

ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN BINTANG BARBERSHOP DI TULUNGAGUNG 2021

Rafiqul Ghozali

Universitas Nusantara PGRI Kediri, Jl. KH. Achmad Dahlan No. 76 Mojoroto Kota Kediri

Email: rafiqulghozali@gmail.com

Informasi artikel :

Tanggal Masuk : 10 Juli 2022 Tanggal Revisi : 11 Agustus 2022 Tanggal diterima: 12 September 2022

Abstract

This research is based on the rapid development of men's special hair cutting services, commonly called barbershops, which are growing quite rapidly. Developments in recent times, known for the increase in the number of men's haircut businesses more than ever before. Consumers are more able to choose a better haircut. Judging from the current situation, making men's barbershop entrepreneurs are required to choose a good strategy so that their customers are satisfied.

This study aims to (1) analyze the effect of price on customer satisfaction at Bintang Barbershop in Tulungagung Regency 2021 (2) analyze the effect of service quality on customer satisfaction at Bintang Barbershop in Tulungagung Regency 2021 (3) analyze the effect of store atmosphere on customer satisfaction at Bintang Barbershop in Tulungagung Regency 2021 (4) analyzing the effect of price, service quality, and store atmosphere on customer satisfaction at Bintang Barbershop in Tulungagung Regency 2021.

Keywords: price, service quality, and Store Atmosphere

Abstrak

Penelitian ini didasari oleh pesatnya perkembangan pada jasa potong rambut khusus laki-laki yang biasa disebut *barbershop* berkembang cukup pesat. Perkembangan pada akhir-akhir ini. Diketahui dengan peningkatan pada jumlah bisnis potong rambut laki-laki yang semakin banyak daripada sebelumnya. Konsumenpun lebih bisa memilih tempat potong rambut yang lebih baik. Dilihat dari situasi terkini, membuat pengusaha tempat potong rambut khusus laki-laki dituntut untuk memilih strategi yang baik agar pelanggannya menjadi puas.

Penelitian ini bertujuan untuk (1) menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada Bintang *Barbershop* di Kabupaten Tulungagung 2021 (2) menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Bintang *Barbershop* di Kabupaten Tulungagung 2021 (3) menganalisis pengaruh *store atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan pada Bintang *Barbershop* di Kabupaten Tulungagung 2021 (4) menganalisis pengaruh harga, kualitas pelayanan, dan *store atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan pada Bintang *Barbershop* di Kabupaten Tulungagung 2021.

Keywords: Harga, Kualitas Pelayanan, dan Store Atmosphere

PENDAHULUAN

Pada masa kini tidak hanya perempuan yang memperhatikan penampilan, laki-laki jaman sekarang juga lebih senang memperhatikan penampilan, dari mulai gaya berpakaian, perawatan kulit dan juga porongan rambut. Laki-laki pun pada akhirnya juga melakukan perawatan pada rambut dan memotong rambutnya di tempat potong rambut khusus laki-laki atau yang sering disebut *barbershop*. Rambut laki-laki sekarang sangat beragam, contohnya *undercut slickback, frenchcrop, pompadour*, dan sebagainya. Banyak para laki-laki berbelanja kebutuhan rambut seperti *wax, pomade, gell, haircream* yang ada di *barbershop*.

Banyak laki-laki yang terus menjaga penampilanya. Inilah yang membuat perkembangan pada *barbershop*. Perkembangan ini diketahui dengan meningkatnya jumlah bisnis salon pria yang semakin berkembang dari sebelumnya. Konsumenpun lebih selektif untuk memilih *barbershop* yang terbaik. Melihat kondisi tersebut menyebabkan para pengusaha potong rambut laki-laki semakin di tuntut untuk mempunyai strategi yang tepat guna membuat pelanggannya merasa puas dan tetap bisa mempertahankan usahanya di tengah persaingan yang ketat.

Kotler dan Keller (2009), kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasinya.

Menurut Rakasiwi (2015), menunjukkan bahwa harga mempengaruhi penilaian kepuasan pelanggan.

