

ANALISIS PENGARUH LINGKUNGAN FISIK, HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA USAHA BARBERSHOP MENURUT PRESFEKTIF ISLAM(STUDI KASUS ADDICTED BARBERSHOP BANJARMASIN)

Maulana Azhar¹, Agus Purnomo², Abdul Wahab³

¹Ekonomi Syariah, 60202, Fakultas Studi Islam, Universitas Islam Kalimantan MAB, NPM 17510037

²Ekonomi Syariah, 60202, Fakultas Studi Islam, Universitas Islam Kalimantan MAB NIK. 061512850

³Ekonomi Syariah, 60202, Fakultas Studi Islam, Universitas Islam Kalimantan MAB NIK 0618111109

Email : maulanaazhar788@gmail.com

ABSTRAK

Latar belakang penelitian ini Menjaga penampilan diri bagian dari hal yang penting bagi seseorang. Saat ini menjaga penampilan bukan hanya wanita saja tetapi pria juga menjaga penampilan agar terlihat menarik dan rapi. Bahkan menjaga penampilan sudah menjadi kebutuhan bagi wanita dan pria adapun rumusan masalah sebagai berikut Bagaimana pengaruh kualitas lingkungan fisik terhadap Addicted Barbershop Banjarmasin dan Bagaimana pengaruh pandangan harga terhadap kepuasan pelanggan Addicted Barbershop Banjarmasin, dan Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap Addicted Barbershop Banjarmasin. Penelitian ini bertujuan Untuk menganalisis pengaruh kualitas lingkungan fisik terhadap Addicted barbershop Banjarmasin. Pengaruh pandangan harga terhadap kepuasan pelanggan Addicted barbershop Banjarmasin. Dalam penelitian ini memakai pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif yaitu penelitian matematika yang sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta hubungan-hubungannya Pada penelitian ini memakai metode Random Sampling yang menjadi populasi penelitian yaitu jumlah pelanggan Addicted Barbershop Banjarmasin dari bulan September-Maret 2021 sebanyak 1.717 pelanggan dan sampel 100 responden. Hasil Penelitian ini variabel lingkungan fisik tidak mempunyai hubungan pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, variabel harga tidak mempunyai hubungan pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, variabel kualitas pelayanan mempunyai hubungan pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : *Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Lingkungan Fisik*

ABSTRACT

This research is based Maintaining self-appearance is important for a person. Currently keeping the appearance of not only women but men also keep the appearance to look attractive and neat. Even maintaining appearance has become a necessity for women and men as for the formulation of the following problems How the influence of physical environmental quality on Addicted Barbershop Banjarmasin and How the influence of price perception on customer satisfaction Addicted Barbershop Banjarmasin, and How the influence of quality of service to Addicted Barbershop Banjarmasin. This study aims to analyze the influence of physical environmental quality on Addicted barbershop Banjarmasin. Influence of price perception on customer satisfaction Addicted barbershop Banjarmasin. In this study using quantitative approach. Quantitative research is a systematic mathematical research on parts and phenomena and their relationships In this study using random sampling method that became the research population is the number of customers Addicted Barbershop Banjarmasin from September-March 2021 as many as 1,717 customers and a sample of 100 respondents. The results of this study physical environment variables do not have a positive influence on customer satisfaction, price variables do not have a positive influence on customer satisfaction, service quality variables have a positive influence on customer satisfaction.

Keywords: *Price, Quality of Service, Customer Satisfaction, Physical Environment*

PENDAHULUAN

Penampilan diri adalah sesuatu yang penting bagi seorang individu untuk mengikuti. Menjaga penampilan saat ini tidak hanya untuk wanita, pria juga harus menjaga penampilannya agar terlihat menarik dan apik. Bagaimanapun, mengikuti penampilan saat ini adalah kebutuhan untuk semua jenis orang. Menjaga penampilan rambut adalah salah satu kebutuhan pria secara konsisten bagaimanapun juga. Saat ini Barbershop penting bagi sebuah organisasi yang menawarkan administrasi gaya rambut yang luar biasa untuk pria. Barbershop dianggap oleh pria memiliki pilihan untuk memberikan administrasi gaya rambut untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pria.¹

