

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, STORE ATMOSPHERE, DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN BARBERSHOP TEGAR

Fitra Rismawanto^{1*}, Dian Kusumaningtyas²

^{1),2)} Universitas Nusantara PGRI Kediri, Jl. KH. Ahmad Dahlan No.76, Kec. Mojoroto, Kota Kediri, Jawa Timur

fitrarismawanto11@gmail.com*

Informasi Artikel

Tanggal Masuk : 26/06/2026

Tanggal Revisi : 04/07/2026

Tanggal Diterima : 14/07/2026

Abstract

This study aims to analyze the influence of service quality, store atmosphere, and price on customer satisfaction at Barbershop Tegar. This study used a causal quantitative approach. The sample consisted of 100 respondents who were customers of Barbershop Tegar. Data were collected using a closed-ended questionnaire with a Likert scale and analyzed using multiple linear regression, t-test, F-test, and coefficient of determination. The results showed that service quality had a significant effect on customer satisfaction with a significance value of 0.001. Store atmosphere had a significant effect on customer satisfaction with a significance value of 0.011. Price had a significant effect on customer satisfaction with a significance value of 0.000. Simultaneously, service quality, store atmosphere, and price had a significant effect on customer satisfaction with a significance value of 0.000. The R Square value of 0.739 indicates that the three independent variables explain 73.9% of customer satisfaction, while the remaining 26.1% is influenced by other variables outside this study.

Keywords: Service Quality, Store Atmosphere, Price, Customer Satisfaction, Barbershop

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, store atmosphere, dan harga terhadap kepuasan pelanggan Barbershop Tegar. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif kausal. Sampel terdiri dari 100 responden yang merupakan pelanggan Barbershop Tegar. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner tertutup dengan skala Likert dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai signifikansi 0,001. Store atmosphere berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai signifikansi 0,011. Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai signifikansi 0,000. Secara simultan, kualitas pelayanan, store atmosphere, dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai signifikansi 0,000. Nilai R Square sebesar 0,739 menunjukkan bahwa ketiga variabel bebas mampu menjelaskan kepuasan pelanggan sebesar 73,9%, sedangkan 26,1% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Store Atmosphere, Harga, Kepuasan Pelanggan, Barbershop

PENDAHULUAN

Perkembangan usaha jasa saat ini menunjukkan persaingan yang semakin ketat. Pelaku usaha tidak hanya dituntut untuk menyediakan layanan yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan, tetapi juga perlu menciptakan pengalaman yang nyaman dan bernilai. Dalam usaha jasa, pelanggan tidak hanya menilai hasil akhir layanan, tetapi juga memperhatikan proses pelayanan, suasana tempat, serta kesesuaian harga dengan manfaat yang diterima [2].

Kepuasan pelanggan menjadi aspek penting dalam mempertahankan pelanggan dan menjaga keberlangsungan usaha. Kepuasan pelanggan muncul ketika pelanggan membandingkan harapan sebelum menggunakan jasa dengan pengalaman yang diperoleh setelah menerima layanan. Apabila pengalaman tersebut sesuai atau melebihi harapan, pelanggan akan merasa puas. Sebaliknya, apabila pengalaman yang diterima tidak sesuai dengan harapan, pelanggan dapat merasa kecewa dan beralih ke penyedia jasa lain [3].

Salah satu usaha jasa yang berkembang di masyarakat adalah barbershop. Barbershop tidak lagi dipandang hanya sebagai tempat potong rambut, tetapi juga sebagai tempat perawatan penampilan yang memberikan pelayanan, kenyamanan, dan pengalaman bagi pelanggan. Pelanggan barbershop pada umumnya tidak hanya menilai hasil potongan rambut, tetapi juga memperhatikan keramahan barber, ketepatan pelayanan, kebersihan tempat, kenyamanan ruangan, dan harga yang dibayarkan [4]. Barbershop Tegar merupakan salah satu usaha jasa potong rambut yang berada di Demangan, Kecamatan Tanjunganom, Kabupaten Nganjuk. Usaha ini perlu memperhatikan kepuasan pelanggan karena pelanggan memiliki banyak pilihan barbershop lain. Apabila

pelanggan merasa puas, pelanggan berpeluang untuk menggunakan jasa kembali, memberikan penilaian positif, dan merekomendasikan barbershop kepada orang lain. Oleh karena itu, Barbershop Tegar perlu memahami faktor yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan.