Menurut Tjiptono (2007), apabila layanan yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan harapan, maka kualitas layanan dipersepsikan baik dan memuaskan, tapi apabila melampaui harapan pelanggan maka menjadi kualitas layanan yang ideal. Sebaliknya apabila layanan yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan, maka kualitas layanan dipersepsikan buruk. Dengan demikian, kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini didukung oleh penelitian terdahulu yang di Leksanan (2016), menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Menurut Utami (2010), suasana toko (*store atmosphere*) merupakan kombinasi dari karakteristik fisik toko seperti arsitektur, tata letak, pencahayaan, pemajangan, warna, temperatur, musik, aroma secara menyeluruh akan membuat citra dalam bentuk konsumen. Hasil penelitian Tri Sundari (2017), menunjukkan *store atmosphere* sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan latar belakang di atas tujuan penelitian itu adalah untuk menganalisis (1) Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Bintang *Barbershop* di Kabupaten Tulungagung (2) Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan bintang *Barbershop* di Kabupaten Tulungagung (3) *Store atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan bintang *Barbershop* di Kabupaten Tulungagung (4) Harga, kualitas pelayanan dan *store atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan bintang *Barbershop* di Kabupaten Tulungagung.

METODE

Variable dalam Penelitian kali ini yakni: kepuasan pelanggan bintang *Barbershop* sebagai variable terikat, harga, kualitas pelayanan, *store atmosphere* sebagai variable bebas. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan penelitian kuantitatif, dan teknik penelitian deskriptif. Sampling purposive yang digunakan sebagai teknik pengambilan. Roscoe (2008) dalam Sugiyono (2012:90): Dalam penelitian ini terdapat 4 variable penelitian, 4 variable x 15 sample = 60 responden sebagai titik tolak.

TEKNIK ANALISIS DESKRIPTIF

Teknik analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan secara umum tentang variable yang sedang diteliti dengan menggunakan persentase. Perhitungan dilakukan dengan menentukan lebar interval skor dari masing-masing item variable, yakni dengan cara menghitung skor poin pertanyaan dari tertinggi hingga terendah. Skor tertinggi dari masing-masing variable 5 (lima) dan skor terendah 1 (satu) pada setiap pertanyaannya, setelah itu kita akan mendapatkan nilai dari masing-masing item dari setiap kategori yaitu skor tertinggi dikurangi skor terendah kemudian dibagi dengan tingkat kelas interval yang diinginkan seperti dibawah ini:

$$\text{Interval} = \frac{\text{nilai tertinggi} - \text{nilai terendah}}{\text{kriteria yang dibuat}}$$
$$\text{Interval} = \frac{5-1}{5}$$
$$= 0,80$$

UJI ASUMSI KLASIK

Dilakukannya uji asumsi klasik guna mendapatkan hasil dari analisa yang valid. Hipotesis dilakukan dengan alat bantu SPSS versi ke 23. Akan tetapi sebelum dilakukan analisis guna membuktikan hipotesis, dilakukan uji asumsi klasik terlebih dahulu yang terdiri dari:

1) Uji Normalitas

Pendapat Imam Ghozali (2013: 110) Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas diperlukan karena untuk melakukan pengujian-pengujian variabel lainnya dengan mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid dan statistik parametrik tidak dapat digunakan.

2) Uji Heteroskedastisitas

Pendapat Imam Ghozali (2013: 105) uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain, jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain berbeda maka disebut heteroskedastisitas

3) Uji Multikolinieritas

Menurut Imam Ghozali (2013: 91) uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel-variabel bebas

4) Analisis regresi linier berganda

Analisis regresi linear berganda berguna untuk menentukan pengaruh yang ditimbulkan variabel bebas kepada variabel terikat dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + b_1.X_1 + b_2.X_2 + b_3.X_3 + \dots + e$$

Diketahui :

Y = Variabel terikat

X = Variabel bebas

a = Konstanta

b = Koefisien variabel

e = Standar eror

5) Uji Hipotesis

Pendapat Ghozali (2013: 84) Uji hipotesis digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen pada variabel dependen.