Barbershop sendiri dalam bahasa latin adalah barba (rambut wajah) jadi barbershop adalah seorang individu yang mempunyai tugas pokok untuk merapikan, mencerahkan, merawat, menata, dan mencukur rambut pria, lingkungan kerja tersebut dikenal dengan barbershop atau salon.²

Addicted barbershop banjarmasin adalah salah satu barbershop yang menerima peluang positif dalam pergantian peristiwa saat ini. Tempat pangkas rambut andalan penting bagi sebuah organisasi yang memberikan administrasi gaya rambut yang luar biasa kepada pria. Selain memberikan layanan tata rambut, Addicted barbershop juga menawarkan berbagai jenis bantuan perawatan rambut wajah dan kumis. Kualitas Lingkungan Fisik, kualitas pelayanan dan peralatan di barbershop Addicted cocok.

Terlihat pada tabel di bawah ini, jumlah informasi pelanggan Dependent Barbershop untuk waktu yang lama, September hingga Maret 2021. Sangat terlihat bahwa penurunan jumlah pelanggan Addicted Barbershop sesuai dengan penurunan dalam pendapatan Barbershop. Sangat baik dapat ditemukan dalam tabel di bawah ini:

Tabel 1
Data Pendapatan Addicted Barbershop Banjarmasin
Periode September 2020 – Maret 2021

Bulan	Pendapatan Service	Perubahan
September 2020	Rp. 9.575.000,-	-
Oktober 2020	Rp. 10.215.000,-	Rp. +640.000,-
November 2020	Rp. 11.200.000,-	Rp. +985.000,-
Desember 2020	Rp. 12.900.000,-	Rp +1.700.000,-
Januari 2021	Rp. 9.875.000,-	Rp. -3.025.000,-
Februari 2021	Rp. 10.086.000,-	Rp. +211.000,-
Maret 2021	Rp. 11.275.000,-	Rp. +1.189.000,-

Sumber: Addicted Barbershop Banjarmasin 2021

Pada tabel 1.2 cenderung terlihat bahwa dari bulan September 2020 sampai dengan Desember 2020 terjadi peningkatan dengan agregat sebesar Rp. 3.325.000,- . Kemudian, pada saat itu pada Januari 2021 berkurang sejumlah Rp. 300.000,- . Dari Februari 2021 ke Walk 2021 ada ekspansi sebesar Rp. 1.400.000,- .

Loyalitas konsumen sangat penting untuk faktor vital bagi kehadiran, kesesuaian, dan kemajuan organisasi. Saat ini, banyak organisasi semakin memahami pentingnya loyalitas konsumen dan melaksanakan prosedur untuk memberikan kepuasan kepada klien mereka.³

Sebagai aturan, pemenuhan adalah kecenderungan kegembiraan atau frustrasi orang-orang yang tersedia dengan alasan bahwa mereka berpikir tentang pelaksanaan item (atau hasil) yang

¹ Legazea Syifa Alala, Augusty Tae Ferdinand, “Memperkuat Keputusan Pembelian Jasa Urbancut Barbershop Melalui Mediasi Citra Toko”,(Diponegoro Journal Of Management, Vol. 06,No. 01, Tahun 2016), hal.16.

² Mike Rini Sutikno, *Fund Planning*, (Jakarta: Grasindo, 2009), hal. 75

³ Tjiptono, Fandy.*Strategi Pemasaran, Edisi II Cetakan Ketiga*.(Yogyakarta: Andi Offset, 2008), hal 116

bertentangan dengan asumsi mereka. Hipotesis yang menjelaskan misalnya kepuasan atau kekecewaan pembeli dibingkai, khususnya model diskonfirmasi harapan, yang mengungkap bahwa kepuasan dan kekecewaan sangat penting untuk efek korelasi antara asumsi pembeli sebelum membeli dan apa yang benar-benar diperoleh pelanggan dari barang yang dibeli. Jika kapasitas barang sangat bagus, pembeli akan terpenuhi.⁴

Lingkungan fisik sebenarnya penting untuk sekelompok layanan yang terdiri dari tiga segmen: kondisi ekologis, penataan ruang, dan desain dan bantalan tanda. Kondisi ekologi terdiri dari komponen yang berbeda seperti nada, cahaya, suhu, keributan, bau, dan musik, yang semuanya dapat mempengaruhi lima deteksi klien, pemahaman klien dan reaksi klien terhadap iklim. Penataan ruang terdiri dari rencana dan tindakan struktur, dan peralatan tergantung pada situasi selama interaksi bantuan.

Desain dan judul digunakan untuk memberikan suasana yang tepat dan mengarahkan klien saat menggunakan bantuan. Tata letak, di mana barang dan administrasi diberikan atau digunakan penting untuk variabel-variabel yang dapat mempengaruhi loyalitas konsumen, khususnya di bidang bantuan. Karena administrasi tidak salah lagi, pada umumnya, loyalitas konsumen dan penilaian dari layanan yang diberikan atau diperoleh bergantung pada sudut pandang substansial, khususnya bukti nyata atau iklim aktual.⁵

Hampir semua informan, tidak menggunakan produk asuransi untuk melindungi aset dan usaha mereka. “...Menurut Yasin: *sebenarnya beberapa Bank partner usaha kami juga menawarkan produk asuransi, tetapi tidak kami ambil*”.⁶

Bagaimanapun, analisis dan ide-ide secara konsisten datang dalam perjalanan pangkas rambut Addicted barbershop hingga saat ini. Sebagian besar, klien yang kecewa akan menyampaikan pengalaman buruk mereka kepada orang lain. Dengan asumsi setiap orang ini memberikan data kepada orang lain sekali lagi, berita buruk ini dapat berkembang secara dramatis. Anda dapat membayangkan betapa besar kemalangan karena ketidakmampuan untuk memenuhi asumsi klien. Menyampaikan administrasi yang berkualitas bergantung pada bagian pendukung. Dalam menawarkan jenis bantuan, perusahaan harus memiliki opsi untuk memperkenalkan Pengalaman Klien yang baik karena pengalaman buruk terkait layanan yang diberikan akan mendorong perubahan klien menjadi pesaing.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metodologi kuantitatif. Pemeriksaan kuantitatif adalah eksplorasi numerik yang teratur pada bagian-bagian dan keajaiban dan hubungannya. Motivasi di balik penelitian kuantitatif adalah untuk membuat dan menggunakan model numerik, spekulasi teoretis yang diidentifikasi dengan keajaiban biasa. Siklus estimasi adalah bagian fokus dari penelitian kuantitatif karena eksplorasi ini memberikan hubungan penting antara persepsi yang tepat eksperimental dan numerik dari hubungan kuantitatif.⁷

Dalam pengujian ini, populasi eksplorasi adalah jumlah klien Dependent Barbershop Banjarmasin dari September-Walk 2021 ke atas 1.717 klien. diubah oleh spesialis 100 responden. Maka dari perkiraan di atas, untuk mengetahui ukuran contoh dengan tingkat kesalahan 10%, yaitu di atas 100 klien. Untuk mengumpulkan informasi penelitian, ada beberapa teknik yang digunakan, antara lain Persepsi, Penyebaran survei atau polling, dan Dokumentasi.

HASIL PENELITIAN

⁴ Kotler Philip. *Manajemen Pemasaran*. (Hendra Teguh dan Ronny A. Rusli. Terjemahan. Jakarta: PT. Prehallindo. 2010), hal, 138.

⁵ Yonas Stefen, Efendi, “*Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lingkungan Fisik dan Kualitas Makanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Kampoenng Kita*”, (ULTIMA Management, Vol. 10, No.02, Desember 2018), hal. 144

⁶ Purnomo, A., dan Maulida, A. Z. (2017). “*Eksekusi Moneter Islami Antisipasi Pengusaha Muslim*” angkatan Gontor Yogyakarta. NUANSA: Buku Harian Eksplorasi Ilmu Sosial Keislaman, Vol.14 No. 1, hal. 119

⁷ Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian*. (Jakarta: Rineka Cipta, 2008). hal, 169.

1. Uji Validitas

Uji Validitas merupakan uji coba terhadap suatu alat penduga terhadap keabsahan atau kelemahan suatu alat penduga yang dapat dilihat dari r cek $>$ r tabel dengan laju yang sangat besar yaitu 0,05.

Tabel 2
Hasil Uji Validitas

No	Variabel		r Hitung	r Tabel	Keterangan
1.	Lingkungan Fisik(X1)	X1.1	0,581	$>0,196$	Valid
		X1.2	0,736	$>0,196$	Valid
		X1.3	0,453	$>0,196$	Valid
		X1.4	0,692	$>0,196$	Valid
2.	Harga(X2)	X2.1	0,499	$>0,196$	Valid
		X2.2	0,655	$>0,196$	Valid
		X2.3	0,736	$>0,196$	Valid
		X2.4	0,586	$>0,196$	Valid
		X2.5	0,485	$>0,196$	Valid
3.	Kualitas Pelayanan(X3)	X3.1	0,573	$>0,196$	Valid
		X3.2	0,602	$>0,196$	Valid
		X3.3	0,732	$>0,196$	Valid
		X3.4	0,618	$>0,196$	Valid
		X3.5	0,554	$>0,196$	Valid
		X3.6	0,573	$>0,196$	Valid
		X3.7	0,432	$>0,196$	Valid
4.	Kepuasan Pelanggan	Y1	0,745	$>0,196$	Valid
		Y2	0,511	$>0,196$	Valid
		Y3	0,634	$>0,196$	Valid
		Y4	0,432	$>0,196$	Valid
		Y5	0,746	$>0,196$	Valid
		Y6	0,609	$>0,196$	Valid
		Y7	0,644	$>0,196$	Valid
		Y8	0,254	$>0,196$	Valid
		Y9	0,686	$>0,196$	Valid
		Y10	0,675	$>0,196$	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 24.0, 2021

Dari tabel di atas, setiap pernyataan bernilai lebih dari R tabel, dimana R tabel dengan 5% blunder important dan $N-2 = 98$ adalah 0,196 dan ada juga yang bernilai tidak persis dengan nilai R tabel. Ini berarti bahwa setiap pernyataan yang diumumkan Sah dan Tidak Sah.

Dari tabel di atas, pernyataan Lingkungan Fisik dari X1.1, X1.2, X1.3, dan X1.4 dianggap sah mengingat fakta bahwa R cek lebih dari R tabel.

Dalam pernyataan Harga, khususnya dari X2.1, X2.2, X2.3, X2.4, dan X2.5 dianggap sah dengan alasan R cek lebih besar dari R tabel.

Dalam pernyataan Kualitas Pelayanan dari X3.1, X3.2, X3.3, X3.4, X3.5, X3.6, dan X3.7 4 seharusnya sah dengan alasan R cek lebih dari R tabel.

Dalam Pernyataan Kepuasan Pelanggan dari Y1, Y2, Y3, Y4, Y5, Y6, Y7, Y8, Y9, Y10 seharusnya cukup besar karena R cek lebih dari R tabel.

2. Uji Reabilitas

Tabel 3
Hasil Uji Reabilitas

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items

,748	,751	26
------	------	----

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 24.0, 2021

Hasil uji ketergantungan pada tabel 3 di atas menunjukkan bahwa harga koefisien Alpha dari faktor-faktor yang dimaksud menunjukkan variabel yang berbeda. Meskipun demikian, semua hal penegasan dari variabel otonom (X) dan variabel terikat (Y) memiliki harga koefisien Alpha Cronchbach di bawah 0,60. Hasil ini dapat diasumsikan bahwa semua instrumen pemeriksaan dapat dinyatakan reliabel dan dapat digunakan untuk analisis berikutnya.

3. Uji Prasyarat Analisis

a) Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 4
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	16,888	6,055		2,789	0,006
Lingkungan Fisik(X1)	-0,068	0,196	-0,030	-0,348	0,728
Harga(X2)	-0,067	0,176	-0,033	-0,382	0,703
Kualitas Pelayanan(X3)	0,854	0,135	0,544	6,345	0,000

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 24.0, 2021

a. Kepuasan Konsumen (Y)

Kondisi relaps di atas dapat menunjukkan hubungan antara faktor bebas dan variabel terikat, cenderung berakhir sebagai berikut:

- 1) Konstanta senilai 16,888, maka dapat diartikan bahwa jika tidak ada penyesuaian faktor-faktor lingkungan fisik, harga, dan kualitas pelayanan yang sebenarnya, maka loyalitas konsumen Addicted Barbershop adalah 16,888.
- 2) Nilai koefisien regresi pada variabel lingkungan fisik adalah - 0,068, artinya jika variabel lingkungan fisik (X_1) akan membawa perubahan pada loyalitas konsumen, sedangkan harga dan kualitas pelayanan dipandang sebagai konstanta. Sebuah pengurangan dalam variabel lingkungan fisik yang sebenarnya akan mengurangi loyalitas konsumen.
- 3) Nilai koefisien regresi pada variabel nilai adalah - 0,067, artinya jika variabel harga (X_2) akan membawa perubahan pada loyalitas konsumen, sedangkan lingkungan fisik dan kualitas pelayanan dipandang stabil. Penurunan variabel harga akan menurunkan loyalitas konsumen.
- 4) Nilai koefisien regresi pada variabel kualitas pelayanan adalah 0,854, menyiratkan bahwa jika variabel kualitas pelayanan (X_3), dengan cara ini mempengaruhi perubahan loyalitas konsumen, sedangkan lingkungan fisik dan harga dianggap tetap. Perluasan pada variabel kualitas pelayanan akan memperluas loyalitas konsumen.

b. Hasil Uji T (secara parsial)

- 1) Mendapat nilai Sig. Untuk pengaruh X_1 terhadap Y yang setara dengan $0,728 > 0,05$ dan nilai t cek adalah $- 0,348 < 1,66071$, sehingga cenderung disimpulkan bahwa H_{01} ditolak yang berarti tidak berpengaruh terhadap variabel lingkungan fisik dengan loyalitas konsumen (X_1 dengan Y).
- 2) Mendapat nilai Sig. Untuk pengaruh X_2 terhadap Y yaitu $0,703 > 0,05$ dan nilai t cek $- 0,382 < 1,66071$, sehingga cenderung dianggap H_{02} ditolak yang artinya tidak berpengaruh terhadap variabel harga dengan loyalitas konsumen (X_2 dengan Y).

- 3) Mendapat nilai Sig. Pengaruh X_3 terhadap Y sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t cek sebesar $6,345 > 1,66071$, sehingga cenderung dianggap H_{03} diakui yang berarti terdapat pengaruh antara variabel kualitas pelayanan dengan loyalitas konsumen (X_3 dengan Y).

c. Uji F

Tabel 5
Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Squares	F	Sig.
1	Regression	664,738	3	221,579	13,503	,000 ^b
	Residual	1575,372	96	16,410		
	Total	2240,110	99			

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 24.0, 2021

Berdasarkan hasil di atas, disadari bahwa pentingnya insentif bagi pengaruh X_1 , X_2 , dan X_3 selama ini terhadap Y adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai F yang ditentukan adalah $13,503 > 3,09$, sehingga sangat mungkin Disimpulkan bahwa H_3 diakui yang berarti ada pengaruh lingkungan fisik, harga, dan kualitas pelayanan sekaligus terhadap kepuasan pelanggan menggunakan manfaat gaya rambut Addicted Barbershop di Banjarmasin.

Tabel 6
Hasil Koefisien Determinan
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,545 ^a	0,297	0,275	4,051

- a. Predictors: (Constans), lingkungan fisik (X_1), harga (X_2), kualitas pelayanan (X_3)

Mengingat imbali hasil, nilai Changed R Square adalah 0,275. Hal ini cenderung disimpulkan bahwa pengaruh faktor lingkungan fisik, harga, dan kualitas pelayanan secara keseluruhan terhadap variabel kepuasan pelanggan sebesar 27,5%.

d. Uji Multikolonieritas

Tabel 7
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error				Tolerance	VIF
1	(Constant)	16,888	6,055		2,789	0,006		
	Lingkungan Fisik	-0,068	0,196	-0,030	-0,348	0,728	0,990	1,010
	Harga	-0,067	0,176	-0,033	-0,382	0,703	0,994	1,006
	Kualitas Pelayanan	0,854	0,135	0,544	6,345	0,000	0,995	1,005

Berdasarkan tabel 4.9, terlihat bahwa nilai Resistansi X_1 , X_2 , dan X_3 lebih diperhatikan daripada $> 0,10$, sehingga sangat baik dapat diuraikan bahwa tidak terdapat multikolonieritas. Untuk nilai VIF tidak tepat $< 10,00$ cenderung diartikan tidak terjadi multikolonieritas. Sehingga pengaruh lingkungan fisik (X_1), harga (X_2), dan kualitas pelayanan (X_3) terhadap kepuasan pelanggan (Y) tidak terjadi indikasi multikolonieritas.

e. Uji Normalitas

Tabel 8
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	3,98909169
Most Extreme Differences	Absolute	0,064
	Positive	0,042
	Negative	-0,064
Test Statistic		0,064
Asymp. Sig.(2-tailed)		,200 ^{c,d}

Mengingat efek samping dari tes biasa pada tabel di atas, sangat mungkin diperoleh bahwa nilai penting 0,200 lebih penting daripada 0,05, sangat mungkin beralasan bahwa nilai ujian yang tersisa disebarluaskan secara teratur.

B. Percakapan Hasil Eksplorasi

Dalam eksplorasi ini digunakan penelitian elucidating, khususnya suatu teknik yang menggambarkan pasang surut atau keajaiban masa lalu. Penelitian ini berencana untuk memutuskan dampak lingkungan fisik, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Addicted Barbershop di Banjarmasin. Percakapan dalam penyelidikan ini adalah sebagai berikut:

PEMBAHASAN

1. Pengaruh lingkungan fisik terhadap kepuasan pelanggan

Hasil investigasi menunjukkan bahwa lingkungan fisik aktual memiliki nilai kepentingan $0,728 > 0,05$ dan pada nilai $-0,348 < 1,66071$, spekulasi tersebut menyatakan bahwa tidak ada hubungan pasti antara lingkungan fisik dan kepuasan pelanggan yang memanfaatkan manfaat Addicted Barbershop di Banjarmasin Kota.

Lingkungan fisik secara fundamental mempengaruhi loyalitas konsumen. Seperti yang ditunjukkan oleh Bitner yang mengurutkan iklim aktual menjadi 3 pengukuran, khususnya:

Sebuah.

- Kondisi sekitar: terdiri dari suhu, keributan, musik, bau dan pencahayaan. Komponen-komponen ini mempengaruhi perasaan seseorang untuk bereaksi terhadap pemberian yang diberikan.
- Spasial/desain dan praktis: format spasial menyinggung bagaimana peralatan, perangkat keras dan furnitur diatur. Secara praktis, khususnya kapasitas hal-hal ini untuk bekerja dengan kepuasan pembeli dan tujuan yang representatif.
- Tanda, gambar, dan barang antik: objek yang digunakan untuk korespondensi yang disimpulkan atau tegas tentang tempat tertentu untuk mendukung klien.⁸

⁸ Yonas Stefen, Efendi, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lingkungan Fisik Dan Kualitas Makanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Kampoeng Kita". (ULTIMA Management Vol. 10 No. 02, Tahun

2. Pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan

Hasil dari pengujian ini menunjukkan bahwa variabel nilai memiliki kepentingan senilai $0,703 > 0,05$ dan pada nilai $-0,382 < 1,66071$, sehingga spekulasi menyatakan bahwa tidak berpengaruh positif terhadap hubungan nilai terhadap loyalitas konsumen dalam menggunakan administrasi *Dependent Barbershop* di kota Banjarmasin.

Menurut Tjiptono, menurut sudut pandang pembeli, biaya sering digunakan sebagai penunjuk nilai yang signifikan ketika biaya diidentikkan dengan manfaat nyata dari suatu barang atau jasa. Ketika klien membeli bantuan tertentu, mereka sering melihat manfaat yang mereka pahami akan diperoleh dari bantuan dengan nilai yang mereka pahami. Jika biaya nyata dari bantuan lebih menonjol daripada manfaat nyata, bantuan akan memiliki nilai bersih negatif. Pelanggan mungkin melihatnya sebagai nilai yang buruk dan kemudian, pada saat itu, akan mengurangi penggunaan produk tersebut.⁹

3. Pengaruh Kualitas Administrasi terhadap kepuasan pelanggan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas bantuan memiliki nilai kepentingan $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung sebesar $6,345 > 1,66071$, maka pada saat itu muncul spekulasi bahwa memiliki hubungan positif antara kualitas pelanggan dengan loyalitas konsumen. dalam kualitas pelanggan *Addicted Barbershop* di kota Banjarmasin.

Ada dua faktor yang mempengaruhi sifat kualitas layanan jasa, yaitu bantuan biasa dan bantuan nyata. Kualitas harus dimulai dengan kebutuhan klien dan diakhiri dengan pandangan klien. Ini berarti bahwa kualitas gambar yang layak tidak tergantung pada perspektif atau perspektif pada koperasi spesialis tetapi sesuai dengan perspektif klien. Kualitas pelayanan positif atau negatif merupakan kewajiban seluruh elemen organisasi. Dengan cara ini, terlepas dari apakah sifat administrasi bergantung pada kapasitas organisasi spesialis untuk memenuhi asumsi kliennya secara andal.¹⁰

PENUTUP

1. Tidak terdapat pengaruh positif lingkungan fisik terhadap kepuasan pelanggan penggunaan jasa *Addicted Barbershop* di kota Banjarmasin. Hal ini dibuktikan dari nilai t hitung sebesar $-0,348 < 1,66071$, nilai signifikansi $0,728 > 0,05$, dan nilai koefisien $-0,068$.
2. Tidak terdapat pengaruh positif harga terhadap kepuasan pelanggan penggunaan jasa *Addicted Barbershop* di kota Banjarmasin. Hal ini dibuktikan dari nilai t hitung sebesar $-0,382 < 1,66071$, nilai signifikansi $0,703 > 0,05$, dan nilai koefisien $-0,067$.
3. Tidak terdapat pengaruh positif harga terhadap kepuasan pelanggan penggunaan jasa *Addicted Barbershop* di kota Banjarmasin. Hal ini dibuktikan dari nilai t hitung sebesar $6,345 > 1,66071$, nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, dan nilai koefisien $0,854$.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian*. (Jakarta: Rineka Cipta, 2008). hal, 169.
- Kotler Philip. *Manajemen Pemasaran*. (Hendra Teguh dan Ronny A. Rusli. Terjemahan. Jakarta: PT. Prehallindo. 2010), hal, 138.
- Legazea Syifa Alala, Augusty Tae Ferdinand, “*Memperkuat Keputusan Pembelian Jasa Urbancut Barbershop Melalui Mediasi Citra Toko*”, (Diponegoro Journal Of Management, Vol. 06, No. 01, Tahun 2016), hal.16.
- Mike Rini Sutikno, *Fund Planning*, (Jakarta: Grasindo, 2009), hal. 75
- Tjiptono dan Chandra. “*Service Quality and Satisfaction*”. Edisi 2. (Andi, Yogyakarta. 2005). hal.66
- Tjiptono, F. *Manajemen Jasa Edisi Kedua*. (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2001), hal. 121
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran, Edisi II Cetakan Krtiga*. (Yogyakarta: Andi Offset, 2008), hal 116

2018), hal. 132

⁹ Tjiptono, F. *Manajemen Jasa Edisi Kedua*. (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2001), hal. 121

¹⁰ Tjiptono dan Chandra. “*Service Quality and Satisfaction*”. Edisi 2. (Andi, Yogyakarta. 2005). hal.66

- Yonas Stefen, Efendi, “*Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lingkungan Fisik dan Kualitas Makanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Kampoeng Kita*”, (ULTIMA Management, Vol. 10, No.02, Desember 2018), hal. 144
- Yonas Stefen, Efendi, “*Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lingkungan Fisik Dan Kualitas Makanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Kampoeng Kita*”. (ULTIMA Management Vol. 10 No. 02, Tahun 2018), hal. 132
- Purnomo, A., dan Maulida, A. Z. (2017). Eksekusi Moneter Islami Antisipasi Pengusaha Muslim angkatan Gontor Yogyakarta. NUANSA: Buku Harian Eksplorasi Ilmu Sosial Keislaman, Vol.14 No. 1, hal. 119.