Faktor pertama yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan berkaitan dengan kemampuan penyedia jasa dalam memberikan layanan yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan. Dalam konteks barbershop, kualitas pelayanan dapat dilihat dari kemampuan barber memahami model rambut yang diinginkan pelanggan, ketelitian dalam memberikan layanan, keramahan saat berinteraksi, kecepatan pelayanan, serta keterampilan barber dalam menggunakan peralatan potong rambut [5]. Kualitas pelayanan yang baik dapat menciptakan kesan positif bagi pelanggan. Pelayanan yang ramah, cepat, tepat, dan sesuai dengan keinginan pelanggan akan membuat pelanggan merasa dihargai dan nyaman selama menggunakan jasa. Penelitian [6]. menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik pelayanan yang diberikan, semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan [6].

Faktor kedua yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan adalah store atmosphere. Store atmosphere berkaitan dengan suasana fisik tempat usaha yang dirasakan pelanggan selama berada di lokasi pelayanan. Dalam usaha barbershop, store atmosphere dapat dilihat dari kebersihan ruangan, kenyamanan ruang tunggu, pencahayaan, tata letak kursi, sirkulasi udara, dan suasana umum tempat usaha. Suasana tempat yang nyaman dapat membuat pelanggan merasa betah saat menunggu maupun saat menerima pelayanan [1]. Store atmosphere yang baik dapat menjadi pembeda antara satu barbershop dengan barbershop lain. Tempat yang bersih, rapi, nyaman, dan memiliki tata ruang yang baik dapat menciptakan kesan positif bagi pelanggan. Penelitian Hendarti dan Prasetyaningrum menunjukkan bahwa store atmosphere berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada usaha barbershop. Dengan demikian, suasana tempat perlu diperhatikan karena menjadi bagian dari pengalaman pelanggan [4].

Faktor ketiga adalah harga. Harga menjadi pertimbangan penting karena pelanggan akan membandingkan biaya yang dibayarkan dengan manfaat yang diterima. Dalam usaha barbershop, pelanggan menilai apakah harga sesuai dengan hasil potongan rambut, kualitas pelayanan, dan kenyamanan tempat. Harga yang terjangkau dan sesuai dengan manfaat dapat meningkatkan kepuasan pelanggan [7].

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, store atmosphere, dan harga memiliki hubungan dengan kepuasan pelanggan. Penelitian Hendarti dan Prasetyaningrum menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, store atmosphere, dan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Hello Barbershop di Karanganyar [4]. Penelitian Ardiyansyah et al. menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen barbershop [8]. Namun, penelitian Hardi et al. menunjukkan bahwa harga tidak selalu berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan store atmosphere dan kualitas layanan berpengaruh signifikan [9]. Penelitian Dinar et al. juga menunjukkan bahwa store atmosphere berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Homely Koffe Kediri. Meskipun objek penelitian tersebut berbeda, hasilnya tetap relevan karena menunjukkan bahwa suasana tempat dapat menjadi faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen pada usaha jasa [10]. Perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan, store atmosphere, dan harga terhadap kepuasan pelanggan masih perlu dikaji kembali pada objek yang berbeda. Penelitian ini memilih Barbershop Tegar sebagai objek karena pelanggan barbershop memiliki karakteristik penilaian yang berbeda. Pelanggan tidak hanya menilai hasil potongan rambut, tetapi juga menilai interaksi dengan barber, kenyamanan tempat selama proses pelayanan, serta kesesuaian harga dengan manfaat layanan yang diterima.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, store atmosphere, dan harga terhadap kepuasan pelanggan Barbershop Tegar. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pemilik usaha dalam meningkatkan kualitas pelayanan, menciptakan suasana tempat yang nyaman, dan menetapkan harga yang sesuai dengan manfaat yang diterima pelanggan.

METODE

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif kausal. Hubungan kausal merupakan hubungan yang memiliki sifat sebab akibat. Dalam penelitian ini, variabel independen yaitu kualitas pelayanan, store atmosphere, dan harga merupakan variabel yang memengaruhi, sedangkan variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan merupakan variabel yang dipengaruhi. Penelitian ini dilakukan pada Barbershop Tegar yang beralamat di RT.03/RW.04, Dusun Pancar, Desa Demangan, Kecamatan Tanjunganom, Kabupaten Nganjuk, Jawa Timur. Objek ini dipilih karena

sesuai dengan fokus penelitian, yaitu usaha jasa potong rambut yang berhubungan langsung dengan pengalaman pelanggan, mulai dari pelayanan barber, suasana tempat, sampai kesesuaian harga dengan manfaat layanan yang diterima.

