ARTIKEL

ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SHINE BARBERSHOP DI KABUPATEN TULUNGAGUNG 2017

ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF PRICE, SERVICE QUALITY, AND STORE ATMOSPHERE ON CUSTOMER SATISFACTION SHINE BARBERSHOP DISTRICTS TULUNGAGUNG YEAR 2017

Oleh:

ERICH FAJAR SAPUTRA

13.1.02.02.0333

Dibimbing oleh :

1. **Dr. Sri Aliami, M.M.**
2. **Sigit Ratnanto, M.M.**

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

TAHUN 2017

SURAT PERNYATAAN
ARTIKEL SKRIPSI TAHUN 2017

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap	: Erich Fajar Saputa
NPM	: 13.1.02.02.0333
Telepun/HP	: 085812163072
Alamat Surel (Email)	: erichfajar.ef@gmail.com
Judul Artikel	: ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SHINE BARBERSHOP DI KABUPATEN TULUNGAGUNG 2017
Fakultas – Program Studi	: Ekonomi - Manajemen
Nama Perguruan Tinggi	: Universitas Nusantara PGRI Kediri
Alamat Perguruan Tinggi	: Jalan K.H. Achmad Dahlan 76 Kediri

Dengan ini menyatakan bahwa :

a. artikel yang saya tulid merupakan karya saya pribadi (bersama tim penulis) dan bebas plagiarisme;
b. artikel telah diteliti dan disetujui untuk diterbitkan oleh Dosen Pembimbing I dan II.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian data dengan pernyataan ini dan atau ada tuntutan dari pihak lain, saya bersedia bertanggungjawab dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Mengetahui		Kediri, 4 Agustus 2017
Pembimbing I	Pembimbing II	Penulis,
Dr. Sri Aliami, M.M. NIDN. 07160864031	Sigit Ratnanto, M.M. NIDN.0706067004	Eich Fajar Saputra NPM. 13.1.02.02.0333

ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SHINE BARBERSHOP DI KABUPATEN TULUNGAGUNG 2017

Erich Fajar Saputra
13.1.02.02.0333
Fakultas Ekonomi – Program Studi Manajemen
Erichfajar.ef@gmail.com
Nama Dosen Pembimbing 1 dan 2
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Pada saat ini kepuasan terhadap penampilan adalah segalanya Hal ini menyebabkan pertumbuhan bisnis pada jasa pemotongan rambut khusus pria atau yang biasa dikenal dengan *barbershop* berkembang pesat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Shine Barbershop di Kabupaten Tulungagung 2017, menganalisis kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Shine Barbershop di Kabupaten Tulungagung 2017, menganalisis *store atmosphere* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Shine Barbershop di Kabupaten Tulungagung 2017.

Penelitian ini mengambil sampel dari suatu populasi dengan menggunakan kuesioner. Sampel yang digunakan adalah 60 pelanggan Shine Barbershop di Kabupaten Tulungagung. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner pada pelanggan. Dengan teknik pengambilan *purposive sampling*. Teknik analisis yang digunakan yaitu menggunakan pendekatan kuanitatif, dan teknik penelitian dalam penelitian ini adalah teknik penelitian deskriptif . Alat analisis yang digunakan dalam penelitian adalah uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, Koefisien Determinasi, uji t, uji F.

Hasil analisis data dapat diperoleh: (1) Harga mempunyai pengaruh signifikan positif kepuasan pelanggan Shine Barbershop Tulungagung. (2) Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh signifikan positif terhadap kepuasan pelanggan Shine Barbershop Tulungagung. (3) *Store atmosphere* mempunyai pengaruh signifikan positif terhadap kepuasan pelanggan Shine Barbershop Tulungagung. (4) Harga, kualitas pelayanan dan *store atmosphere* secara simulitan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Shine Barbershop.

KATA KUNCI : Harga, Kualitas Pelayanan, dan *Store Atmosphere*

A. LATAR BELAKANG

1. Latar Belakang Masalah

Pada saat ini kepuasan terhadap penampilan adalah segalanya. Saat ini tidak hanya wanita yang suka memperhatiakan penampilan, pria jaman sekarang juga lebih senang memperhatikan penampilan, mulai dari pakaian , perwatan kulit sampai dengan model rambut. Kaum pria kenyataannya suka merawat rambut dan mengganti model rambutnya di salon khusus pria (*Barbershop)*, Hal ini menyebabkan pertumbuhan bisnis pada jasa pemotongan rambut khusus pria atau yang biasa dikenal dengan *barbershop* berkembang pesat. 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 salon pria semakin dituntut untuk mempunyai strategi yang tepat untuk mampu membuat pelanggannya merasa puas dan tetap bisa mempertahankan perusahaannya di tengah persaingan yang semakin ketat. Menurut Kotler & Keller (2009), kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasinya. Menurut Irawan (2004:23), faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu, kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, faktor emosional.

Untuk mencapai kepuasan konsumen yang baik, perlu diketahui apa saja yang harus ditawarkan oleh pelanggan agar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan para pelanggan. Shine Barbershop yang terletak di Jalan Wahid Hasim No. 54 Tulungagung.. Berbagai upaya telah dilakukan untuk dapat bersaing dengan *barbershop* lain dan berharap dapat mendapatkan kepuasan pelanggan. Pentingnya harga, kualitas pelayanan dan *store atmosphere* dalam menciptakan kepuasan pelanggan yang berdampak pada pendapatan, dan kelangsungan usaha maka perlu diketahui hal hal yang dapat dilakukan untuk mendapatkan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti melakukan penelitian dengan judul **"Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan *Store atmosphere* terhadap Kepuasan Pelanggan Shine Barbershop di Kabupaten Tulungagung".**

2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan di atas maka peneliti dapat mengidentifikasikan masalah antara lain :

1. *Atmosphere* Barbershop di Tulungagung belum memenuhi standar sesuai dengan kebutuhan pelanggan
2. Kualitas layanan pada barbershop sangat variatif
3. Harga atau biaya cukur rambut pada Barbershop di Tulungagung bagi konsumen yang sensitif sangat berpengaruh pada kepuasaan.
4. Kepuasan pelanggan Barbershop di Tulungagung belum optimal dinilai dari sudut pandang pelanggn

3. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini permasalahan dibatasi pada faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan ditinjau dari harga, kualitas pelayanan, dan *store atmosphere* pada Shine Barbershop di Kabupaten Tulungagung.

4. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian serta penjelasan yang telah dikemukakan pada pembatasan malasah, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Adakah pengaruh signifikan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Shine Barbershop di Kabupaten Tulungagung?
2. Adakah pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Shine Barbershop di Kabupaten Tulungagung?
3. Adakah pengaruh signifikan *store atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan pada Shine Barbershop di Kabupaten Tulungagung?
4. Adakah pengaruh signifikan harga, kualitas pelayanan dan *store atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan pada Shine Barbershop di Kabupaten Tulungagung?

5. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian itu adalah untuk menganalisis:

1. Pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada Shine Barbershop di Kabupaten Tulungagung.

2. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Shine Barbershop di Kabupaten Tulungagung.
3. pengaruh *store atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan pada Shine Barbershop di Kabupaten Tulungagung.
4. Pengaruh harga, kualitas pelayanan dan *store atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan pada Shine Barbershop di Kabupaten Tulungagung.

B. METODE PENELITIAN

1. Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini variabel terikatnya adalah kepuasan pelanggan Shine Barbershop, sedangkan variabel bebas dalam peneltian ini adalah harga, kualitas pelayanan, dan *store atmosphere* pelanggan Shine barbershop

.

2. Pendekatan dan Teknik Penelitian

Pendekatan penelitian dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu.

Teknik penelitian dalam penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif. Jenis penelitian deskriptif adalah jenis yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi

3. Tempat dan Waktu penelitian

a. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Shine Barbershop Tulungagung yang berlokasi di Jalan Wahid Hasyim No.54 Tulungagung, Jawa Timur, Indonesia..

b. Waktu Penelitian

Dalam penelitian ini, waktu penelitian akan diuraikan berdasarkan pada rencana penggunaan waktu sesuai dengan batas waktu yang sudah ditentukan. Adapun waktu penelitian dilakukan selama 3 bulan terhitung mulai bulan Mei sampai Juni dengan 2017.