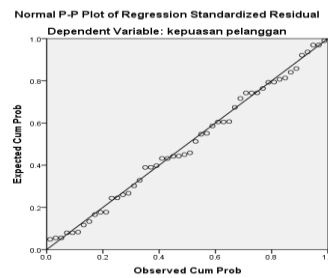
a) Uji Simultan (F)

Uji F bertujuan agar kita mengetahui pengaruh secara simultan antara variabel bebas dan terikat.

b) Uji Parsial (T)

Uji T bertujuan untuk mengetahui keberhasilan. Uji ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas kepada variabel terikat dengan dibandingkannya nilai t-hitungan masing-masing dari variabel bebas dengan nilai T-table dengan kesalahan derajat 5% ($\alpha = 0.05$).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN UJI NORMALITAS



Grafik Scatterplots

Didasari hasil dari analisis data grafik di atas dengan menggunakan alat bantu SPSS, maka dapat disimpulkan bahwa penyebaran data yang ada di antara garis diagonal dan di ikuti arah dari garis diagonal, maka diketahui model dari regresi tersebut sudah memenuhi dari persyaratan asumsi normalitas.

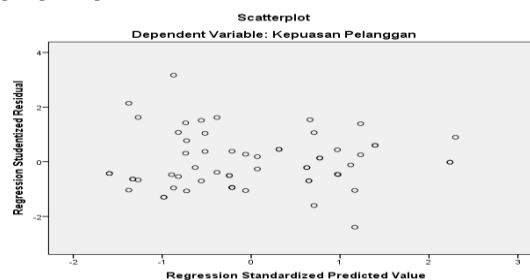
UJI MULTIKOLINERITAS

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Harga	.425	2,351
	Kualitas Pelayanan	.411	2,432
	Store atmosphere	.779	1,283

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Diketahui tidak terjadi korelasi yang sempurna pada produk regresi yang terjadi pada variable bebas. Kriteria tidak terjadi kolinearitas bercabang pada poin VIF *price* (harga), *service quality* (kualitas pelayanan), *Store Atmosphere* (atmosfir toko) pada kepuasan pelanggan yang lebih kecil dari sepuluh (10) dan nilai Tolerance yang lebih besar dari 0,10.

UJI HETEROSKEDASTISITAS



Grafik Scatterplots

Berdasarkan grafik *scatterplot* di atas terlihat bahwa titik-titik tersebar secara acak serta tersebar baik di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Dan ini menunjukkan heteroskedastisitas tidak terjadi pada model regresi ini.

UJI AUTOKORELASI

Model Summary^a

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.788 ^a	.620	.600	3,28546	2,030

a. Predictors: (Constant), Store atmosphere, Harga, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan gambar tersebut diketahui nilai dari uji *Durbin-Watson* sebesar 2.030, oleh karena itu nilai yang diperoleh tabel dU adalah (3,60) nilai dari dU adalah 1,69. Oleh karena itu $4-dU = 4 - 1.69 = 2,31$. Oleh karena itu kesimpulannya adalah bahwa Nilai *Durbin-Watson* ada di antara dU s/d $4-dU$, diketahui autokorelasi tidak terjadi.

ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
(Constant)	6,950	2,645	
1 Harga	,297	,118	,317
Kualitas Pelayanan	,227	,076	,384
Store atmosphere	,200	,083	,225

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Dilihat dari gambar di tersebut di perolehnya persamaan regresi linear berganda akibat dari hasil uji analisis seperti berikut: $Y = 6,950 + 0,297X_1 + 0,227X_2 + 0,200X_3$

PENGUJIAN HIPOTESIS

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	6,950	2,645		2,628	,011
1 Harga	,297	,118	,317	2,509	,015
Kualitas Pelayanan	,227	,076	,384	2,992	,004
Store atmosphere	,200	,083	,225	2,415	,019

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

1. Hipotesis I

Dapat diketahui dari perhitungan di atas bahwa sanya nilai signifikan harga yaitu $0,015 < 0,05$ dan berarti H_0 tidak diterima & H_1 diterima. Nilai T hitung $> T$ table adalah $2.509 > 2.003$. di lihat dari hitungan di atas, harga (X_1) sangat berpengaruh signifikan atas kepuasan pelanggan (Y). dapat disimpulkan hipotesis I yakni "harga" berpengaruh dengan signifikan pada kepuasan pelanggan bintang *barbershop* di Tulungagung dapat dibuktikan.

