

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LINGKUNGAN FISIK  
DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN  
(STUDI PADA *BARBERSHOP* URBAN CUT ERLANGGA)**



**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat  
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)  
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi  
Universitas Diponegoro

Disusun oleh:

**FARIS AIMAN AZHAR KUSUMA**

**NIM. 12010113120035**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG  
2017**

## **PERSETUJUAN SKRIPSI**

Nama Penyusun : Faris Aiman Azhar Kusuma

Nomor Induk Mahasiswa : 12010113120035

Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Manajemen

Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH KUALITAS LINGKUNGAN FISIK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Pada *Barbershop* Urban Cut Erlangga)**

Dosen Pembimbing : I Made Sukresna, SE., M.Si., Ph.D.

Semarang, 9 November 2017

Dosen Pembimbing

(I Made Sukresna, SE., M.Si., Ph.D.)

NIP. 19750125 200012 1001

## **PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN**

Nama Penyusun : Faris Aiman Azhar Kusuma

Nomor Induk Mahasiswa : 12010113120035

Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Manajemen

Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH KUALITAS LINGKUNGAN FISIK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Pada *Barbershop* Urban Cut Erlangga)**

**Telah dinyatakan lulus pada tanggal 13 Desember 2017**

Tim penguji

1. I Made Sukresna, SE., M.Si., Ph.D. (.....)
2. Dr. Farida Indriani, SE., MM. (.....)
3. Sri Rahayu Tri Astuti, SE., MM. (.....)

## **PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI**

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, Faris Aiman Azhar Kusuma, menyatakan bahwa skripsi dengan judul: **ANALISIS PENGARUH KUALITAS LINGKUNGAN FISIK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Pada *Barbershop* Urban Cut Erlangga)**, adalah tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan/atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin itu, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas, baik disengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijasah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 9 November 2017

Yang membuat pernyataan

(Faris Aiman Azhar Kusuma)

NIM. 12010113120035

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

“Orang tua mungkin tidak bisa memberi harta yang membuat kita kaya, tetapi orang tua bisa memberi ilmu yang membuat kita menjadi pintar”

“Barang siapa tidak dapat menahan lelahnya belajar, maka harus sanggup menahan perihnya kebodohan”

**(Imam Syafi’i)**

“Bahwa kesulitan yang menimpamu adalah obat untuk hidupmu, setelah itu akan menemukan kebaikan dibalik kesusahan yang menimpa kalian dan semua luka akan hilang dan diganti dengan keindahan sebagai balasan atas kesabaran kalian”

**(Syaikh Dr. Muhammad Said Ramadhan Al-Buthi)**

Skripsi ini dipersembahkan untuk

Mama, Papa dan Kedua Kakakku Tersayang

Yang senantiasa selalu bersabar dan berdoa untuk penulis

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine the factors that affect customer satisfaction on barbershop Urban Cut Erlangga. This is based on the problem on the barbershop Urban Cut Erlangga that there is a decline in the number of customers, decreased income and the existence of customer complaints. This research is done on barbershop Urban Cut Erlangga, the factors are physical environment quality, service quality, image, and perceived value.*

*The population of this study is all consumers who have used the service of haircut at Urban Cut Erlangga. Sampling technique used in this research is incidental sampling. With a total sample of 140 respondents. This study has seven hypotheses. Analyzer used in this research is Structural Equation Model (SEM).*

*The results of this study indicate that, the physical environment quality has a positive influence on the image, the physical environment quality has a positive influence on the perceived value, the service quality has a positive influence on the image, the service quality has a positive influence on the perceived value, the image has a positive effect on perceived value, the image has a positive effect on satisfaction, and the perceived value has a positive effect on satisfaction.*

***Keyword: Physical Environment Quality, Service Quality, Image, Perceived Value, and Satisfaction.***

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pada *barbershop* Urban Cut Erlangga. Hal ini dilandasi dengan adanya masalah pada barbershop Urban Cut Erlangga yaitu terdapat penurunan jumlah pelanggan, penurunan pendapatan dan adanya komplain pelanggan. Penelitian ini dilakukan pada barbershop Urban Cut Erlangga, faktor-faktor adalah kualitas lingkungan fisik, kualitas layanan, citra, dan nilai yang dirasakan.

Populasi penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah menggunakan jasa layanan potong rambut pada Urban Cut Erlangga. Teknik pengampilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *insidental sampling*. Dengan jumlah sampel sebanyak 140 responden. Penelitian ini memiliki tujuh hipotesis. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Model* (SEM).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, kualitas lingkungan fisik memiliki pengaruh positif terhadap citra, kualitas lingkungan fisik memiliki pengaruh positif terhadap nilai yang dirasakan, kualitas layanan memiliki pengaruh positif terhadap citra, kualitas layanan memiliki pengaruh positif terhadap nilai yang dirasakan, citra memiliki pengaruh positif terhadap nilai yang dirasakan, citra memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan, dan nilai yang dirasakan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan.

**Kata kunci: Kualitas Lingkungan Fisik, Kualitas Layanan, Citra, Nilai yang dirasakan, dan Kepuasan.**

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT Sang Penguasa Alam Semesta, yang Maha Pengasih, dan Maha Penyayang, yang telah memberi sebaik-baik nikmat berupa Iman dan Islam, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“ANALISIS PENGARUH KUALITAS LINGKUNGAN FISIK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Pada *Barbershop Urban Cut Erlangga*)”**. Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat kelulusan Program Sarjana (S1) Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini terdapat beberapa pihak yang terlibat, baik yang memberikan dorongan, semangat dan bimbingan serta bantuan. Maka dari itu penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Suharnomo, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
2. Bapak Dr. Harjum Muharam, S.E., M.E., selaku Ketua Departemen Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
3. Bapak I Made Sukresna, S.E., M.Si., Ph.D., selaku dosen pembimbing yang memberikan waktu, masukan, bantuan, semangat dan juga selalu sabar untuk membimbing penulis pada saat proses penyusunan skripsi ini.

4. Bapak Dr. H. Susilo Toto Rahardjo, S.E., M.T., selaku dosen wali penulis selama menempuh perkuliahan di Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang yang telah memberikan banyak ilmu pengetahuan yang sangat berguna bagi penulis.
6. Bapak dan Ibu Karyawan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang yang telah memberikan bantuan untuk penulis pada masa perkuliahan.
7. Kedua orang tua yang sangat saya sayangi, Bapak M. Wijaya Kusuma Kamil (Alm) dan Ibu Eni Rosiana yang selalu memanjatkan doa kepada Allah SWT, selalu memberikan arahan, dukungan, nasihat, semangat dan doa yang tiada hentinya kepada penulis.
8. Kedua kakak, Rifa dan Rafi yang menjadi penyemangat dan memberikan dukungan serta doa dalam menyelesaikan Program Sarjana (S1).
9. Pihak *Barbershop* Urban Cut yang bersedia menjadi objek penelitian.
10. Muhamad Sofi Zevananda, Maulana Rizky Wijaya dan Akbar Novalul Kamal selaku sahabat penulis yang telah memberikan motivasi dan selalu memberikan dukungan, bantuan, hiburan dan canda tawa selama 4 tahun ini.
11. Sahabat BTN (Bebas, Terserah, Ngikut) yaitu Rizki Warahma, Muhamad Sofi Zevananda, dan Khusnul Kotimah, selaku teman setia yang selalu

mendengarkan curhatan penulis, memberikan saran, selalu membantu penulis, memberikan dorongan, dan semangat.

12. Teman-teman Manajemen S1 angkatan 2013 yang tidak bisa di sebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan, kenangan dan selalu memberikan informasi selama perkuliahan.

13. Semua pihak yang secara tidak langsung ikut terlibat dalam proses penyusunan skripsi ini.

Penulis berharap semoga semua pihak yang disebutkan penulis diatas mendapatkan balasan dari Allah SWT dan senantiasa selalu di lindungi oleh-Nya. Skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan, sehingga penulis mengharapkan kritik dan saran. Semoga skripsi ini bermanfaat dan berguna.

Semarang, 9 November 2017

Penulis,

(Faris Aiman Azhar Kusuma)

NIM. 12010113120035

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN .....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
ABSTRAK .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I.....	1
1.1. Latar belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	8
1.3. Tujuan Penelitian.....	10
1.4. Manfaat penelitian.....	10
1.5. Sistematika Penulisan .....	11
BAB II.....	13
2.1 Landasan Teori .....	13
2.1.1. Pemasaran Jasa .....	13
2.1.2. Kepuasan Pelanggan (Satisfaction) .....	14
2.1.3. Citra (Image) .....	16
2.1.4. Nilai yang dirasakan (Perceived Value) .....	17
2.1.5. Kualitas Layanan (Service Quality).....	18
2.1.6. Kualitas Lingkungan Fisik (Physical Environment Quality) .....	21
2.2. Hubungan Antar Variabel .....	22
2.2.1 Hubungan Kualitas Lingkungan Fisik dengan Citra .....	22
2.2.2 Hubungan Kualitas Lingkungan Fisik dengan Nilai yang dirasakan	22

2.2.3	Hubungan Kualitas Layanan dengan Citra .....	23
2.2.4	Hubungan Kualitas Layanan dengan Nilai yang dirasakan .....	23
2.2.5	Hubungan Citra dengan Nilai yang dirasakan.....	24
2.2.6	Hubungan Citra dengan Kepuasan .....	25
2.2.7	Hubungan Nilai yang dirasakan dengan Kepuasan .....	25
2.3.	Peneliti Terdahulu.....	26
2.4.	Kerangka Pemikiran Teoritis.....	31
2.5.	Hipotesis.....	32
<b>BAB III.....</b>		<b>33</b>
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	33
3.1.1	Variabel Penelitian .....	33
3.1.2	Definisi Operasional Variabel.....	34
3.2	Populasi dan Sampel Penelitian.....	36
3.2.1	Populasi.....	36
3.2.2	Sampel.....	36
3.2.3	Penentuan Jumlah Sampel .....	37
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	37
3.3.1	Data Primer .....	37
3.3.2	Data Sekunder .....	37
3.4	Metode Pengumpulan Data .....	38
3.4.1	Kuesioner (Angket) .....	38
3.4.2	Metode Analisis Data.....	38
<b>BAB IV .....</b>		<b>47</b>
4.1.	Deskripsi Objek Penelitian.....	47
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	47
4.1.2	Gambaran Umum Responden .....	47
4.2.	Analisis Data SEM .....	49
4.2.1	Pengembangan Model Teoritis.....	49
4.2.2	Pengembangan Diagram Alur (Path Diagram) .....	49
4.2.3	Konversi Diagram Alur Kedalam Persamaan .....	51
4.2.4	Memilih Matriks Input dan Estimasi Model .....	53
4.2.5	Evaluasi Kriteria Goodness-of-Fit.....	71

4.2.6	Interpretasi dan Modifikasi Model .....	77
4.2.7	Pengujian Hipotesis .....	78
4.2.8	Analisis Direct Effect, Indirect Effect dan Total Effect .....	80
4.3.	Pembahasan.....	84
4.3.1.	H <sub>1</sub> : Kualitas Lingkungan Fisik Memiliki Pengaruh Positif Terhadap Citra	84
4.3.2.	H <sub>2</sub> : Kualitas Lingkungan Fisik Memiliki Pengaruh Positif Terhadap Perceived Value.....	85
4.3.3.	H <sub>3</sub> : Kualitas Layanan Memiliki Pengaruh Positif Terhadap Citra ..	85
4.3.4.	H <sub>4</sub> : Kualitas Layanan Memiliki Pengaruh Positif Terhadap Nilai yang dirasakan.....	86
4.3.5.	H <sub>5</sub> : Citra Memiliki Pengaruh Positif Terhadap Nilai yang dirasakan	87
4.3.6.	H <sub>6</sub> : Citra Memiliki Pengaruh Positif Terhadap Kepuasan.....	87
4.3.7.	H <sub>7</sub> : Nilai yang dirasakan Memiliki Pengaruh Positif Terhadap Kepuasan.....	88
BAB V	.....	89
5.1.	Kesimpulan.....	89
5.2.	Implikasi Teoritis.....	92
5.3.	Implikasi Manajerial .....	93
5.4.	Keterbatasan Penelitian.....	95
5.5.	Saran untuk Penelitian Mendatang .....	95
Daftar Pustaka	.....	97
LAMPIRAN A	.....	101
LAMPIRAN B	.....	107
LAMPIRAN C	.....	116
LAMPIRAN D	.....	122
LAMPIRAN E	.....	127

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Pelanggan <i>Barbershop</i> Urban Cut.....	3
Tabel 1.2	Data Pendapatan <i>Barbershop</i> Urban Cut.....	4
Tabel 1.3	Keluhan Pelanggan <i>Barbershop</i> Urban Cut.....	5
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	26
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel .....	35
Tabel 4.1	Distribusi Frekuensi Karakteristik Demografi Responden.....	48
Tabel 4.2	Persamaan <i>Measurement Model</i> .....	51
Tabel 4.3	<i>Sampel Covariance Estimate</i> .....	53
Tabel 4.4	Kriteria Goodnes of fit konstruk Kualitas Lingkungan Fisik...	55
Tabel 4.5	<i>Regression Weight</i> CFA Kualitas Lingkungan Fisik.....	55
Tabel 4.6	Kriteria Goodnes of fit konstruk Kualitas Layanan.....	57
Tabel 4.7	<i>Regression Weight</i> CFA Kualitas Layanan.....	57
Tabel 4.8	Kriteria Goodnes of fit konstruk Citra....	58
Tabel 4.9	<i>Regression Weight</i> CFA Citra.....	59
Tabel 4.10	Kriteria Goodnes of fit konstruk Nilai yang dirasakan.....	60
Tabel 4.11	<i>Regression Weight</i> CFA Nilai yang dirasakan.....	61
Tabel 4.12	Kriteria Goodnes of fit konstruk Kepuasan.....	62
Tabel 4.13	<i>Regression Weight</i> CFA Nilai .....	63
Tabel 4.14	Hasil Uji Fit CFA Variabel Eksogen.....	64
Tabel 4.15	<i>Regression Weight</i> CFA Variabel Eksogen.....	65
Tabel 4.16	Hasil Uji Fit CFA Variabel Endogen.....	66
Tabel 4.17	<i>Regression Weight</i> CFA Variabel Endogen.....	67
Tabel 4.18	Hasil Uji Fit Full Model.....	69
Tabel 4.19	<i>Regression Weight</i> CFA Full Model SEM.....	69
Tabel 4.20	Hasil Uji Normalitas .....	72
Tabel 4.21	Hasil <i>Mahalanobis</i> Distance.....	73
Tabel 4.22	Perhitungan Nilai <i>Variance Extracted</i> dan <i>Construct Reliability</i>	74

Tabel 4.23	<i>Standardized Regression Weight Variabel</i> .....	76
Tabel 4.24	<i>Standardized Residual Covariance Variabe</i> .....	78
Tabel 4.25	Uji Hipotesis.....	78
Tabel 4.26	Nilai <i>Direct Effect</i> .....	80
Tabel 4.27	Nilai <i>Indirect Effect</i> .....	82
Tabel 4.28	Nilai <i>Total Effect</i> .....	83
Tabel 5.1	Implikasi Teoritis.....	92
Tabel 5.2	Implikasi Manajerial.....	94

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran Teoritis.....	31
Gambar 3.1	Diagram Jalur.....	40
Gambar 4.1	Path Diagram.....	50
Gambar 4.2	<i>Confirmatory Factor Analysis</i> Kualitas Lingkungan Fisik.....	54
Gambar 4.3	<i>Confirmatory Factor Analysis</i> Kualitas Layanan.....	56
Gambar 4.4	<i>Confirmatory Factor Analysis</i> Citra.....	58
Gambar 4.5	<i>Confirmatory Factor Analysis</i> Nilai yang dirasakan.....	60
Gambar 4.6	<i>Confirmatory Factor Analysis</i> Kepuasan.....	62
Gambar 4.7	CFA Variabel Eksogen.....	64
Gambar 4.8	CFA Variabel Endogen.....	66
Gambar 4.9	Full Model SEM.....	68

## **DAFTAR LAMPIRAN**

LAMPIRAN A Data Kuesioner.....	101
LAMPIRAN B Daftar Jawaban Responden dan Pertanyaan Terbuka.....	107
LAMPIRAN C Analisis SEM Variabel.....	116
LAMPIRAN D Perhitungan CFA AMOS.....	122
LAMPIRAN E Analisis SEM Full Model.....	127

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar belakang

Menjaga penampilan diri merupakan 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. Salah satunya adalah menjaga penampilan rambut, setidaknya dalam kurun waktu satu bulan hingga satu bulan setengah sekali pria akan memotong rambut. *Barbershop* merupakan sebuah perusahaan yang menawarkan jasa layanan potong rambut khusus pria. Bagi pria *barbershop* dianggap dapat memberikan kebutuhan dan keinginan dalam layanan potong rambut (Abrial, 2015).

*Barbershop* menawarkan layanan jasa potong rambut dengan konsep yang lebih modern, baik tren gaya rambut masa kini maupun alat yang digunakan untuk memotong rambut. *Barbershop* memberikan pelayanan yang lebih privasi bagi pria dibandingkan salon yang kebanyakan wanita. Pelayanan *barbershop* tidak hanya menyediakan potong rambut saja tetapi juga memberikan pelayanan seperti *hair spa creambath*, *hair cosmetic*, dan *hair toning*, oleh karenanya *barbershop* sangat cocok dengan keinginan dan kebutuhan pria untuk melakukan perawatan rambut (Barbershop Urban Cut, 2017). Dalam hal ini memperlihatkan bahwa pria rela mengeluarkan biaya lebih untuk perawatan rambut.

Tingginya kesadaran pria untuk berpenampilan menarik dan rapi disetiap kesempatan, memberikan dampak yang positif pada perkembangan *barbershop* di

Indonesia. Fenomena tersebut membuat bisnis *barbershop* semakin mengalami peningkatan dan timbulnya persaingan ketat antara *barbershop* satu dengan *barbershop* lainnya. Rafikasari (2017) mengatakan tercatat saat ini terdapat 5.000 *barbershop* yang tersebar di seluruh Indonesia.

Tren *barbershop* di Indonesia menimbulkan hal positif bagi perkembangan bisnis *barbershop* di Semarang. Perkembangan bisnis *barbershop* di kota Semarang terlihat bersaing ketat, dengan banyak munculnya *barbershop-barbershop*. Tentunya sebagai bisnis yang bergerak di bidang jasa, perusahaan harus meningkatkan kualitas dan fasilitas yang disediakan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Salah satu *barbershop* yang mengambil peluang positif perkembangan ini adalah Urban Cut. Urban Cut merupakan perusahaan yang memberikan sebuah layanan potong rambut untuk kalangan pria. Urban Cut tidak hanya memberikan layanan perawatan rambut tetapi urban cut juga memberikan layanan untuk merapikan jenggot dan kumis. Urban Cut termasuk dalam *barbershop* eksklusif atau kalangan menengah keatas. Tentunya sebagai *barbershop* eksklusif harga yang ditawarkanpun lebih mahal dari *barbershop* lainnya. Hal tersebut sesuai dengan kualitas lingkungan fisik, kualitas pelayanan dan peralatan yang digunakan.

Tabel dibawah ini merupakan jumlah data konsumen *Barbershop* Urban Cut selama satu tahun April 2016 hingga Maret 2017.

**Tabel 1.1****Data Pelanggan *Barbershop* Urban Cut Tahun 2016 - 2017**

<b>Bulan</b>	<b>Total Pelanggan</b>	<b>Fluktuasi Jumlah Pelanggan</b>
April 2016	1365	
Mei 2016	1396	+ 31
Juni 2016	1295	- 101
Juli 2016	1196	- 99
Agustus 2016	1120	- 76
September 2016	1172	+ 52
Oktober 2016	1312	+ 140
November 2016	1169	- 143
Desember 2016	1254	+ 85
Januari 2017	1310	+ 56
Februari 2017	1260	- 50
Maret 2017	826	- 434

Sumber: *Barbershop* Urban Cut, 2017

Berdasarkan tabel 1.1 diatas terlihat bahwa *barbershop* Urban Cut mengalami peningkatan jumlah pelanggan dari bulan April tahun 2016 hingga bulan Mei tahun 2016 sebesar 31 pelanggan, pada bulan Juni 2016 hingga Agustus 2016 penurunan jumlah pelanggan dengan total pelanggan sebesar 276 pelanggan. Pada bulan September 2016 hingga bulan Oktober 2016 mengalami peningkatan dengan total pelanggan sebesar 192 pelanggan. Bulan selanjutnya mengalami penurunan sebesar 143 pelanggan. Pada bulan Desember 2016 hingga Januari 2017 mengalami peningkatan sebesar 141 pelanggan. Kemudian bulan Februari 2017 hingga Maret 2017 mengalami penurunan yang cukup signifikan dengan total sebesar 484 pelanggan.

Penurunan jumlah pelanggan *barbershop* Urban Cut juga sejalan dengan penurunan jumlah pendapatan *barbershop* Urban Cut. Hal ini dapat dilihat pada tabel 1.2

**Tabel 1.2**

**Data Pendapatan *Barbershop* Urban Cut April 2016 – Maret 2017**

<b>Bulan</b>	<b>Pendapatan Service</b>	<b>Perubahan</b>
April 2016	Rp. 50.485.000,-	-
Mei 2016	Rp. 46.215.000,-	Rp. -4.270.000,-
Juni 2016	Rp. 45,690,000,-	Rp. -525.000,-
Juli 2016	Rp. 45,310,000,-	Rp. -380.000,-
Agustus 2016	Rp. 50,850,000,-	Rp. +5.540.000,-
September 2016	Rp. 51,940,000,-	Rp. +1.090.000,-
Oktober 2016	Rp. 50,930,000,-	Rp. -1.010.000,-
November 2016	Rp. 50,340,000,-	Rp. -590.000,-
Desember 2016	Rp. 49,800,000,-	Rp. -540.000,-
Januari 2017	Rp. 49,690,000,-	Rp. -110.000,-
Februari 2017	Rp. 50,435,000,-	Rp. +745.000,-
Maret 2017	Rp. 48,805,000,-	Rp. -1.630.000,-

Sumber: *Barbershop* Urban Cut, 2017

Pada tabel 1.2 dapat dilihat bahwa pada bulan April 2016 hingga bulan Juli 2016 mengalami penurunan dengan total sebesar Rp. 5.175.000,-, pada bulan Agustus 2016 hingga September 2016 mengalami peningkatan sebesar Rp. 6.630.000,-. Kemudian pada bulan Oktober 2016 hingga Januari 2017 mengalami penurunan dengan total sebesar Rp. 2.250.000,-. Pada bulan Februari 2017

mengalami peningkatan sebesar Rp. 745.000,-. Kemudian pada bulan Maret 2017 mengalami penurunan kembali sebesar Rp. 1.630.000,-.

Selain mengalami penurunan jumlah pelanggan dan jumlah pendapatan, terdapat juga keluhan dari pelanggan *barbershop* Urban Cut. Berikut keluhan pelanggan dapat dilihat pada tabel 1.3.

**Tabel 1.3**

**Keluhan Pelanggan Barbershop Urban Cut**

No	Keluhan
1.	Kapster atau tukang potong rambut kurang ramah pada pelanggan
2.	Tempat duduk untuk antrian kurang pada saat kondisi ramai
3.	Hasil potongan tidak sesuai dengan keinginan pelanggan

Sumber: Data *Barbershop* Urban Cut 2017

Kepuasan konsumen merupakan hal yang penting bagi keberlangsungan bisnis pada bidang jasa. Hu *et al* (2009) berpendapat bahwa kepuasan merupakan reaksi emosional terhadap pengalaman produk atau layanan tertentu, dan reaksi emosional muncul dari persepsi konsumen tentang produk atau layanan yang dirasakan terhadap kinerja yang diharapkan. Apabila kinerja yang dirasakan melebihi harapan akan menghasilkan dampak positif, misalnya merasa senang atau puas, sebaliknya apabila kinerja kurang dari harapan akan menghasilkan dampak negatif misalnya kekecewaan. Namun jika perusahaan memiliki kemampuan untuk memberikan layanan berkualitas yang dapat memuaskan konsumen maka perusahaan dapat memperoleh keunggulan kompetitif. Kepuasan juga dapat

muncul sebagai respons tidak hanya pada satu pengalaman saja, namun juga pada serangkaian beberapa pengalaman yang berkepanjangan.

Citra adalah persepsi terhadap sebuah organisasi yang tercermin dalam memori atau benak pelanggan. (Wu *et al*, 2011). Menurut Nguyen dan Leblanc (1998) citra telah digambarkan sebagai pengetahuan subyektif, sebagai sikap, dan sebagai kombinasi karakteristik produk yang berbeda dari produk fisik namun tetap diidentifikasi dengan produk.

Kotler dan Keller (2009) mengatakan bahwa nilai yang dirasakan adalah nilai yang dirasakan oleh pelanggan yang didasarkan pada perbedaan antara keuntungan yang didapat dan biaya yang diasumsikan untuk pilihan yang berbeda. Chiou (2004) dalam penelitiannya mengatakan bahwa nilai yang dirasakan konsumen merupakan pendorong penting bagi kepuasan pelanggan pada penyedia jasa layanan. Menurut Andreassen dan Lindestad (1998), nilai yang dirasakan pelanggan secara positif terkait dengan kepuasan pelanggan pada industri jasa. Sehingga nilai yang dirasakan menjadi salah satu faktor penting terhadap kepuasan pelanggan.

Kualitas layanan adalah pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2006). Menurut Parasuraman *et al* (1988) kualitas layanan merupakan selisih antara harapan pelanggan dan kinerja yang dirasakan dari sebuah layanan. Sehingga dengan memberikan kualitas layanan yang tinggi perusahaan dapat meningkatkan keuntungan bagi perusahaan, terutama pada bidang jasa layanan.

Menurut Booms dan Bitner (1982) kualitas lingkungan fisik merupakan sekumpulan jasa yang terdiri dari tiga komponen: kondisi lingkungan, tata ruang, dan dekorasi serta tanda petunjuk arah. Kondisi lingkungan terdiri dari berbagai elemen seperti warna, cahaya, suhu, kebisingan, bau, dan musik yang semuanya mungkin berdampak pada lima indra pelanggan, perspsi pelanggan dan repson pelanggan terhadap lingkungan. Tata ruang terdiri dari desain dan penataan bangunan, dan peralatan sesuai kebutuhan pada saat proses layanan. Dekorasi dan petunjuk arah digunakan untuk menciptakan suasana yang sesuai dan mengarahkan pelanggan pada saat menggunakan layanan. Secara umum, tempat dimana produk dan servis diberikan atau digunakan merupakan faktor yang dapat memperngaruhi kepuasan pelanggan terutama pada bidang jasa. Karena jasa bersifat tidak nyata, maka pada umumnya kepuasan dan evaluasi pelanggan atas jasa yang diberikan atau diterima berdasarkan pada aspek-aspek yang bersifat nyata yaitu bukti fisik atau lingkungan fisik.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Hye dan Kim (2012) menunjukkan bahwa variabel kualitas lingkungan fisik memiliki pengaruh positif terhadap variabel citra, namun penelitian yang dilakukan oleh Ali *et al* (2013) menunjukkan bahwa variabel lingkungan fisik memiliki pengaruh positif signifikan terhadap variabel citra. Kemudian penelitian Hye dan Kim (2012) variabel kualitas layanan memiliki pengaruh negatif terhadap variabel nilai yang dirasakan sedangkan penelitian Zhang *et al* (2014) dan Kuo *et al* (2009) variabel kualitas layanan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap variabel nilai yang dirasakan. Hye dan Kim (2012) dalam penelitiannya bahwa variabel citra memiliki pengaruh negatif

terhadap variabel kepuasan, namun penelitian Singh (2015) menunjukkan bahwa variabel citra memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan, dan penelitian Hussain *et al* (2014) variabel citra memiliki pengaruh positif signifikan terhadap variabel kepuasan.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Lingkungan Fisik dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada *Barbershop* Urban Cut Erlangga).

## **1.2. Rumusan Masalah**

Dari latar belakang yang telah diuraikan, jasa potong rambut Urban Cut Erlangga memiliki permasalahan turunnya jumlah pelanggan dan pendapatan menurun. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel 1.1 dan tabel 1.2, pada tabel 1.1 terlihat bahwa pada bulan April tahun 2016 hingga bulan Mei tahun 2016 mengalami peningkatan sebesar 31 pelanggan, pada bulan Juni 2016 hingga Agustus 2016 penurunan jumlah pelanggan dengan total pelanggan sebesar 276 pelanggan. Pada bulan September 2016 hingga bulan Oktober 2016 mengalami peningkatan dengan total pelanggan sebesar 192 pelanggan. Bulan selanjutnya mengalami penurunan sebesar 143 pelanggan. Pada bulan Desember 2016 hingga Januari 2017 mengalami peningkatan sebesar 141 pelanggan. Kemudian bulan Februari 2017 hingga Maret 2017 mengalami penurunan yang cukup signifikan dengan total sebesar 484 pelanggan.

Kemudian pada tabel 1.2 terlihat bahwa pada bulan April 2016 hingga bulan Juli 2016 mengalami penurunan dengan total sebesar Rp. 5.175.000,-, pada bulan

Agustus 2016 hingga September 2016 mengalami peningkatan sebesar Rp. 6.630.000,-. Kemudian pada bulan Oktober 2016 hingga Januari 2017 mengalami penurunan dengan total sebesar Rp. 2.250.000,-. Pada bulan Februari 2017 mengalami peningkatan sebesar Rp. 745.000,-. Kemudian pada bulan Maret 2017 mengalami penurunan kembali sebesar Rp. 1.630.000,-.

Selain terdapat keluhan, penurunan pendapatan, dan pelanggan. Terdapat juga perbedaan penelitian yang dilakukan oleh para peneliti sebelumnya. Sehingga terdapat celah riset yang menarik untuk diteliti lebih lanjut dalam penelitian ini.

Berdasarkan uraian permasalahan tersebut, maka penulis dapat merumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas lingkungan fisik terhadap citra *Barbershop* Urban Cut?
2. Bagaimana pengaruh kualitas lingkungan fisik terhadap nilai yang dirasakan pelanggan *Barbershop* Urban Cut?
3. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap citra *Barbershop* Urban Cut?
4. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap nilai yang dirasakan pelanggan *Barbershop* Urban Cut?
5. Bagaimana pengaruh citra terhadap nilai yang dirasakan pelanggan *Barbershop* Urban Cut?
6. Bagaimana pengaruh citra terhadap kepuasan pelanggan *Barbershop* Urban Cut?

7. Bagaimana pengaruh nilai yang dirasakan terhadap kepuasan pelanggan *Barbershop Urban Cut*?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang disusun, penelitian ini dibuat dengan tujuan sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas lingkungan fisik terhadap citra *Barbershop Urban Cut*.
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas lingkungan fisik terhadap nilai yang dirasakan pelanggan *Barbershop Urban Cut*.
3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap citra *Barbershop Urban Cut*.
4. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap nilai yang dirasakan pelanggan *Barbershop Urban Cut*.
5. Untuk menganalisis pengaruh citra terhadap nilai yang dirasakan pelanggan *Barbershop Urban Cut*.
6. Untuk menganalisis pengaruh citra terhadap kepuasan pelanggan *Barbershop Urban Cut*.
7. Untuk menganalisis pengaruh nilai yang dirasakan terhadap kepuasan pelanggan *Barbershop Urban Cut*.

### **1.4. Manfaat penelitian**

Penelitian ini diharapkan memiliki beberapa manfaat teoritis maupun praktis sebagai berikut:

- a. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan wawasan bagi para akademisi di dalam perkuliahan terutama mengenai kualitas lingkungan fisik, kualitas layanan, citra perusahaan, nilai yang dirasakan, dan kepuasan pelanggan.
- b. Hasil dari penelitian ini dapat memberikan informasi dan faktor-faktor kepada jasa layanan *barbershop* Urban Cut yang berguna untuk meningkatkan pelayanan yang berkaitan dengan kualitas lingkungan fisik, kualitas layanan, citra perusahaan, nilai yang dirasakan, dan kepuasan pelanggan.

### **1.5. Sistematika Penulisan**

#### **BAB I: PENDAHULUAN**

Dalam bab I akan diuraikan mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

#### **BAB II: TELAAH PUSTAKA**

Dalam bab ini menjelaskan mengenai telaah pustaka yang menjelaskan mengenai variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian. Bab ini juga membahas mengenai penelitian terdahulu, kerangka pemikiran teoritis, dan hipotesis.

#### **BAB III: METODE PENELITIAN**

Dalam bab III ini berisi tentang variabel penelitian dan definisi operasional variabel, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, dan metode analisis.

#### BAB IV: HASIL DAN ANALISIS

Bab IV ini akan menjelaskan hasil dari penelitian yang telah dilakukan. Dalam bab ini akan diuraikan mengenai deskripsi objek penelitian, analisis data, dan interpretasi data.

#### BAB V: PENUTUP

Dalam bagian bab akhir ini berisi tentang simpulan dari penelitian, keterbatasan penelitian, dan saran untuk pihak yang terkait dengan penelitian.