Sampel dalam penelitian ini terdiri dari 100 responden yang merupakan pelanggan Barbershop Tegar. Teknik pengambilan sampel menggunakan non-probability sampling dengan metode purposive sampling. Kriteria responden dalam penelitian ini adalah pelanggan yang pernah menggunakan jasa potong rambut di Barbershop Tegar dan mampu memberikan penilaian terhadap kualitas pelayanan, store atmosphere, harga, serta kepuasan pelanggan. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner tertutup dengan skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur tingkat persetujuan responden terhadap setiap pernyataan. Data primer diperoleh langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner, sedangkan data sekunder diperoleh dari buku, jurnal, dan penelitian terdahulu yang relevan dengan variabel penelitian. Uji validitas merupakan langkah pengujian terhadap instrumen dengan tujuan untuk mengukur ketepatan instrumen yang digunakan dalam penelitian. Reliabilitas merupakan angka indeks yang menunjukkan konsistensi alat ukur dalam mengukur gejala yang sama. Teknik pengujian reliabilitas menggunakan metode Cronbach's Alpha. Instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60.

Teknik analisis data dilakukan melalui uji regresi linier berganda, uji parsial atau uji t, dan uji simultan atau uji F dengan tingkat signifikansi 0,05. Sebelum dilakukan analisis regresi, data diuji menggunakan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, store atmosphere, dan harga secara parsial terhadap kepuasan pelanggan. Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, store atmosphere, dan harga secara simultan terhadap kepuasan pelanggan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil uji t menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, store atmosphere, dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Barbershop Tegar. Kualitas pelayanan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,001, store atmosphere memiliki nilai signifikansi sebesar 0,011, dan harga memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000. Ketiga nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Hasil uji F juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, store atmosphere, dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Temuan ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan Barbershop Tegar terbentuk dari pelayanan yang baik, suasana tempat yang nyaman, dan harga yang sesuai dengan manfaat layanan.

Berdasarkan kuesioner yang telah disebarakan kepada 100 responden, seluruh responden mengisi data identitas dengan lengkap. Karakteristik responden dalam penelitian ini meliputi jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan frekuensi penggunaan jasa.

Berdasarkan penelitian diketahui seluruh responden merupakan laki-laki sebanyak 100 orang atau 100%. Berdasarkan usia, responden terbanyak berada pada rentang usia 17 sampai 25 tahun sebanyak 76 orang atau 76%. Berdasarkan pekerjaan, responden terbanyak adalah pelajar atau mahasiswa sebanyak 70 orang atau 70%. Berdasarkan frekuensi penggunaan jasa, responden terbanyak menggunakan jasa sebanyak 2 sampai 3 kali, yaitu 53 orang atau 53%. Data ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki pengalaman yang cukup untuk menilai kualitas pelayanan, store atmosphere, harga, dan kepuasan pelanggan.

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa seluruh variabel berada pada kategori sangat baik. Variabel kepuasan pelanggan memperoleh nilai rata-rata tertinggi sebesar 4,29. Store atmosphere memperoleh nilai rata-rata 4,28, kualitas pelayanan memperoleh nilai rata-rata 4,26, dan harga memperoleh nilai rata-rata 4,23. Hal ini menunjukkan bahwa responden memberikan penilaian sangat baik terhadap pelayanan, suasana tempat, harga, dan kepuasan setelah menggunakan jasa Barbershop Tegar.

Uji Asumsi Klasik Uji Normalitas

**Tabel 1. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,50138657

Most Extreme Differences	Absolute		,058
	Positive		,058
	Negative		-,044
Test Statistic			,058
Asymp. Sig. (2-tailed)^c			,200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed)^e	Sig.		,544
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,531
		Upper Bound	,556

a. Test distribution is Normal.

Sumber: Output SPSS, 2026

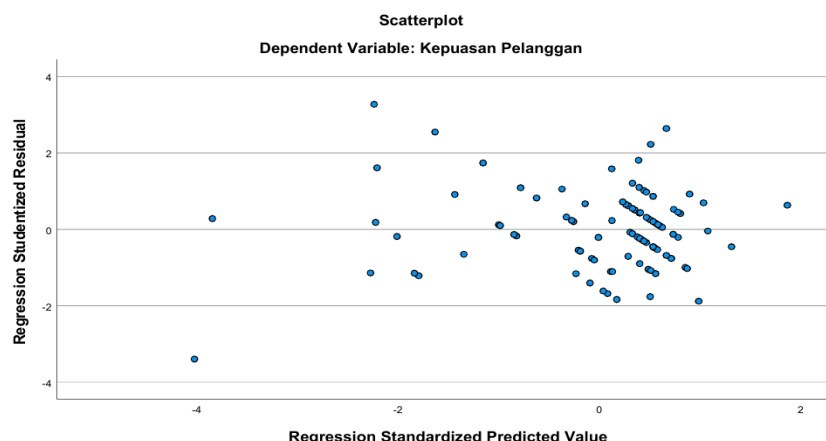
Dari tabel Kolmogorov-Smirnov di atas, diketahui bahwa nilai Asymp. Sig. sebesar 0,200 dan nilai Monte Carlo Sig. sebesar 0,544. Kedua nilai tersebut lebih besar dari 0,05, sehingga dapat dikatakan bahwa data residual berdistribusi normal. Dengan demikian, data dalam penelitian ini telah memenuhi asumsi normalitas dan dapat dilanjutkan ke tahap analisis regresi linier berganda. Pada penelitian ini tidak dilakukan penghapusan data outlier karena jumlah data yang digunakan tetap sebanyak 100 responden dan hasil uji normalitas sudah memenuhi kriteria normal.

Uji Multikolinieritas

Pada penelitian ini, uji multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai tolerance dan Variance Inflation Factor atau VIF. Menurut [1], model regresi dinyatakan bebas dari gejala multikolinearitas apabila nilai tolerance lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10 [10]. Berdasarkan hasil uji multikolinearitas, variabel kualitas pelayanan memiliki nilai tolerance sebesar 0,316 dan nilai VIF sebesar 3,160, variabel store atmosphere memiliki nilai tolerance sebesar 0,313 dan nilai VIF sebesar 3,197, serta variabel harga memiliki nilai tolerance sebesar 0,333 dan nilai VIF sebesar 3,000. Dengan demikian, seluruh variabel independen memiliki nilai tolerance lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak mengalami gejala multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Hasil uji Heteroskedastisitas dapat dilihat pada gambar berikut:



Sumber: peneliti 2026

Gambar 1. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar 1, grafik scatterplot menunjukkan bahwa titik-titik residual menyebar secara acak di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y. Penyebaran titik-titik juga tidak membentuk pola tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi tidak mengalami gejala heteroskedastisitas. Dengan demikian, model regresi layak digunakan untuk memprediksi kepuasan pelanggan Barbershop Tegar melalui variabel independen, yaitu kualitas pelayanan, store atmosphere, dan harga.

Analisis Regresi Linier Berganda

Pada penelitian ini, analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui seberapa tinggi pengaruh variabel kualitas pelayanan, store atmosphere, dan harga terhadap kepuasan pelanggan Barbershop Tegar. Analisis ini dilakukan dengan bantuan program SPSS. Menurut Ghozali (2021), analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji pengaruh lebih dari satu variabel independen terhadap satu variabel dependen [10]. Hasil uji regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Regresi Linier Berganda dan Uji Hipotesis

		Coefficients^a					ANOVA^a		
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Collinearity Statistics				
		B	Std. Error	Beta	T	Sig.	Tolerance	VIF	F
1	(Constant)	7,674	1.639		4.681	0.000			90,521
	Kualitas Pelayanan	.229	.064	.333	3.588	0.001	.316	3.160	0,000 ^b
	Store Atmosphere	.167	.064	.243	2.606	0,011	.323	3.197	
	Harga	.289	.073	.355	2.934	0.000	.333	3.000	

Sumber: Output SPSS, 2026

Adapun persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah:

$$Y = 7,674 + 0,229X_1 + 0,167X_2 + 0,289X_3 + e$$

Pada tabel 2, analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan, store atmosphere, dan harga terhadap kepuasan pelanggan Barbershop Tegar dengan bantuan program SPSS. Berdasarkan hasil pengolahan data, diperoleh persamaan regresi linier berganda yaitu $Y = 7,674 + 0,229X_1 + 0,167X_2 + 0,289X_3 + e$. Nilai konstanta sebesar 7,674 menunjukkan bahwa apabila variabel kualitas pelayanan, store atmosphere, dan harga bernilai nol atau tetap, maka nilai kepuasan pelanggan diperkirakan sebesar 7,674. Koefisien regresi kualitas pelayanan sebesar 0,229 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada kualitas pelayanan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,229 dengan asumsi variabel lain tetap. Koefisien regresi store atmosphere sebesar 0,167 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada store atmosphere dapat meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,167 dengan asumsi variabel lain tetap. Koefisien regresi harga sebesar 0,289 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada harga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,289 dengan asumsi variabel lain tetap. Berdasarkan nilai standardized coefficients beta, harga memiliki nilai beta tertinggi sebesar 0,355, kemudian kualitas pelayanan sebesar 0,333, dan store atmosphere sebesar 0,243. Hal ini menunjukkan bahwa harga merupakan variabel yang paling dominan dalam memengaruhi kepuasan pelanggan Barbershop Tegar.

Hasil Uji Hipotesis Uji-F (Uji Simultan)

Nilai F hitung sebesar 90,521 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05. Hal ini mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan, store atmosphere, dan harga secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat, yaitu kepuasan pelanggan Barbershop Tegar. Dengan demikian, hipotesis keempat yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan, store atmosphere, dan harga secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Barbershop Tegar dapat diterima. Uji t (Uji Parsial)

Pada penelitian ini, uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel kualitas pelayanan, store atmosphere, dan harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan menggunakan tingkat signifikansi 0,05. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memperoleh nilai t hitung sebesar 3,588 dengan nilai signifikansi 0,001. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05, sehingga kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan H1 diterima. Variabel store atmosphere memperoleh nilai t hitung sebesar 2,606 dengan nilai signifikansi 0,011. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05, sehingga store atmosphere berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan H2 diterima. Variabel harga memperoleh nilai t hitung sebesar 2,934 dengan nilai signifikansi 0,000. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05, sehingga harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan H3 diterima.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan PelangganKonsumen

Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Barbershop Tegar. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi sebesar 0,229 dan nilai signifikansi sebesar 0,001 yang lebih kecil dari 0,05. Artinya, semakin baik bukti fisik, keandalan, daya tanggap, keterampilan barber, dan empati yang diberikan, maka kepuasan pelanggan semakin meningkat. Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen barbershop [4], [11], [12] [13] [14].

Pengaruh Store Atmosphere terhadap Kepuasan Pelanggan

Store atmosphere berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Barbershop Tegar. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi sebesar 0,167 dan nilai signifikansi sebesar 0,011 yang lebih kecil dari 0,05. Artinya, semakin baik kebersihan tempat, kenyamanan ruang, pencahayaan, tata letak, dan suasana umum barbershop, maka kepuasan pelanggan semakin meningkat. Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa store atmosphere berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada usaha barbershop [3], [15].

Pengaruh Harga terhadap Kepuasan PelangganKonsumen

Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Barbershop Tegar. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi sebesar 0,289 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Artinya, harga yang terjangkau, sesuai dengan kualitas, sesuai dengan manfaat, dan mampu bersaing dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen barbershop [3], [11], [12], [15].

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Store Atmosphere, dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan

Secara simultan, kualitas pelayanan, store atmosphere, dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Barbershop Tegar. Hal ini ditunjukkan oleh hasil uji F dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Artinya, ketiga variabel tersebut secara bersama-sama mampu menjelaskan perubahan kepuasan pelanggan. Nilai R Square sebesar 0,739 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, store atmosphere, dan harga mampu menjelaskan kepuasan pelanggan sebesar 73,9%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, store atmosphere, dan harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan [3], [15].

KESIMPULAN

Penelitian ini mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan Barbershop Tegar, khususnya kualitas pelayanan, store atmosphere, dan harga. Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data, kualitas pelayanan, store atmosphere, dan harga terbukti berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, ketiga variabel tersebut juga terbukti berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan Barbershop Tegar.

Berdasarkan hasil tersebut, Barbershop Tegar perlu memperhatikan kualitas pelayanan, suasana tempat, dan harga untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Pada aspek kualitas pelayanan, Barbershop Tegar perlu mempertahankan keramahan barber, ketelitian pelayanan, kecepatan merespons pelanggan, dan keterampilan dalam memberikan hasil potongan rambut yang sesuai harapan. Pada aspek store atmosphere, Barbershop Tegar perlu menjaga kebersihan tempat, kenyamanan ruang, pencahayaan, tata letak, dan suasana umum agar pelanggan merasa nyaman selama menunggu maupun menerima pelayanan. Pada aspek harga, Barbershop Tegar perlu menetapkan harga yang terjangkau, sesuai dengan kualitas layanan, sesuai dengan manfaat yang diterima, dan mampu bersaing dengan barbershop lain.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi dalam bidang manajemen pemasaran, khususnya mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan pada usaha jasa barbershop. Penelitian ini juga dapat menjadi masukan bagi pemilik Barbershop Tegar dalam menyusun strategi pelayanan, pengelolaan suasana tempat, dan penetapan harga. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan menambahkan variabel lain seperti promosi, lokasi, citra usaha, loyalitas pelanggan, atau kualitas hasil potongan rambut agar pembahasan mengenai kepuasan pelanggan menjadi lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ghozali I. APLIKASI ANALISIS MULTIVARIATE. Badan Penerbit Univ. Diponegoro, 2018, hal. 9th.

- [2] Wirtz J, Lovelock C. SERVICES MARKETING. World Scientific NEW; 2022.
- [3] Tjiptono F. Strategi pemasaran Prinsip & Penerapan. Yogyakarta: ANDI; 2019.
- [4] Hendarti Y, Prasetyaningrum NE, Ekonomi F, Surakarta U. ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, STORE ATMOSPHERE DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi Kasus Pada Hello Barbershop di Karanganyar) 2022;06:1–9. <https://doi.org/10.29040/jie.v6i1.3537>.
- [5] Ahya R. Analisis Kualitas Pelayanan Dengan Metode Importance Performance Analysis (IPA) Dan Costumer Satisfaction Index (CSI) Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus “ Something Barbershop ” Sragen) 2023;4.
- [6] Dandi A, Meilina R, Bhirawa SWS. Pengaruh lokasi, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada toko adin fe kediri. Semin Manajemen, Ekon dan Akunt 2024;9:565–74.
- [7] Kotler P, Armstrong G, Balasubramanian Sridhar. (Global edition) Principles of Marketing Nineteenth Edition. 2024.
- [8] Ardiyansyah N, Unggul UE, Purnama S, Unggul UE. Pengaruh Kualitas Produk , Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian 2024;3. <https://doi.org/10.30640/inisiatif.v3i2.2374>.
- [9] Hardi F, Bisnis PM, Manajemen PS, Bisnis F, Petra UK, Siwalankerto J. PENGARUH HARGA , STORE ATMOSPHERE , DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SALON MEI-MEI MAKASSAR 2021;9.
- [10] Mahardika D, Kusumaningtiyas D, Widodo W. ANALISIS PENGARUH CUSTOMER EXPERIENCE , FASILITAS DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA HOMELY KOFFE 2025;4:1011–8.
- [11] Makmur P, Ivantan. PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA BARBERSHOP KEEP HANDSOME 2024;2:885–97.
- [12] Anugrah A, Humayra A, Hamza P, Indrawati S. Economics and Digital Business Review Pengaruh Kualitas Pelayanan , Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Di Barbershop Threenine Palopo 2024;5:880–6.
- [13] Wijaya MS, Syah H, Djaenudin EM, Manajemen PS, Islam U, Yusuf S. DAN DIGITAL MARKETING TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KAPTUR BARBERSHOP CIBODAS KOTA 2025;5:372–82.
- [14] Caesar J, Hariyadi GT, Nuryanto I, Damar H. Kualitas Layanan , Atmosfer Toko , dan Kewajaran Harga sebagai Penentu Kepuasan dan Loyalitas di Kaisar Barbershop Semarang 2025.
- [15] Ghozali R. ATMOSPHERE TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN BINTANG BARBERSHOP DI TULUNGAGUNG 2021 2022:1121–7.