2. Hipotesis II

Dapat diketahui dari perhitungan di atas bahwa sanya nilai signifikan kualitas pelayanan yaitu $0,004 < 0,05$ yang artinya H_0 tidak diterima dan H_2 diterima. Dan nilai T hitung $> T$ table sebesar $2.992 > 2.003$ di lihat dari hitungan di atas, kualitas pelayanan (X_2) sangat berpengaruh signifikan atas kepuasan pelanggan (Y). Dengan begitu hipotesis II yakni "kualitas layanan"

berpengaruh dengan signifikan pada kepuasan pelanggan bintang *barbershop* di Tulungagung dapat dibuktikan.

3. Pengujian hipotesis III

apat diketahui dari perhitungan di atas bahwa sanya nilai signifikan *store atmosphere* yaitu $0,019 < 0,05$ yang artinya H_0 tidak diterima dan H_3 diterima. Dan nilai T hitung $> T$ table sebesar $2,415 > 2,003$ di lihat dari hitungan di atas, *store atmosphere* (X_3) sangat berpengaruh signifikan atas kepuasan pelanggan (Y). Dengan begitu, hipotesis III yaitu "*store atmosphere*" berpengaruh dengan signifikan pada kepuasan pelanggan bintang *barbershop* di Tulungagung dapat dibuktikan

4. Hipotesis IV

Demikian adalah hasil dari pengujian menggunakan Uji F dan nilai akan dibandingkan dengan signifikansi $0,05$ atau 5% .

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	987,705	3	329,235	30,501	,000 ^b
Residual	604,479	56	10,794		
Total	1592,183	59			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Store atmosphere, Harga, Kualitas Pelayanan

Diketahui dari perhitungan tersebut bahwa nilai signifikan dari pengujian adalah $0,000$, dan nilai tersebut lebih kecil dari nilai batas kesalahan maksimal (α) yang sudah ditentukan sebesar $0,05$ dan dapat disimpulkan H_0 tidak diterima dan H_4 diterima. Dari perhitungan di atas dapat terbukti bahwa harga (X_1), kualitas pelayanan (X_2), dan *store atmosphere* (X_3), berpengaruh sangat signifikan kepada kepuasan pelanggan (Y).

KOEFISIEN DETERMINASI

Model Summary^a

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,788 ^a	,620	,600	3,28546	2,030

a. Predictors: (Constant), Store atmosphere, Harga, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Dilihat dari table tersebut dapat kita ketahui bahwa nilai dari *Adjust R Square* yaitu sebesar $0,600$. Dengan begitu dapat kita ketahui bahwa variabel bebas memiliki kontribusi sebesar 60% atas variable terikat, dan 40% lainnya terpengaruh oleh variabel diluar penelitian.

KESIMPULAN

Di buatnya penelitian ini guna mengetahui pengatuhui (1) menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada Bintang *Barbershop* di Kabupaten Tulungagung 2021 (2) menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Bintang *Barbershop* di Kabupaten Tulungagung 2021 (3) menganalisis pengaruh *store atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan pada Bintang *Barbershop* di Kabupaten Tulungagung 2021 (4) menganalisis pengaruh harga, kualitas pelayanan, dan *store atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan pada Bintang *Barbershop* di Kabupaten Tulungagung 2021

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan bahwa harga, kualitas pelayanan, dan *store atmosphere* sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Bintang *Barbershop* di kabupaten Tulungagung 2021

DAFTAR RUJUKAN

- [1] Agung, Nugroho. 2005. *Strategi Jitu Memilih Metode Statistic Penelitian dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi
- [2] Handi, Irawan. 2009. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- [3] Husain, Umar. 2005. *Metode Penelitian*. Jakarta: Salemba Empat
- [4] Ghozali, Imam. 2011. *Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi Ketujuh. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- [5] Kotler, Philip & Keller, Kevin L. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 jilid 1. Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: Penerbit Erlangga..
- [6] Mowen Jhon C. dan Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jilid Kedua. Alih Bahasa: Dwi Kartini. Jakarta: Erlangga
- [7] Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung :Alfabeta
- [8] Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi .