran 7 Uji Heterokedastisitas	56
Lampiran 8 Analisis Regresi Linier Sederhana	57
Lampiran 9 Bukti Pembelian Ulang Oleh Pelanggan Nails Bythesisters..	58



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi saat ini dengan adanya perkembangan dunia bisnis yang menuntut perusahaan untuk menjadi lebih kreatif dan inovatif dalam melayani pelanggan mereka, salah satunya menawarkan produk atau jasa dengan memberikan pelayanan yang baik. Di dalam perusahaan peran pelanggan sangat dibutuhkan karena pelanggan merupakan ujung tombak yang dapat menciptakan penjualan dan keuntungan bagi perusahaan. Jika pelanggan meningkat maka penjualan dan keuntungan akan semakin meningkat pula, begitupun sebaliknya. Pelanggan akan kembali memakai produk atau jasa apabila pelanggan tersebut sudah merasa puas terhadap pelayanan yang sudah disajikan. Apalagi jika suatu perusahaan berusaha untuk memberikan pelayanan terbaiknya, pasti pelanggan tersebut akan semakin merasa senang dan pelanggan tersebut juga akan menceritakan kepada masyarakat lainnya untuk sama-sama menggunakan produk atau jasa yang telah digunakannya, ini merupakan salah satu bentuk dari pemasaran mulut ke mulut. Perkembangan dunia bisnis yang pesat di Indonesia salah satunya di bidang kecantikan. Masa kini perempuan bukan hanya memfokuskan kecantikan pada wajah, tubuh, dan rambut, melainkan lebih detail lagi yaitu pada kuku yang merupakan bagian kecil dari tubuh yang memang bukan pusat perhatian, akan tetapi bagian kuku tidak dapat dianggap sepele. Kecantikan dan kesehatan kuku

akan memberikan nilai tersendiri. Kesehatan seorang perempuan dapat dilihat dari kukunya karena kuku dapat mencerminkan kebersihan seseorang. Pedicure dan manicure merupakan cara perawatan pada kuku kaki dan kuku tangan untuk kebersihan dan kecantikan kuku seseorang. Setelah kuku bersih dan rapi kuku bisa diwarnai dengan cat khusus kuku dan ada juga di gambar atau dihias dengan dekorasi tertentu di atas kuku. Semakin banyaknya keinginan pengunjung yang ingin melakukan perawatan tetapi harganya terjangkau mengharuskan Salon kecantikan khususnya di bidang nail art di kota Denpasar untuk mempunyai kualitas yang bagus dan harganya terjangkau. Salon nail art harus mengerti apa yang menjadi keinginan dan kebutuhan konsumen.

Nail Art adalah seni mempercantik kuku dengan cara melukis dan menghiasnya yang kemudian dikembangkan oleh perusahaan asal Perancis Revlon pada tahun 1932. Karena keunikan tersebut maka muncul suatu kekuatan psikis atau kekuatan natural yang ada dalam setiap pikiran orang yang tidak bisa sama sehingga bagaimana individu tersebut berinteraksi dengan manusia lainnya merupakan gabungan dari kekuatan psikis dan kekuatan fisik (Smart, 2010, h.13). Setiap perempuan berlomba-lomba untuk mempercantik wajah dan tubuhnya agar tampak lebih menarik.

Didasari oleh fakta tersebut, bahwa tempat perawatan kecantikan seperti salon menyediakan jasa perawatan manicure-pedicure dan nail art. Nailart dapat dikerjakan di atas kuku langsung maupun kuku palsu yang sesuai dengan ukuran kuku konsumen. Untuk model nail art dapat

dikombinasikan tergantung selera dan keinginan konsumen. Nail Art selain dapat mempercantik kuku, bisa juga untuk menutupi kekurangan konsumen, seperti kuku yang kecil akan terlihat lebih cantik. Nailart juga dapat digunakan dalam setiap kesempatan seperti untuk acara wedding, wisuda atau hanya sekedar untuk bergaya dalam keseharian. Dunia kecantikan khususnya di bidang nail art yang dahulu tidak diperhatikan sekarang ini secara tidak langsung sudah menjadi kebutuhan para wanita untuk mempercantik kuku mereka. Hal ini membawa dampak positif pada perkembangan trend kecantikan. Terlihat dengan berkembangnya salon nail art saat ini, jasa nail art dapat dijumpai di salon nail art yang ada di kota – kota besar di Indonesia, salah satunya adalah kota Denpasar. Dengan kisaran harga yang ditawarkan salon nail art di daerah Kota Denpasar berkisar antara Rp 50.000,00 sampai Rp 500.000,00.

Tabel 1. 1 Range Harga Beberapa Nail Art Di Denpasar

Nama Salon Nail Art	Alamat	Range Harga
Make Nail Studio	Jl. Tukad Banyuning B , Dauh Puri Klod, Kec. Denpasar Barat	Rp. 60.000 – 500.000
Girlboss.bali	Jl. Tukad Yeh Aya no. 49, Denpasar Bali	Rp. 50.000 – 400.000
Grazel.art	Jl. Pemelisan No. 64, Sesetan, Denpasar Selatan	Rp. 65.000 – 450.000
Purilash.id	Jl. PB Sudirman No.19A , Denpasar	Rp. 50.000 – 300.000

Sumber : berbagai sumber yang diolah oleh penulis

Tabel 1. 2 Range Harga Nail Art Nails ByThesisters

NAMA TREATMENT	HARGA
Nails Basic Tangan	Rp. 40.000,00
Nails Basic Kaki	Rp. 40.000,00
NailTip + Gel Basic	Rp. 65.000,00
Art/Accessories	Rp. 5.000-7.000/jari

Glitter	Rp. 5.000/jari
Ombre Nails	Rp. 3.000/jari
3D Flowers	Rp. 5.000/jari

Sumber: Owner Nails ByThesister

Pada Tabel 1.1 dan Tabel 1.2 menunjukkan bahwa beberapa range harga salon nail art di Denpasar, tidak ada yang membuka harga kurang dari Rp. 50.0000, Hal ini membuka pemikiran pemilik bisnis Nails ByThesister untuk membuka jasa nailart dengan harga dibawah rata rata salon nail art di Denpasar yaitu berkisar Rp. 40.000,00 sampai dengan Rp. 200.000,00 walaupun dengan harga yang sangat terjangkau dan terbilang murah namun Nails ByThesisters tetap mengutamakan kualitas dan juga kepuasan pelanggan agar minat pelanggan untuk menggunakan jasa dari Nails ByThesisters pun semakin meningkat. Menurut Owner dari Nails ByThesisters, ia berpikir bahwa tidak harus mendapatkan keuntungan yang besar, yang penting keuntungan yang didapatkan stabil.

Tabel 1. 3 Contoh Nail Art Dan Harga

NAIL ART	HARGA
Nail Tip dengan French nail gel	Rp . 75.000
Nail Tip dengan Full art design nail gel	Rp . 85.000
Nail Gel dengan French dan art desain	Rp. 55.000
Nail Tip dengan Basic nail gel	Rp. 65.000

Sumber: Owner Nails ByThesister

Pada Tabel 1.3 menunjukkan bahwa walaupun Nails ByThesisters dengan range harga yang sangat terjangkau namun Nails ByThesister tetap mengutamakan kualitas dan juga kepuasan pelanggan dengan cara memberikan hasil nail art yang sesuai dengan keinginan pelanggan. Hal ini akan membuat para konsumen merasa tidak rugi dengan budget yang

mereka keluarkan. Maka dari itu minat beli ulang yang tercipta tentunya akan semakin besar karena ByThesister memberi hasil yang mengesankan konsep “*Get Pretty Nails With Affordable Price*”, yang dilengkapi dengan tempat dan suasana yang nyaman sebagai salah satu cara memberikan kenyamanan pada konsumen.

Tabel 1. 4 Data Pembelian Ulang Pelanggan Nails Bythesisters

Nama Instagram	Tgl Pembelian	Tgl Pembelian Ulang
@Ayymrtni	6 September 2021	11 Oktober 2021
@nimadeintan	12 September 2021	3 Januari 2022
@Nadiaaryntnztblla	5 Juni 2022	2 Juli 2022
@chalkwhiteboard	3 Oktober 2021	26 November 2021
@salsasdy	6 September 2021	8 Maret 2022

Sumber : Owner Nails ByThesister

Berdasarkan pada Tabel 1.4 berikut terdapat data yang menunjukkan adanya pembelian pada jasa Nailart pada Nails Bythesisters kemudian dilanjutkan dengan data pembelian ulang oleh pelanggan/Customer Nails Bythesisters.

Tabel 1. 5 Pendapatan Nails Art Pada Pembukuan Tahun 2021

No	Bulan	Tahun	Laba kotor	Laba bersih
1	April	2021	Rp. 1.923.000	Rp. 1.250.000
2	Mei	2021	Rp. 1.139.000	Rp. 740.000
3	Juni	2021	Rp. 1.557.000	Rp. 960.000
4	Juli	2021	Rp. 1.400.000	Rp. 860.000
5	Agustus	2021	Rp. 942.000	Rp. 580.000
6	September	2021	Rp. 1.900.000	Rp. 1.235.000
7	Oktober	2021	Rp. 1.030.000	Rp. 670.000
8	November	2021	Rp. 2.819.000	Rp. 1.834.000
9	Desember	2021	Rp. 2.180.000	Rp. 763.000
Total			Rp.14.890.000	Rp. 8.892.000

Sumber : Owner Nails ByThesister

TABEL 1. 6 PENDAPATAN NAILS ART PADA PEMBUKUAN TAHUN 2022

No	Bulan	Tahun	Laba kotor	Laba bersih
1	Januari	2022	Rp. 1.635.000	Rp.1.010.000
2	Februari	2022	Rp. 1.154.000	Rp. 712.000
3	Maret	2022	Rp. 1.575.000	Rp. 973.000
4	April	2022	Rp. 1.135.000	Rp. 700.000
5	Mei	2022	Rp. 935.000	Rp. 577.000
6	Juni	2022	Rp. 2.015.000	Rp.1.244.000
7	Juli	2022	Rp. 1.021.000	Rp. 630.000
8	Agustus	2022	Rp. 998.000	Rp. 616.000
9	September	2022	Rp. 905.000	Rp. 558.000
10	Oktober	2022	Rp. 1.100.000	Rp. 679.000
11	November	2022	Rp. 845.000	Rp. 521.000
12	Desember	2022	Rp. 805.000	Rp. 479.000
Total			Rp.14.123.000	Rp.8.699.000

Sumber : Owner Nails ByThesister

Berdasarkan pada Tabel 1.5 dan Tabel 1.6 menunjukkan selisih pada pendapatan Nails ByThesisters pada tahun 2021 dan 2022 dengan selisih 2,1% yang dimana menunjukkan terjadinya penurunan pendapatan selama satu tahun terakhir ini. Dikarenakan menurunnya aktivitas pada Nails ByThesisters dan juga rendahnya CPV oleh pelanggan mengenai minat beli ulang produk/jasa yang membuat pendapatan menurun setiap bulannya, yang dimana **Menurut Kotler (2003:3)**, Perceived value adalah sekumpulan manfaat yang diharapkan akan diperoleh pelanggan dari produk, nilai pelayanan, nilai karyawan dan nilai citra.

Variabel yang penulis gunakan adalah Customer Perceived Value dan minat beli ulang. Alasan penulis menggunakan variabel tersebut karena

penulis ingin meneliti persepsi yang dialami oleh pelanggan terhadap Nails ByThesisters dan apakah persepsi pelanggan tersebut sangat berpengaruh terhadap minat beli ulang jasa oleh konsumen. Oleh karena itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh *Customer Perceived Value* Terhadap Minat Beli Ulang Jasa Nail Art Pada Nails ByThesisters”**

B. Pokok Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana persepsi pelanggan terhadap value yang ditawarkan Nails ByThesisters?
2. Bagaimana pengaruh CPV terhadap minat beli ulang Nails ByThesisters ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan maka yang menjadi tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui penilaian pelanggan terhadap value yang diperoleh setelah menggunakan jasa Nails ByThesisters.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh CPV terhadap minat beli ulang. Dalam hal ini mengetahui seberapa besar CPV mempengaruhi minat beli ulang konsumen Nails ByThesisters.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian, maka penelitian ini diharapkan memberi manfaat, antara lain sebagai berikut:

1. Bagi Mahasiswa

Untuk mengaplikasikan teori teori yang pernah didapat dibangku kuliah kedalam dunia nyata, disamping itu pula sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan kuliah di Politeknik Negeri Bali.

2. Bagi Politeknik Negeri Bali

Hasil penelitian ini dapat dipakai sebagai bahan bacaan ilmiah perpustakaan dan juga dapat dipakai sebagai bahan referensi bagi mahasiswa yang meneliti masalah yang serupa.

3. Bagi Perusahaan

Bagi Nails ByThesisters hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran sehingga dapat dijadikan masukan bagi umkm untuk mengadakan perbaikan atau penyempurnaan dan pengembangan terhadap kualitas minat beli ulang jasa pada pelanggan.

E. Metode Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan pada Nails ByThesister yang beralamat di Jl Veteran Gg 3 No.4 Denpasar Utara.

2. Objek Penelitian

Menurut Sugiyono (2017) objek penelitian adalah sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang sesuatu hal objektif, valid, dan reliabel tentang suatu hal. Pada penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah Customer Perceived Value dan Minat Beli Ulang Jasa Nail Art.

3. Data Penelitian

a. Jenis Data

Jenis data yang digunakan penelitian ini :

- 1) Data kuantitatif, adalah data yang dapat dihitung dan berupa angka angka seperti data jumlah jawaban responden terhadap kuesioner.

b. Sumber Data

Sumber data yang digunakan penelitian ini :

- 1) Data primer, adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya, diamati dan dicatat pertama kali oleh peneliti.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Dokumentasi, dokumentasi merupakan metode pengumpulan data dengan melihat literatur dan informasi yang disimpan atau didokumentasikan sebagai bahan dokumenter (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini, yang termasuk data dokumentasi adalah range harga dan hasil nail art pada *Nails ByThesisters*.

- 2) Wawancara, wawancara merupakan metode pengumpulan data melalui komitmen organisasi dua arah untuk mendapatkan data dari responden (Sugiyono, 2017). Wawancara dilakukan untuk mendapatkan informasi tentang *Customer Perceived Value* Terhadap Minat Beli Ulang Jasa Nail Art Pada Nails ByThesisters.
- 3) Metode kuesioner. Kuesioner digunakan sebagai alat untuk pengumpulan data. Menurut Sugiyono (2017) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner yang dibagikan secara langsung oleh penulis kepada pelanggan pada Nails ByThesisters. Dalam penelitian ini data yang diperoleh dari responden melalui angket (kuesioner) yang telah disebarakan dengan metode skor, pemberian skor digunakan sistem skala likert untuk menilai jawaban sesuai dengan pertanyaan.

5. Teknik Analisis Data.

Analisis data merupakan perangkat final tahapan penelitian untuk memperoleh suatu kesimpulan. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif. Setelah data yang diperoleh di lapangan terkumpul kemudian dilakukan analisis kuantitatif dengan menggunakan alat analisis statistik untuk menganalisis data yang bersifat data kuantitatif. Adapun tahap-tahap analisis data yang digunakan adalah sebagai berikut:

a. Analisis Deskriptif

Analisis Deskriptif adalah penyajian data melalui tabel, grafik, diagram lingkaran, piktogram, perhitungan modus, median mean (pengukuran tendensi sentral), perhitungan desil, persentil, perhitungan penyebaran data melalui perhitungan rata-rata dan standar deviasi, perhitungan persentase. Dalam statistik deskriptif juga dapat dilakukan mencari kuatnya hubungan antar variabel melalui analisis korelasi, melakukan prediksi dengan analisis regresi, dan membuat perbandingan dengan membandingkan rata-rata dan sampel atau populasi (Sugiyono, 2017:305).

b. Analisis Inferensial

1. Analisis Regresi Linear

Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel yaitu Customer Perceived Value Terhadap Minat Beli Ulang Jasa di *Nails Bythesisters*.

2. Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Uji normalitas adalah pengujian yang dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2018). Untuk menguji normal atau tidaknya sebuah model dapat dilakukan dengan melakukan uji kolmogorov-smirnov, dengan melihat nilai signifikan pada 0,05. Jika nilai signifikan yang

dihasilkan $< 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal, sedangkan jika nilai signifikan yang dihasilkan $> 0,05$ maka data berdistribusi normal.

b) Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2018). Model regresi yang baik adalah yang tidak mengandung gejala heteroskedastisitas dilakukan dengan uji Glejser (Ghozali, 2018). Model regresi dikatakan tidak mengandung gejala heteroskedastisitas apabila nilai signifikansi lebih dari 0,05.

Tabel 1. 5 Interpretasi Nilai Koefisien Korelasi/R

Besarnya Nilai Korelasi/r	Interpretasi Korelasi
0,00 s/d 0,20	Sangat lemah
0,21 s/d 0,40	Lemah
0,41 s/d 0,60	Sedang
0,61 s/d 0,80	Kuat
0,81 s/d 1,00	Sangat kuat

Sumber: *Owner Nails ByThesisters*

c) Analisis Determinasi

Menurut Ghozali (2018), analisis koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui atau menentukan seberapa besar pengaruh customer perceived value terhadap minat beli ulang jasa pada nails bythesister yang dinyatakan dalam persentase. Untuk mencari koefisien determinasi dapat dihitung dengan jalan mengalikan R Square.

d) Uji t

Menurut Sugiyono (2017), analisis ini bertujuan untuk membuktikan apakah korelasi yang diperoleh secara parsial antara customer perceived value terhadap minat beli ulang jasa pada nails bythesister memang benar atau didapat secara kebetulan.

a) Jika signifikansi $t \leq \alpha$ (0,05) maka variabel burnout (X1), customer

perceived value terhadap minat beli ulang jasa pada nails bythesister berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang jasa (Y).

b) Jika signifikansi $t > \alpha$ (0,05) maka variabel customer perceived value (X1), tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang jasa (Y).

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan pada bab IV, maka kesimpulan yang berkaitan dengan Pengaruh Customer Perceived Value Terhadap Minat Beli Ulang Jasa Pada Nail art Pada Nails ByThesisters pada penelitian ini yang dimana Customer Perceived Value berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang Jasa Nail Art Pada Nails ByThesisters. Sehingga semakin tinggi Customer Perceived Value maka akan meningkat pula Minat Beli Ulang Jasa pada pelanggan Nails ByThesisters. Nilai koefisien determinasi ($\text{Adjusted } R^2$) yakni 0,531/sebesar 53,1%. Hal ini berarti Minat Beli Ulang Jasa Pada Nail Art Nails ByThesisters mampu menjelaskan sebesar 53,1% oleh variable Customer Perceived Value. Sedangkan sisanya 46,9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan kedalam model penelitian.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan tersebut di atas, maka saran yang dapat dipertimbangkan oleh pimpinan Nails ByThesisters berkaitan dengan Pengaruh Customer Perceived Value Terhadap Minat Beli Ulang Jasa adalah sebagai berikut:

1. Dimensi emotional value, social value, dan quality value berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang produk nail art. Oleh karena itu, perusahaan disarankan untuk meningkatkan

indikator yang dapat memicu minat pelanggan untuk membeli kembali jasa nail art pada Nails ByThesisters antara lain:

- Perusahaan perlu lebih meningkatkan keamanan dan juga kualitas produknya agar lebih konsisten lagi. Dengan demikian konsumen tidak merasa khawatir dan juga rugi dengan kualitas dan biaya yang sudah mereka keluarkan. Jika perusahaan mampu meningkatkan hal tersebut maka minat beli ulang jasa nail art pada Nails ByThesisters akan semakin meningkat jumlahnya.
- Promosi yang diberikan juga harus lebih menarik lagi dilihat dari hasil olah data oleh peneliti yang menyatakan bahwa Nails ByThesisters hanya memberikan informasi mengenai harga, dan juga desain dengan demikian perusahaan disarankan untuk memberikan informasi dan juga promosi yang lebih menarik lagi melalui laman media social Instagram perusahaan.

2. Penelitian selanjutnya disarankan untuk meneliti variable lain yang bisa memberikan pengaruh lebih terhadap minat beli ulang pelanggan, karena masih terdapat beberapa faktor lain yang dapat memberikan pengaruh terhadap minat beli ulang pelanggan tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Jurnal:

Ahmad Rifai, Alit Suryani. 2016. Peran Customer Perceived Value pada kepuasan pelanggan tiket online. E-Jurnal Manajemen Unud, 2016 – ojs.unud.ac.id.

Sumber Jurnal:

A Hardjanti, D Amalia. 2014. Pengaruh Customer Service Quality, Customer Perceived Value, Customer Satisfaction, Customer Trust Dan Switching Barries Terhadap Customer Retention. A Hardjanti, D Amalia – Jurnal Ekonomi Universitas Esa Unggul, 2014 – neliti.com.

