

ABSTRAK

Bisnis yang berbasis syariah pada sekarang ini telah mengalami perkembangan yang sangat pesat. Berbagai macam dan jenis bisnis telah berkembang di berbagai Negara khususnya Negara Indonesia. mulai dari bisnis barang sampai bisnis jasa. Salah satu bisnis jasa yang menerapkan prinsip syariat Islam didalamnya adalah bisnis jasa salon kecantikan yang berada di Kota Surabaya yaitu Salon dan Spa Muslimah Nurayya. Selain menerapkan prinsip syariat Islam, salon tersebut juga memiliki sebuah ciri khas atau keunikan serta keunggulan dari pada salon-salon lainnya yaitu dengan adanya *Augmented Product* yang diberikan (Kajian Fiqh Sunnah, buku bacaan fiqh sunnah, ruang pemisah laki-laki dengan perempuan, tempat ibadah, serta makanan dan minuman gratis) serta banyaknya *Price Discount* yang menjadikan konsumen salon tersebut berbondong-bondong untuk melakukan perawatan kecantikan disana, adapun *discount* yang diberikan meliputi *discount* pra nikah, *discount* pasca nikah, *hair treatment*, *body treatment*, dan masih banyak lagi.

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Augmented Product* dan *Price Discount* terhadap tingkat kepuasan konsumen dalam melakukan *treatment* di Salon dan Spa Muslimah Nurayya Surabaya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pendekatan studi kasus. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang telah melakukan atau sedang melakukan perawatan di Salon dan Spa Muslimah Nurayya. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner dengan menggunakan skala *likert* dan skala *interval*.

Hasil penelitian ini menunjukkan variabel *Augmented Product* dan *Price Discount* mempunyai pengaruh terhadap variabel tingkat kepuasan konsumen hal ini dibuktikan dengan adanya hasil pengujian SPSS pada uji f yakni nilai f_{hitung} sebesar 12,119 dan f_{tabel} (dengan k; n - k yakni 2 ; 50 - 2) sebesar 3,19. Nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ maka H_1 diterima artinya variabel *Augmented Product* dan *Price Discount* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen. Sedangkan dilihat dari hasil uji t yaitu pengujian variabel secara individu (Parsial) variabel yang memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel tingkat kepuasan konsumen adalah variabel *Augmented Product* dengan perbandingan nilai t_{hitung} variabel *Augmented Product* sebesar 3,188 dan t_{tabel} (dengan $\alpha/2$; n-k-1 yakni 0,05/2 ; 50-2-1) sebesar 2,01174 yang berarti H_2 ditolak, kemudian nilai dari t_{hitung} *Price Discount* sebesar 1,926 dengan t_{tabel} 2,01174 H_2 ditolak yang artinya variabel *Price Discount* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen.

Kata kunci: *Augmented Product* (Fitur tambahan produk), *Price Discount* (Potongan harga), Kepuasan Konsumen.

ABSTRACT

Today, Sharia will be based business have experienced very rapid development. The various types and types of business have developed in various countries, especially Indonesia. starting from the goods business to the service business. One of the service businesses that applies the principle of Islamic Sharia is Salon and Spa Muslimah Nurayya Surabaya. Besides, applying the principle of Islamic Sharia, the salon also has a characteristic or uniqueness and superiority over other salons, that is with the Augmented Product given (Study of Sunnah Fiqh, Sunnah Fiqh reading books, men' s and women' s with separation room, place of worship, free food and drinks) and the large amount of Price Discount that make salon customers come to do beauty treatments there. As for the discount given includes pre-wedding discount, after marriage discount, hair treatment, body treatment, etc.

Research conducted by researchers aims to determine the influence of Augmented Product and Price Discount to the level of customers satisfaction in conducting treatment at the Salon and Spa Muslimah Nuraya Surabaya. The method used in this study is quantitative method with a case study approach. Respondents in this study were consumers who had done or were doing treatment at the Salon and Spa Muslimah Nuryya. Data collection techniques using questionnaires using likert scale and interval scale.

The result of this study indicate the variable augmented product and price discount have an influence on the variable level of customer satisfaction. This is evidenced by the result of the SPSS test and F test, F count value 12,119 and F table (With k;n that is 2;50-2) with value 3,1. F count value > F table value, the H_1 is accepted meaning variable augmented product and price discount have a significant influence on the level of customer satisfaction. While seen from the result of the T test namely testing individual variables (partial) variable that have a significant influence on the level of customer satisfaction are augmented product variable with comparison of the variable T value augmented product variable is 3,188 and T count (With $\alpha/2$; n-k-1 that is 0,005/2; 50-2-1) is 2,01174 which means H_2 is rejected. Then the value of T count price discount is 1,926 with T table 2,01174 H_2 is rejected which means that the price discount variables do not have a significant effect on the level customer satisfaction.

Keywords: *Augmented Product (additional product features), Price Discount (discounts), Customer Satisfaction.*