4. Populasi dan Sampel

a. Populasi Penelitian

Populasi dalam penelitian merupakan merupakan wilayah yang ingin diteliti oleh peneliti. Populasi yang akan digunakan sebagai penelitian adalah pelanggan Shine Barbersho Kabupaten Tulungagung Tahun 2017.

b. Sampel Penelitian

Sampel merupakan bagian dari populasi yang ingin di teliti oleh peneliti. Dalam teknik pengambilan sampel ini penulis menggunakan teknik *sampling purposive*. Titik tolak peneliti untuk menentukan jumlah reponden merupakan pendapat Roscoe (2008) dalam Sugiyono (2012:90). Dalam penelitian ini terdapat 4 variabel penelitian, jadi 4 variabel x 15 anggota sampel = 60 responden.

5. Instrumen Penelitian dan Uji instrumen

Instrument yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Menurut Sugiyono (2011:142), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

a. Uji Validitas

Menurut Umar (2005:167) uji validitas adalah suatu uji yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mampu mengukur apa yang ingin diukur. Suatu instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan. Suatu instrumen valid apabila mempunyai validitas tinggi, sebaliknya akan dikatakan kurang valid apabila validitas rendah. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan r tabel untuk *degree of freedom* (df) = n-2 dengan nilai signifikansi 5%. Hasil yang diperoleh r tabel = 0.254

b. Uji Reliabilitas

Menurut Nugroho (2005:79), reliabilitas adalah keandalan yang merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab pertanyaan yang merupakan suatu dimensi dari variabel dan disusun dalam bentuk kuesioner. Uji reliabilitas dalam penelitian menggunakan rumus *alpha cronbach* (a) > 0.60.

6. Teknik Analisis data

a. **Teknik Analisis Deskriptif**

Analisis ini digunakan untuk melihat gambaran secara umum tentang variabel yang diteliti dengn analisis *persentase*. Perhitungan masing-masing item untuk masing-masing variabel dilakukan dengan cara menentukan terlebih dahulu lebar interval skor, dengan cara menghitung skor tertinggi dan terendah dari butir-butir pernyataan. Masing-masing variabel ini memiliki skor tertinggi tiap pertanyaan 5 (lima) dan skor terendah 1 (satu), kemudian dapat diketahui tentang nilai masing-masing item untuk kategori tiap jenjang yaitu skor tertinggi dikurangi skor terendah kemudian dibagi tingkatan pembagian interval kelas yang diinginkan. perhitungannya adalah sebagai berikut:

$$\text{Interval} = \frac{nilai\ tertinggi - nilai\ terendah}{kriteria\ yang\ dibuat}$$

$$\text{Interval} = \frac{5-1}{5}$$

$$= 0{,}80$$

b. Uji asumsi klasik

Uji asumsi klasik dilakukan dalam upaya untuk memperoleh hasil analisa regresi yang sah (valid). Pengujian hipotesa dilakukan dengan alat bantu SPSS versi 23. Namun sebelum melakukan analisis untuk membuktikan hipotesis, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik yang terdiri dari :

1) .Uji Normalitas

Menurut 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

Menurut 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 Multikolineritas

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

4) Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menentukan pengaruh yang ditimbulkan oleh indikator variabel bebas terhadap variabel terikat dengan formulasi sebagai berikut:

$$Y = a + b1.X1 + b2.X2 + b3.X3 + ... + e$$

Keterangan :

Y = Variabel terikat
X = Variabel bebas
a = Konstanta
b = Koefisien variabel
e = Standar eror

5) Uji Hipotesis

Menurut Ghozali (2013:84) uji hipotesis digunkan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen pada variabel dependen.

a) Uji F (Simultan)

Analisis ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara simultan atau bersama-sama antar variabel bebas terhadap variabel terikat.

b) Uji T (Parsial)

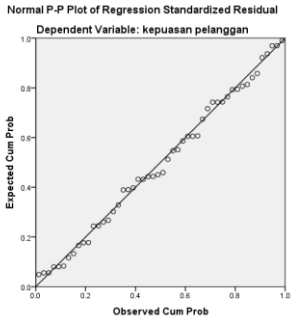
Uji T ini adalah untuk menguji keberhasilan koefisien regresi secara parsial.

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel bebas (X) secara tunggal berpengaruh terhadap variabel terikat (Y) dengan membandingkan antara nilai t-hitung masing-masing variabel bebas dengan nilai t-tabel dengan derajat kesalahan 5% (α = 0.05).

C. HASIL DAN KESIMPULAN

1. Hasil Analisis data

a. Uji Normalitas



Gambar 4.1
Grafik Scaterplots

Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan SPSS, maka dapat diketahui bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolinieritas

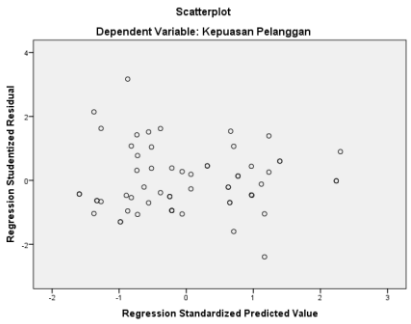
Coefficients*

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 bahwa dalam produk regresi tidak terjadi multikolinearitas atau korelasi yang sempurna antara variabel-variabel bebas. Kriteria tidak terjadi multikolinearitas adalah nilai VIF harga, kualitas pelayanan *store atmosphere* dan kepuasan pelanggan lebih kecil dari 10 dan nilai Tolerance lebih besar dari 0,10.

c. Uji Heteroskesdastisitas



Gambar 4.2
Grafik Scaterplots

Berdasarkan gambar 4.2 yang ditunjukkan oleh grafik *scatterplot* terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar

baik di atas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Dan ini menunjukkan bahwa model regresi ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Model Summary[b]

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 tabel di atas dapat dilihat bahwa hasil nilai uji *Durbin-Watson* sebesar 2.030 sehingga dari nilai dU table diperoleh (3.60) nilai dU sebesar 1,69. Sehingga 4-dU = 4-1.69 = 2,31. Dengan demikian dapat disimpulkanNilai Durbin Watson (dw) terletak antara dU s/d 4-dU sehingga tidak terjadi autokolerasi.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients[a]

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

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa persamaan regresi linear berganda yang diperoleh dari hasil uji analisis yaitu $Y = 6{,}950+0{,}297X_1 +0{,}227X_2 + 0{,}200X_3$

3. Pengujian Hipotesis

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6,950	2,645		2,628	,011
	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

a. Pengujian hipotesis 1

Variabel harga dari perhitungan di atas diketahui bahwa nilai signifikansi harga sebesar 0,015< 0,05 yang artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dan nilai t hitung > t table sebesar 2.509 > 2.003. Berdasarkan perhitungan di atas maka harga (X_1) secara parsial atau individu berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Dengan demikian hipotesa 1 yang berbunyi "harga" berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Shine barbershop Tulungagung tahun 2017" terbukti.

b. Pengujian hipotesis 2

Variabel kualitas pelayanan dari perhitungan di atas diketahui bahwa nilai signifikansi kualitas pelayanan sebesar 0,004 < 0,05 yang artinya H_0 ditolak dan H_2 diterima. Dan nilai t hitung > t table sebesar 2.992 > 2.003Berdasarkan perhitungan di atas maka kualitas pelayanan (X_2) secara parsial atau individu berpengaruh signifikan

terhadap kepuasan pelanggan (Y). Dengan demikian hipotesa 2 yang berbunyi "kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Shine barbershop Tulungagung tahun 2017" terbukti.

c. Pengujian hipotesis 3

Variabel *store atmosphere* dari perhitungan di atas diketahui bahwa nilai signifikansi kepuasan sebesar 0,019< 0,05 yang artinya H_0 ditolak dan H_3 diterima. Dan nilai t hitung > t table sebesar 2.415 > 2.003 Berdasarkan perhitungan di atas maka *store atmosphere* (X_3) secara parsial atau individu berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Dengan demikian, hipotesa 3 yang berbunyi "*store atmosphere* berpengaruh signifikan Shine barbershop Tulungagung tahun 2017" terbukti.

d. Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Pengujian Hipotesis 4)

Berikut hasil pengujian secara simultan menggunakan uji F yang nilainya akan dibandingkan dengan signifikansi 0,05atau 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

Dari perhitungan di atas diketahui bahwa nilai signifikansi pengujian sebesar 0,000. Nilai tersebut jauh lebih kecil dari nilai α (batas kesalahan maksimal) yang telah ditentukan yakni sebesar 0,05 yang artinya H_0 ditolak dan H_4 diterima. Berdasarkan perhitungan di atas terbukti bahwa secara serempak (simultan) harga (X_1), kualitas pelayannan (X_2), dan *store atmosphere* (X_3), berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).

4. Koefisien Determinasi

Model Summary[b]

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 tabel di atas diketahui nilai *Adjust R Square* adalah sebesar 0,600**.** Hal ini menunjukkan bahwa variable bebas mempunyai kontribusi secara bersama-sama sebesar 60% terhadap variable terikat yaitu kepuasan pelanggan, sedangkan sisanya sebesar 40% dipengaruhi oleh variable lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.

5. Pembahasan

a. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian mendukung hipotesis pertama yaitu harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada indikator harga yang paling dominan pada pertanyaan "potongan harga yang diberikan shine barbershop cukup besar" (X1.3.2) dengan persentase hasil penilaian (55%). Hal ini ditunjukkan dari hasil analisis regresi harga (X_1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) diperoleh nilai Sig 0,015 lebih kecil dari 0,05. Dan uji t diperoleh nilai t hitung > t table sebesar 2.509 > 2.003 Sehingga membuktikan bahwa harga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian semakin tinggi nilai harga maka pelanggan yang berkunjung di shine barbershop akan merasa nyaman sehingga pelanggan akan merasa puas. Hasil penelitian ini mendukung teori Tjiptono,(1999), mengatakan bahwa pada tingkat harga tertentu, jika manfaat yang dirasakan meningkat, maka nilainya akan meningkat pula. Apabila nilai yang dirasakan pelanggan semakin tinggi, maka akan menciptakan kepuasan pelanggan yang maksimal, dan juga di dukung oleh penelitian terdahulu oleh Rakasiwi (2015) menujukan bahwa harga mempengaruhi penilaian kepuasan pelanggan di Lanang Barbershop

b. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian mendukung hipotesis ketiga yaitu kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada indikator kualitas pelayanan yang paling dominan pada pertanyaan "cepat mengatasi permasalahan dari keluhan pelanggan". (X2.3.1) dan dengan hasil persentase (46.7%) ditunjukkan dari nilai Sig sebesar 0,004 lebih kecil dari 0,05. Dan uji t diperoleh t hitung > t table sebesar 2.992 > 2.003 Hal ini berarti bahwa dengan memberikan kualitas pelayanan yang maksimal akan berdampak pada kepuasaan pelanggan. Hasil penelitian ini mendukung teori persepsi milik Irawan (2008) Faktor –faktor pembentukan persepsi kualitas layanan untuk menciptakan kepuasan dan loyalitas . penelitian yang dilakukan leksanan (2016),

menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

c. Pengaruh *store atmosphere* terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian mendukung hipotesis pertama yaitu *store atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada indikator *store atmosphere* yang paling dominan pada pertanyaan bahwa "Lokasi shine barbershop mudah di jangkau", "Area di dalam barber yang luas", "Kursi untuk potong rambut nyaman ditempati" (X3.1.1), (X3.2.1), dan (X3.3.1) dengan persentase hasil penilaian setuju (43.3%) . Hal ini ditunjukkan dari hasil analisis regresi *store atmosphere* (X3) terhadap kepuasan pelanggan (Y) diperoleh nilai Sig 0,019 lebih kecil dari 0,05. dan uji t diperoleh t hitung > t table sebesar 2.415 > 2.003.]Dengan demikian membuktikan bahwa *store atmosphere* memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Artinya jika suasanan di shine barbershop menarik dan membuat nyaman pelanggan maka pelanggan akan selalu datang dan merasa puas. Hal ini mendukung oleh penelitian-penelitian terdahulu, salah satunya penelitian dari Ayumi Oktrechia (2015), menunjukan *store atmosphere* atau suasana toko berpengaruh signifikan terhadap kepuasan Pelanggan Floren Salon Yogyakarta, dan di dukung oleh teori Mowen dan Minor (2002: 139), yang mengatakan bahwa suasana toko dapat mempengaruhi keadaan emosional pembelanja yang kemudian dapat menambah atau mengurangi jumlah belanjaan.

d. Pengaruh Harga,, Kualitas Pelayanan, dan *Store Atmosphere*, terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil analisis data secara diatas membuktikan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara harga kualitas pelayanan dan *store atmosphere* dan terhadap kepuasan pelanggan paling dominan pada pertanyaan "anda ingin melakukan pembelian ulang pada Shine barbershop" (Y.3.1) dengan hasil persentase setuju (66.7%) yang ditunjukkan dari nilai Sig sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukakan bahwa variable harga kualitas pelayanan, dan *store atmosphere* mempunyai kontribusi secara bersama-sama terhadap

variable terikat yaitu kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu oleh Puspita Martha (2015), Terdapat Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Suasana Salon Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan dan di dukung pula oleh teori Irawan (2004:23), faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu, kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, faktor emosional.

D. SIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

1. Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk Penelitian ini bertujuan untuk meneliti harga, kualitas pelayanan, dan *store atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan Shine Barbershop Tulungagung. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Ada pengaruh signifikan antara harga terhadap kepuasan pelanggan Shine Barbershop Tulungagung.
2. Ada pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Shine Barbershop Tulungagung.
3. Ada pengaruh signifikan antara *store atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan Shine Barbershop Tulungagung.
4. Ada pengaruh signifikan antara harga, kualitas pelayanan, dan *store atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan Shine Barbershop Tulungagung.

2. Implikasi

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka implikasi yang dapaty dilakukan oleh pemilik Shine Barbrshop Tulungagung dengan hasil penelitin ini adalah:

a. Implikasi Teoritis

Harga, kualitas pelayanan, dan *store atmosphere* meningkatkan kepuasan pelanggan. Hal ini tentu saja konsisten dengan teori Irawan (2004:23) menyebutkan factor-faktor yang mempengarurhi kepuasan pelanggan yaitu, kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, faktor emosional, dan menurut Kocamaz (2000), penting bagi pemasar untuk memperhatikan atmosphere toko

karena memiliki pengaruh pada bentuk pembelian dan kepuasan.

b. Implikasi Praktis

harga, kualitas pelayanan, dan *store atmosphere* yang dilakukan oleh pemilik Shine Barbershop di Tulungagung sudah cukup baik. Namun, sejalan dengan semakin mengkatnya persaingan dan tuntutan kepuasan pelanggan yang semakin tinggi , maka untuk meningkatkan kepuasa pelanggan.

1) Melakukan studi banding ke perusahaan sejenis sehingga dapat menjaga persaingan agar tidak tertinggal dengan *barbershop* lain.
2) Meningkatkan kualitas pelayanan agar pelanggan semakin puas.

3. Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan maka saran yang dapat diberikan adalah:

a. Disarankan kepada perusahaan untuk lebih memperhatikan dari segi harga yang tidak sesuai dengan apa yang diterima oleh pelanggan.
b. store atmosphere yang perlu ditingkatkan agar memberirasa nyaman pada pelanggan.
c. Mempertahankan kualitas pelayanan yang baik dan berusaha untuk lebih meningkatkan sistem pelayanan agar lebih baik sehingga pelanggan merasa puas.
d. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk mengembangkan hasil penelitian ini dengan mengkaji faktor–faktor lain selain harga, kualitas pelayanan, dan *store atmosphere* yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan sehingga pengetahuan dapat lebih meluas.

D. DAFTAR PUSTAKA

Agung, Nugroho. 2005. *StrategiJituMemilihMetode Statistic Penelitiandengan SPSS*. Yogyakarta: Andi

Handi, Irawan. 2009, *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT. Elex Media Kompitindo.

Husain, Umar. 2005. *Metode Penelitian*. Jakarta: Salemba Empat

Ghozali, Imam. 2011. *Analisis Multivariate dengan Progam SPSS*. Edisi Ketujuh. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Kotler, Philip & Keller, Kevin L. 2009. *Manajemen*

Pemasaran. Edisi13 jilid 1. Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: Penerbit Erlangga.

_____. 2003. *Dasar-dasar Pemasaran Jilid 1 Edisi kesembilan*. Jakarta : PT Indeks Gramedia.

Mowen Jhon C. dan Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen.* Jilid Kedua. Alih Bahasa: Dwi Kartini. Jakarta: Erlangga

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods).* Bandung :Alfabeta

_____2012. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta

Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi .

_____. 2000. *Manajemen Jasa* .Yogyakarta : Penerbit Andi.