

PENGARUH HARGA, *STORE ATMOSPHERE*, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SALON MEI-MEI MAKASSAR

Ferlin Hardi dan Dhyah Harjanti

Program Manajemen Bisnis, Program Studi Manajemen,
Fakultas Bisnis dan Ekonomi, Universitas Kristen Petra
Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya 60236

E-mail: ferlin.hardi@yahoo.com; dhyah@petra.ac.id

Abstrak—Kepuasan pelanggan dapat ditingkatkan dengan cara memperhatikan harga, *store atmosphere*, dan kualitas layanan. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh harga, *store atmosphere*, dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Salon Mei-Mei Makassar. Penelitian ini dilakukan pada 120 responden yang mengunjungi Salon Mei-Mei Makassar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif namun tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sementara *store atmosphere* dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata kunci: Harga, kepuasan pelanggan, kualitas layanan, *store atmosphere*.

PENDAHULUAN

Usaha jasa salon adalah bisnis yang menyediakan jasa perawatan rambut, wajah, kulit, dan lain-lain. Jasa yang ditawarkan oleh usaha jasa salon ini sangat diminati oleh kaum Wanita, karena wanita cenderung memiliki perhatian lebih terhadap perawatan diri serta penampilan. Salon Mei-Mei merupakan salon kecantikan yang terletak di Makassar dan menyediakan berbagai macam layanan seperti potong rambut, *spa*, *creambath*, lulur, pewarnaan, pelurusan rambut, *facial*, dan lain-lain. Layanan yang paling sering digunakan oleh pelanggan adalah *spa* dan *creambath*. Harga layanan di Salon Mei-Mei Makassar beragam tergantung dari layanan yang dipilih oleh pelanggan. Layanan yang paling murah adalah potong rambut dan yang paling mahal adalah pewarnaan dan pelurusan rambut.

Pada bulan Maret hingga Mei 2020, berbagai bidang usaha di Makassar termasuk Salon Mei-Mei diharuskan tutup karena pandemi Covid 19. Hal ini menyebabkan hilangnya sumber pendapatan Salon Mei-Mei. Di bulan Juni 2020, *new normal* mulai diterapkan sehingga usaha jasa salon sudah bisa beroperasi, namun tetap harus memperhatikan protokol kesehatan dengan ketat. Jumlah pelanggan yang datang jauh berkurang dibanding sebelum pandemi. Namun seiring dengan membaiknya kondisi pandemi, maka jumlah pelanggan mulai bertambah. Untuk menghadapi situasi *new normal*, Salon Mei-Mei tetap mempertahankan harga lama, walaupun bahan-bahan yang digunakan mengalami kenaikan harga akibat kelangkaan yang disebabkan oleh hambatan pengiriman di masa pandemi. Selain itu, Salon Mei-Mei ini juga menerapkan protokol kesehatan dengan menyediakan beberapa fasilitas seperti alat pengukur suhu, *hand sanitizer* dan tempat cuci tangan. Dengan

adanya berbagai fasilitas penerapan protokol kesehatan tersebut diharapkan dapat mengurangi kekhawatiran pelanggan sekaligus meningkatkan kepuasan pelanggan.

Sejumlah penelitian terdahulu mengatakan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh harga yang ditetapkan, *store atmosphere*, dan kualitas layanan yang diberikan pihak perusahaan (Kaura et al., 2015; Alfin & Nurdin, 2017; Rohaeni & Marwa, 2018; Zena & Hadisumarto, 2013). Penelitian ini akan fokus kepada pengaruh harga, *store atmosphere*, dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Salon Mei-Mei. Tiga variabel ini dipilih karena ingin mengetahui apakah harga yang ditetapkan, atmosfer dari salon tersebut, serta kualitas layanan yang diberikan Salon Mei-Mei sudah mampu memenuhi ekspektasi pelanggan.

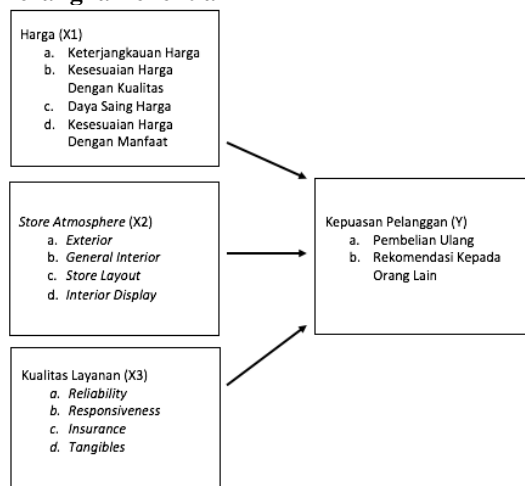
Harga merupakan salah satu pertimbangan bagi calon konsumen yang akan membeli barang atau memakai usaha jasa. Harga merupakan jumlah uang yang ditagih atas suatu barang atau jasa (Kotler & Armstrong, 2008). Calon konsumen akan mempertimbangkan apakah harga yang ditawarkan sudah sesuai dengan barang atau jasa yang disediakan suatu perusahaan. Jika harga sesuai dengan barang atau jasa yang diberikan, maka konsumen tidak ragu untuk melakukan transaksi ulang. Akibat pandemi Covid 19, pengeluaran Salon Mei-Mei mengalami peningkatan karena harga berbagai peralatan dan bahan-bahan yang digunakan mengalami kenaikan harga dan kelangkaan. Seharusnya Salon Mei-Mei perlu menaikkan harga agar dapat mempertahankan keuntungan usaha mereka. Namun Salon Mei-Mei enggan untuk menaikkan harga karena ingin mempertahankan pelanggan setia mereka. Harga layanan di Salon Mei-Mei Makassar tergolong lebih murah dari pesaing lainnya karena Salon Mei-Mei Makassar belum pernah menaikkan tarif layanan. Layanan dengan harga terendah adalah pemotongan rambut yaitu sekitar Rp.40.000 hingga Rp. 60.000. Layanan dengan harga termahal adalah pewarnaan rambut dan pelurusan rambut yaitu sekitar Rp. 400.000 hingga Rp. 1.000.000. Namun ada beberapa pelanggan yang merasa bahwa harga layanan di Salon Mei-Mei Makassar masih tergolong mahal.

Suasana atau *store atmosphere* yang diciptakan juga merupakan hal yang perlu diperhatikan dalam usaha jasa salon. Jika pelanggan merasa kurang nyaman dengan suasana salon yang mereka kunjungi maka dapat mengurangi minat pelanggan untuk mengunjungi kembali salon tersebut. *Store atmosphere* dirancang untuk memberikan kepuasan serta kenyamanan bagi pelanggan (Utami, 2010). *Store atmosphere* adalah sebuah unsur dari suatu toko yang berfungsi sebagai pembeda toko karena

setiap toko memiliki ciri khas dan penampilan yang berbeda (Kotler & Keller, 2007). Salon Mei-Mei Makassar dirancang dengan suasana yang berwarna ungu dan hal ini yang menjadi sebuah ciri khas dan perbedaan dari salon lainnya. Salon Mei-Mei juga menyediakan AC di dalam ruangan, namun saat jumlah pengunjung cukup banyak maka suhu ruangan menjadi lebih panas dan hal ini dapat mengurangi kenyamanan pelanggan.

Selain memperhatikan harga dan *store atmosphere*, salon juga perlu meningkatkan kualitas layanan. Menurut Kotler (2012), kualitas layanan adalah suatu kinerja yang ditawarkan oleh seseorang terhadap orang lain. Menurut Suwathi dan Anwar (2002), kualitas layanan adalah mutu dari suatu pelayanan yang diberikan pada pelanggan. Karyawan salon yang melayani pelanggan dengan baik dan sopan akan memberikan nilai tambah bagi salon tersebut. Memberikan pelayanan yang baik dapat membuat kesan yang baik sehingga konsumen merasa puas dan akan kembali menggunakan jasa tersebut. Di masa pandemi, karyawan Salon Mei-Mei Makassar juga selalu menerapkan protokol kesehatan dengan menjaga kebersihan dan menggunakan masker saat melayani pelanggan sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan kualitas layanan.

Kerangka Penelitian



METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah harga, *store atmosphere*, dan kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Salon Mei-Mei. Dengan adanya masalah tersebut, maka penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Menurut Ansori (2020), metode penelitian kuantitatif adalah penelitian yang terstruktur dan mengkuantifikasikan data untuk dapat digeneralisasikan. Penelitian kuantitatif banyak menggunakan angka saat mengumpulkan data, penafsiran terhadap data, dan saat menampilkan hasilnya.

Populasi dan Sampel

Populasi dari penelitian ini adalah pelanggan Salon Mei-Mei. Penentuan sampel dilakukan dengan teknik purposive sampling, dimana kriteria sampel yang digunakan adalah pelanggan yang berkunjung ke Salon Mei-Mei minimal dua kali dalam periode enam bulan terakhir dan berusia minimal 17 tahun.

Sumber Data

Sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer. Data primer dalam penelitian ini berupa jawaban responden terhadap kuesioner yang diberikan. Jawaban responden berupa data responden dan jawaban yang terkait dengan variabel penelitian yaitu harga, *store atmosphere*, kualitas layanan, dan kepuasan pelanggan.

Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data pada penelitian ini yaitu melalui penyebaran kuesioner terhadap pelanggan Salon Mei-Mei. Kuesioner merupakan pengumpulan data melalui pertanyaan-pertanyaan dari peneliti yang akan dijawab oleh responden untuk kebutuhan penelitian. Kuesioner pada penelitian ini dilakukan secara *offline* yang kemudian dibagikan kepada pelanggan Salon Mei-Mei Makassar. Kuesioner yang telah diisi oleh responden akan diolah menggunakan *Statistical Product and Service Solutions* atau *SPSS*. Skala pengukuran pada penelitian ini adalah skala *likert* dengan angka 1-5 (sangat tidak setuju-sangat setuju).

Teknik Analisis Data

Sebelum melakukan analisis data, terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan reliabilitas.

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sah atau tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dianggap sah atau valid apabila pertanyaan dalam kuesioner dapat mengungkapkan sesuatu yang akan diukur pada kuesioner tersebut. Suatu indikator dianggap valid apabila nilai signifikansi korelasi $< 0,05$ (Ghozali, 2016).

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel penelitian (Ghozali, 2016). Kuesioner akan dianggap reliabel atau handal apabila jawaban pada kuesioner tersebut konsisten dan stabil dari waktu ke waktu. Suatu variabel dikatakan reliabel apabila memberikan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$ (Ghozali, 2016).

Analisis Statistik Deskriptif

Menurut Ghozali (2016), analisis statistik deskriptif merupakan teknik yang dapat memberikan informasi mengenai data yang dilihat dari rata-rata (mean), standar deviasi, maksimum, dan minimum. Analisis ini digunakan untuk menghitung nilai rata-rata dari jawaban responden yang mengisi kuesioner. Kategori mean pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1.00 – 1.80: Sangat Rendah
- 1.81 – 2.60: Rendah
- 2.61 – 3.40: Sedang
- 3.41 – 4.20: Tinggi
- 4.21 – 5.00: Sangat Tinggi

Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan pengujian regresi berganda, dilakukan pengujian asumsi klasik, yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah variabel dependen dan variabel independen memiliki distribusi normal atau tidak normal. Hasil uji statistik akan mengalami penurunan jika suatu variabel tidak berdistribusi secara normal (Ghozali, 2016). Uji

normalitas yang digunakan pada penelitian ini adalah *Kolmogorov-smirnov*. Sebuah data akan berdistribusi normal apabila nilai *sig.* > 0,05. Sedangkan apabila nilai *sig.* < 0,05 maka data tidak berdistribusi normal. Data berdistribusi normal menunjukkan bahwa sampel telah mewakili populasi.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel *independent* atau variabel bebas (Ghozali, 2016). Uji ini dilihat dari nilai *tolerance* dan *variance inflation factors* (VIF). Data yang baik adalah data yang variabel independennya memiliki VIF kurang dari 10. Apabila VIF kurang dari 10 maka dinyatakan tidak terdapat multikolinearitas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan di penelitian untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan *variance* dalam model regresi dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain (Ghozali, 2016). Apabila varian dari nilai residual satu pengamatan ke pengamatan lain bersifat tetap maka hal ini disebut homokedastisitas, sedangkan apabila berbeda maka hal ini disebut heterokedastisitas. Data yang baik adalah data yang model regresinya homokedastisitas dengan nilai *sig.* > 0,05.

Uji Regresi Linear Berganda

Uji regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan sebab akibat dari variabel independen terhadap variabel dependen. Penelitian ini menggunakan uji regresi linear berganda karena variabel independen pada penelitian ini lebih dari satu.

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y= kepuasan pelanggan

α = konstanta

b_1 = koefisien regresi X_1

b_2 = koefisien regresi X_2

b_3 = koefisien regresi X_3

X_1 = Harga

X_2 = *Store Atmosphere*

X_3 = Kualitas Layanan

e = *error term*

Uji Hipotesis

1. Uji F

Uji kelayakan model digunakan untuk mengukur ketepatan fungsi regresi sampel dalam menafsirkan nilai aktual secara statistik (Ghozali, 2016). Uji F ini menggunakan *two-tailed test* dengan nilai *critical t-statistic value* sebesar 1,96. Apabila nilai probabilitas *F* hitung *sig.* < 0,05 maka hal ini menunjukkan bahwa model ini layak digunakan dan hipotesis diterima. Sebaliknya, apabila nilai probabilitas *F* hitung *sig.* > 0,05 maka model tidak layak digunakan atau hipotesisnya ditolak.

2. Uji t

Uji *t* dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh satu variabel independen dalam menerangkan variabel dependen (Ghozali, 2016). Uji *t* ini menggunakan *two-tailed test* dengan nilai *critical t-statistic value* sebesar 1,96. Variabel yang memiliki nilai *critical t-statistic value* lebih dari 1,96 maka variabel independen dinyatakan berpengaruh signifikan, sedangkan apabila nilai *critical t-statistic value* kurang dari 1,96 maka variabel independen tidak berpengaruh

signifikan terhadap variabel dependen. Apabila nilai *p-value* < 0,05 maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai *p-value* > 0,05 maka variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sah atau tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dianggap sah atau valid apabila pertanyaan dalam kuesioner dapat mengungkapkan sesuatu yang akan diukur pada kuesioner tersebut. Berikut adalah hasil uji validitas variabel penelitian ini.

Tabel 1

Hasil Uji Validitas Variabel Harga

Item	Pernyataan	Pearson Correlation		Keterangan
		Nilai	Sig.	
X1.1	Harga yang ditawarkan Salon Mei-Mei Makassar terjangkau.	0,765	0,000	Valid
X1.2	Harga yang ditetapkan Salon Mei-Mei Makassar sudah sesuai dengan kualitas jasa yang diberikan.	0,777	0,000	Valid
X1.3	Harga yang ditetapkan Salon Mei-Mei Makassar sudah sesuai dengan pesaing lainnya.	0,788	0,000	Valid
X1.4	Harga yang ditetapkan Salon Mei-Mei Makassar sudah sesuai dengan manfaat jasa yang diberikan.	0,737	0,000	Valid

Terdapat empat item pernyataan pada angket variabel harga. Tabel 1 menunjukkan bahwa nilai signifikansi korelasi sebesar 0,000 di setiap pernyataan. Pernyataan dikatakan valid apabila tingkat signifikansi korelasi < 0,05. Oleh karena itu, pernyataan angket pada variabel harga dinyatakan valid.

Terdapat sepuluh item pernyataan pada angket variabel *store atmosphere*. Tabel 2 berikut menunjukkan bahwa nilai signifikansi korelasi sebesar 0,000 di setiap pernyataan. Pernyataan dikatakan valid apabila tingkat signifikansi korelasi < 0,05. Oleh karena itu pernyataan angket pada variabel *store atmosphere* dinyatakan valid.

Tabel 2

Hasil Uji Validitas Variabel *Store Atmosphere*

Item	Pernyataan	Pearson correlation		Keterangan
		Nilai	Sig.	
X2.1	Letak papan nama Salon Mei-Mei Makassar mudah dilihat.	0,594	0,000	Valid
X2.2	Desain papan nama Salon Mei-Mei Makassar menarik.	0,691	0,000	Valid
X2.3	Tempat parkir yang disediakan Salon Mei-Mei Makassar tertata dengan baik.	0,547	0,000	Valid
X2.4	Desain bagian depan Salon Mei-Mei Makassar menarik.	0,572	0,000	Valid
X2.5	Pencahayaannya di dalam ruangan menarik.	0,517	0,000	Valid
X2.6	Aroma di dalam ruangan terasa nyaman.	0,498	0,000	Valid
X2.7	Suhu udara di dalam ruangan terasa nyaman.	0,374	0,000	Valid
X2.8	Ruangan salon terasa luas.	0,629	0,000	Valid
X2.9	Tata letak perabotan di dalam ruangan sudah tertata dengan rapi.	0,583	0,000	Valid
X2.10	Warna <i>wallpaper</i> serasi dengan perabotan di dalam ruangan.	0,446	0,000	Valid

Tabel 3
Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan

Item	Pernyataan	Pearson correlation		Keterangan
		Nilai	Sig.	
X3.1	Karyawan Salon Mei-Mei Makassar mampu memberikan layanan dengan akurat.	0,737	0,000	Valid
X3.2	Karyawan Salon Mei-Mei Makassar mampu memberikan layanan dengan konsisten.	0,784	0,000	Valid
X3.3	Karyawan Salon Mei-Mei Makassar bersikap ramah.	0,714	0,000	Valid
X3.4	Karyawan Salon Mei-Mei Makassar bersikap tanggap.	0,752	0,000	Valid
X3.5	Karyawan Salon Mei-Mei Makassar mampu meyakinkan saya mengenai jasa yang diberikan.	0,612	0,000	Valid
X3.6	Karyawan Salon Mei-Mei Makassar mampu melakukan komunikasi dengan baik dan sopan.	0,735	0,000	Valid
X3.7	Karyawan Salon Mei-Mei Makassar dapat memahami kebutuhan saya dengan baik.	0,729	0,000	Valid
X3.8	Karyawan Salon Mei-Mei Makassar berpenampilan menarik.	0,784	0,000	Valid
X3.9	Penampilan fisik fasilitas Salon Mei-Mei Makassar menarik.	0,781	0,000	Valid
X3.10	Peralatan dan sarana prasarana lainnya sudah lengkap.	0,580	0,000	Valid

Terdapat sepuluh item pernyataan pada angket variabel kualitas layanan. Tabel 3 di atas menunjukkan bahwa nilai signifikansi korelasi sebesar 0,000 di setiap pernyataan. Pernyataan dikatakan valid apabila tingkat signifikansi korelasi > 0,05. Oleh karena itu pernyataan angket pada variabel kualitas layanan dinyatakan valid.

Tabel 4
Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan

Item	Pernyataan	Pearson Correlation		Keterangan
		Nilai	Sig.	
Y.1	Saya akan berkunjung kembali ke Salon Mei-Mei Makassar di kemudian hari.	0,902	0,000	Valid
Y.2	Saya akan merekomendasikan Salon Mei-Mei Makassar kepada kenalan saya.	0,898	0,000	Valid

Terdapat dua item pernyataan pada angket variabel kepuasan pelanggan. Tabel 4 di atas menunjukkan bahwa nilai signifikansi korelasi sebesar 0,000 di setiap pernyataan. Pernyataan dikatakan valid apabila tingkat signifikansi korelasi < 0,05. Oleh karena itu pernyataan angket pada variabel kepuasan pelanggan dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel penelitian. Berikut merupakan hasil uji reliabilitas terhadap empat variabel penelitian ini.

Tabel 5
Hasil Uji Reliabilitas Variabel

Variabel	Cronbach's Alpha	N (Jumlah item)	Keterangan
Harga	0,766	4	Reliabel
Store Atmosphere	0,733	10	Reliabel
Kualitas Layanan	0,897	10	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,766	2	Reliabel

Variabel penelitian dianggap reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6. Dari tabel 5 di atas dapat

dilihat bahwa nilai *Cronbach's Alpha* dari masing-masing variabel lebih dari 0,6. Hal ini menunjukkan bahwa keempat variabel penelitian ini reliabel.

Profil Responden

Responden pada penelitian ini adalah 120 pelanggan Salon Mei-Mei. Berikut adalah hasil deskripsi dari profil responden pada penelitian ini. Mayoritas responden adalah perempuan (89,2%), berpendidikan terakhir diploma/S1/S2/S3 (56,7%) dan berusia 29-40 tahun (52,8%). Meskipun varian profesi responden tersebar cukup merata, namun terlihat profesi pelanggan yang terbesar adalah sebagai ibu rumah tangga (23,3%).

Analisa Deskriptif Mean

Analisa deskriptif *mean* digunakan untuk melihat rata-rata dari jawaban responden mengenai pertanyaan-pertanyaan kuesioner pada penelitian ini. Berikut adalah hasil dari analisis deskriptif penelitian ini.

Tabel 6
Analisis Mean Variabel Harga

Item	Pernyataan	Mean	Kategori	Standar Deviasi
X1.1	Harga yang ditawarkan Salon Mei-Mei Makassar terjangkau.	3,57	Tinggi	1,20
X1.2	Harga yang ditetapkan Salon Mei-Mei Makassar sudah sesuai dengan kualitas jasa yang diberikan.	3,52	Tinggi	1,20
X1.3	Harga yang ditetapkan Salon Mei-Mei Makassar sudah sesuai dengan pesaing lainnya.	3,37	Sedang	1,27
X1.4	Harga yang ditetapkan Salon Mei-Mei Makassar sudah sesuai dengan manfaat jasa yang diberikan.	3,35	Sedang	1,20
	Nilai mean keseluruhan	3,45	Tinggi	1,22

Tabel 6 di atas menunjukkan hasil *mean* dari seluruh item pernyataan variabel harga sebesar 3,45 dengan kategori tinggi. Hal ini menandakan bahwa responden merasa bahwa harga dari Salon Mei-Mei Makassar sudah terjangkau dan sesuai dengan kualitas jasa yang diberikan. Nilai rata-rata pada variabel harga lebih besar dari standar deviasi, hal ini menandakan bahwa kualitas data dinyatakan baik.

Tabel 7
Analisis Mean Variabel Store Atmosphere

Item	Pernyataan	Mean	Kategori	Standar Deviasi
X2.1	Letak papan nama Salon Mei-Mei Makassar mudah dilihat.	2,70	Sedang	1,35
X2.2	Desain papan nama Salon Mei-Mei Makassar menarik.	2,58	Rendah	1,17
X2.3	Tempat parkir yang disediakan Salon Mei-Mei Makassar tertata dengan baik.	2,69	Sedang	1,11
X2.4	Desain bagian depan Salon Mei-Mei Makassar menarik.	2,68	Sedang	1,24
X2.5	Pencahayaannya di dalam ruangan menarik.	2,67	Sedang	1,30
X2.6	Aroma di dalam ruangan terasa nyaman.	2,61	Sedang	1,17
X2.7	Suhu udara di dalam ruangan terasa nyaman.	2,85	Sedang	1,34
X2.8	Ruangan salon terasa luas.	2,77	Sedang	1,27
X2.9	Tata letak perabotan di dalam ruangan sudah tertata dengan rapi.	2,69	Sedang	1,27
X2.10	Warna wallpaper serasi dengan perabotan di dalam ruangan.	2,78	Sedang	1,33
	Nilai mean keseluruhan	2,70	Sedang	1,26

Tabel 7 menunjukkan hasil *mean* dari seluruh item pernyataan variabel *store atmosphere* sebesar 2,70 dengan kategori sedang. Hal ini menunjukkan bahwa responden merasa cukup dengan *store atmosphere* Salon Mei-Mei Makassar. Nilai *mean* terendah yaitu 2,58 dengan item pernyataan “Desain papan nama Salon Mei-Mei Makassar menarik” yang berarti responden tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Nilai rata-rata pada variabel *store atmosphere* lebih besar dari standar deviasi, hal ini menandakan bahwa kualitas data dinyatakan baik.

Tabel 8
Analisis Mean Variabel Kualitas Layanan

Item	Pernyataan	Mean	Kategori	Standar Deviasi
X3.1	Karyawan Salon Mei-Mei Makassar mampu memberikan layanan dengan akurat.	2,63	Sedang	1,39
X3.2	Karyawan Salon Mei-Mei Makassar mampu memberikan layanan dengan konsisten.	2,62	Sedang	1,27
X3.3	Karyawan Salon Mei-Mei Makassar bersikap ramah.	2,68	Sedang	1,11
X3.4	Karyawan Salon Mei-Mei Makassar bersikap tanggap.	2,74	Sedang	1,25
X3.5	Karyawan Salon Mei-Mei Makassar mampu meyakinkan saya mengenai jasa yang diberikan.	2,90	Sedang	1,24
X3.6	Karyawan Salon Mei-Mei Makassar mampu melakukan komunikasi dengan baik dan sopan.	2,68	Sedang	1,18
X3.7	Karyawan Salon Mei-Mei Makassar dapat memahami kebutuhan saya dengan baik.	2,64	Sedang	1,43
X3.8	Karyawan Salon Mei-Mei Makassar berpenampilan menarik.	2,68	Sedang	1,34
X3.9	Penampilan fisik fasilitas Salon Mei-Mei Makassar menarik.	2,96	Sedang	1,25
X3.10	Peralatan dan sarana prasarana lainnya sudah lengkap.	2,71	Sedang	1,23
	Nilai <i>mean</i> keseluruhan	2,72	Sedang	1,27

Tabel 8 di atas menunjukkan hasil *mean* dari seluruh item pernyataan variabel kualitas layanan sebesar 2,72 dengan kategori sedang. Hal ini menandakan bahwa kualitas layanan Salon Mei-Mei Makassar sudah cukup baik, namun sebaiknya ditingkatkan lagi agar pelanggan bisa lebih puas dengan layanan yang diberikan. Nilai rata-rata pada variabel kualitas layanan lebih besar dari standar deviasi, hal ini menandakan bahwa kualitas data dinyatakan baik.

Tabel 9
Analisis Mean Variabel Kepuasan Pelanggan

Item	Pernyataan	Mean	Kategori	Standar Deviasi
Y.1	Saya akan berkunjung kembali ke Salon Mei-Mei Makassar di kemudian hari.	3,02	Sedang	1,33
Y.2	Saya akan merekomendasikan Salon Mei-Mei Makassar kepada kenalan saya.	3,13	Sedang	1,30
	Nilai <i>mean</i> keseluruhan	3,08	Sedang	1,31

Tabel 9 di atas menunjukkan hasil *mean* dari seluruh item pernyataan variabel kepuasan pelanggan sebesar 3,08 dengan kategori sedang. Dari hasil *mean* variabel kepuasan pelanggan, dapat dilihat bahwa pelanggan merasa cukup puas dengan layanan yang diberikan oleh Salon Mei-Mei Makassar karena responden berkunjung kembali dan merekomendasikan kepada kenalan mereka. Nilai rata-rata pada variabel kepuasan

pelanggan lebih besar dari standar deviasi, hal ini menandakan bahwa kualitas data dinyatakan baik.

Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah variabel dependen dan variabel independen memiliki distribusi normal atau tidak normal. Uji normalitas yang digunakan pada penelitian ini adalah *Kolmogorov-smirnov*. Berikut adalah hasil uji normalitas penelitian ini.

Tabel 10
Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		120
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.25877366
Most Extreme Differences	Absolute	.086
	Positive	.083
	Negative	-.086
Kolmogorov-Smirnov Z		.086
Asymp. Sig. (2-tailed)		.079

Sebuah data akan berdistribusi normal apabila nilai *sig.* > 0,05. Sedangkan apabila nilai *sig.* < 0,05 maka data tidak berdistribusi normal. Data berdistribusi normal apabila sampelnya telah mewakili populasi. Berdasarkan tabel 10 di atas dapat dilihat bahwa nilai signifikansi sebesar 0,079 yang berarti data penelitian ini berdistribusi normal dan telah mewakili populasi.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel *independent* atau variabel bebas. Uji ini dilihat dari nilai *tolerance* dan *variance inflation factors* (VIF). Data diterima apabila nilai VIF < 10. Berikut adalah hasil uji multikolinearitas pada penelitian ini.

Tabel 11
Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	VIF
Harga	1,092
Store Atmosphere	1,032
Kualitas Layanan	1,101

Tabel 11 di atas menunjukkan hasil uji multikolinearitas dari tiga variabel independen. Dapat dilihat bahwa semua variabel independen memiliki nilai VIF < 10. Hal ini menandakan bahwa dalam model regresinya tidak terjadi gejala multikolinearitas. Data yang baik adalah data yang tidak terjadi gejala multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan di penelitian untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan *variance* dalam model regresi dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah model yang memiliki nilai signifikansi > 0,05.

Tabel 12
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.
Harga	0,892
Store Atmosphere	0,054
Kepuasan Pelanggan	0,714

Tabel 12 di atas menunjukkan hasil uji heteroskedastisitas dari tiga variabel independen. Data yang baik adalah data yang model regresinya tidak heteroskedastisitas dengan nilai *sig.* > 0,05. Hasil uji heteroskedastisitas pada tabel 12 menunjukkan nilai *sig.* variabel harga sebesar 0,892, variabel *store atmosphere* sebesar 0,054, dan variabel kepuasan pelanggan sebesar 0,714. Hal ini menandakan bahwa model regresi penelitian ini tidak terdapat heterostedastisitas.

Regresi Linear Berganda

Uji regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan sebab akibat dari variabel independen terhadap variabel dependen. Berikut adalah hasil analisis regresi liner berganda pada variabel penelitian ini.

Tabel 13
Hasil Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized		Standardized	t	Sig. (2-tailed)
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(constant)	2,611	1,241		2,105	0,037
Harga	0,010	0,059	0,016	0,176	0,861
Store Atmosphere	0,071	0,031	0,205	2,289	0,024
Kualitas Layanan	0,054	0,024	0,208	2,244	0,027

Tabel 13 di atas menunjukkan hasil analisis regresi berganda. Hasil dari tabel di atas menghasilkan model persamaan sebagai berikut.

$$Y = 2,611 + 0,010X_1 + 0,071X_2 + 0,051X_3$$

Keterangan:

X_1 = harga

X_2 = *store atmosphere*

X_3 = kualitas layanan

Y = kepuasan pelanggan

Dari persamaan di atas, dapat dilihat bahwa nilai koefisien positif artinya ketiga variabel independen memiliki pengaruh positif terhadap variabel kepuasan pelanggan.

Uji Kelayakan Model (Uji F)

Uji kelayakan model digunakan untuk mengukur ketepatan fungsi regresi sampel dalam menafsirkan nilai aktual secara statistik. Berikut adalah hasil uji *F* pada penelitian ini.