Sumber Jurnal:

A Rohim, S Arvianto. 2017. Pengaruh Customer Perceived Value Terhadap Word Of Mouth Dengan Customer Loyalty Sebagai Variable Mediasi (Study Kasus Di CV Putra Putri). Eksis: Jurnal Riset Ekonomi dan..., 2017 – ejournal.stiedewantara.ac.id.

Sumber Jurnal:

AA Setiawan. 2016. Pengaruh Persepsi Kualitas dan Persepsi Risiko terhadap Minat Beli pada Produk Ella Skincare. Eprints.ums.ac.id

Sumber Jurnal:

A Bahar, H Sjahrudin. 2017. Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dan minat beli ulang. reseachgate.net

Sumber Jurnal:

C Vinsensa. 2018. Pengaruh Customer Perceived Value terhadap minat beli ulang jasa Nailart MVS di Bandung. Repository.unpar.ac.id.

Sumber Jurnal:

D Sartika. 2017. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Produk You C 1000 Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen. Publikasi.dinus.ac.id

Sumber Jurnal:

FA Gunawan. 2019. Pengaruh Customer Perceived Value terhadap minat beli ulang konsumen HongSin Restoran Bandung. Repository.unpar.ac.id

Sumber Jurnal:

IA NUDIN. Pengaruh Customer Value dan Customer Experience serta Utilitarian Value terhadap Minat Pembelian Ulang (Klinik Kecantikan Larissa Jember). Repository.unej.ac.id.

Sumber Jurnal:

IP Kusumawati, S Sutopo. 2013. Analisis Pengaruh Customer Experience terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Pada Konsumen Restoran the House of Raminten Yogyakarta). Eprints.undip.ac.id.

Sumber Jurnal:

K Purawanti. 2016. Faktor-faktor yang mempengaruhi Minat Beli Produk Makanan Organik Berlabel Halal. Repository.umpwr.ac.id

Sumber Jurnal:

MES Sipayung. 2018. Pengaruh Nilai Pelanggan, Kepuasan Konsumen Dan Persepsi Risiko Terhadap Niat Pembelian Ulang (Studi pada pembelian produk kecantikan merek wardah). e-journal.uajy.ac.id.

Sumber Jurnal:

N Runaika, A Nizam. 2020. Pengaruh Kepuasan Harga Terhadap Niat Pembelian Ulang Dengan Variable Customer Perceived Value Sebagai Pemediasi Pada Pengguna Kartu Internet Telkomsel Di Banda Aceh. Jurnal Manajemen Inovasi, 2020 – jurnal.usk.ac.id.

Sumber Jurnal:

NM Arsyanti, SRT Astuti. 2016. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Minat Beli Ulang (Studi pada toko online Shopastelle, Semarang). Diponegoro Journal of Management, 2016 – ejournal3.undip.ac.id.

Sumber Jurnal:

OY Widyana, D Setyono. 2017. Analisa pengaruh experiential marketing terhadap minat beli ulang konsumen Konig Coffe & Bar. Jurnal Hospitality dan..., 2017 – publication.petra.ac.id.

Sumber Jurnal:

R Sanjaya. 2016. Peran Brand Credibility terhadap Niat Beli di Bidang Jasa Keuangan (Survei Pada Pt “X” Di Kota Bandung). Journal of Accounting and Business Studies Vol, 2016 – researchgate.net.

Sumber Jurnal:

S Rachmadiyah. 2018. Pengaruh Perceived Value Terhadap Kepuasan dan Niat Membeli Kembali pada konsumen Produk Umkm Pei Apel Malang. Repository.ub.ac.id.

Sumber Jurnal:

VW Wibisono. 1999. Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Pembelian Ulang Konsumen Pada Toko Swalayan di Surabaya (Obyek Penelitian: Indomaret). Repository.ubaya.ac.id

Sumber Internet:

Wijaya, Kennywati. 2019. Analisis Pengaruh Customer Perceived Value terhadap minat beli produk tas tiruan.
<https://repository.unpar.ac.id/handle/123456789/9015>

Sumber Jurnal:

Y Cendana. 2020. Pengaruh Customer Perceived Value Terhadap Niat Beli Ulang sepatu Wakai. repository.unpar.ac.id.

Sumber Internet:

Yeri Resika, Zakaria Wahab & Muchsin Saggaf. 2019. Customer Perceived Value dan Customer Trust: Indetifikasi Kepuasan dan Loyalitas Customer GO-CAR. <file:///C:/Users/ASUS/Downloads/138-593-1-PB.pdf>.