Tabel 14
Hasil Kelayakan Model (Uji F)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	65,447	3	21,816	4,168	0,008
Residual	607,145	116	5,234		
Total	672,592	119			

Suatu model dinyatakan layak untuk digunakan pada penelitian apabila nilai probabilitas *F* hitung memiliki *sig.* < 0,05. Dari tabel 18 di atas dapat dilihat bahwa nilai signifikansi uji *F* 0,008 artinya model ini layak untuk digunakan.

Uji t

Uji *t* dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh satu variabel independen dalam menerangkan variabel dependen. Berikut adalah hasil uji *t* pada penelitian ini.

Tabel 15
Hasil Uji t

Variabel	t hitung	Sig.
Harga	0,176	0,861
Store Atmosphere	2,289	0,024
Kualitas Layanan	2,244	0,027

Satu variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen apabila nilai *sig.* < 0,05 dan *t* hitung > 1,96. Dari tabel 15 di atas dapat dilihat bahwa hanya variabel harga yang memiliki nilai signifikansi lebih dari 0,05. Hal ini menjelaskan bahwa variabel harga tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan karena nilai *t* hitungnya 0,176 dan nilai *sig.* 0,861. Variabel *store atmosphere* memiliki nilai *t* hitung sebesar 2,289 dan nilai signifikansi 0,024. Hal ini menandakan bahwa *store atmosphere* memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Variabel kualitas layanan memiliki nilai *t* hitung sebesar 2,244 dan nilai signifikansi 0,027. Hal ini menandakan bahwa variabel kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pembahasan

Hubungan Harga dan Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Salon Mei-Mei Makassar. Hal ini dapat dilihat pada tabel 15 yang menunjukkan bahwa hasil nilai signifikansi uji *t* sebesar 0,861 dan *t* hitung sebesar 0,176. Variabel dikatakan berpengaruh signifikan apabila memiliki *sig.* < 0,05 dan nilai *t* hitung > 1,96. Oleh karena itu variabel harga tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Puspitasari dan Basuki (2019) yang menyatakan bahwa harga tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Apabila harga sebuah produk atau jasa tinggi, maka pelanggan harus mengeluarkan uang lebih banyak untuk mendapatkan produk atau jasa tersebut. Pelanggan lebih mementingkan manfaat dari suatu produk atau jasa. Apabila suatu produk atau jasa memiliki harga yang lebih mahal dari pesaing lainnya, maka orang-orang beranggapan bahwa kualitas dan manfaatnya juga lebih baik.

Hubungan Store Atmosphere dan Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa variabel *store atmosphere* berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan pelanggan. Hal ini dapat dilihat dari nilai koefisien variabel harga bersifat positif sebesar 0,071 yang artinya apabila variabel *store atmosphere* naik maka variabel kepuasan pelanggan juga akan naik.

Variabel *store atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan. Hal ini dapat dilihat pada tabel 15 yang menunjukkan bahwa hasil

nilai signifikansi sebesar 0,024 dan t hitung sebesar 2,289. Variabel dapat dikatakan berpengaruh signifikan apabila memiliki $sig. < 0,05$ dan nilai t hitung $> 1,96$. Oleh karena itu variabel *store atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan.

Dari hasil uji yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa *store atmosphere* memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Salon Mei-Mei Makassar. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Suryana dan Haryadi (2019) yang menyatakan bahwa *store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Hubungan Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan pelanggan. Hal ini dapat dilihat pada tabel 13 yang menunjukkan nilai koefisien variabel kualitas layanan sebesar 0,054 yang artinya apabila variabel kualitas layanan naik maka variabel kepuasan pelanggan juga akan naik. Kualitas layanan berpengaruh signifikan dengan variabel kepuasan pelanggan. Hal ini dapat dilihat pada tabel 15 yang menunjukkan bahwa hasil nilai signifikansi sebesar 0,027 dan t hitung 2,244. Variabel dapat dikatakan berpengaruh signifikan apabila memiliki $sig. < 0,05$ dan nilai t hitung $> 1,96$. Oleh karena itu kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan.

Dari hasil uji yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Salon Mei-Mei Makassar. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Zena dan Hadisumarto (2013) yang menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan karena kualitas layanan yang baik akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka kesimpulan yang didapatkan adalah sebagai berikut.

1. Harga memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan Salon Mei-Mei Makassar. Hal ini dapat membuktikan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
2. *Store atmosphere* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Salon Mei-Mei Makassar. Hal ini berarti semakin baik dan nyaman suasana salon maka pelanggan akan merasa lebih puas.
3. Kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Salon Mei-Mei Makassar. Hal ini menandakan bahwa pelanggan sangat memperhatikan kualitas layanan yang diberikan. Apabila kualitas layanannya bagus maka pelanggan akan merasa puas.

Saran

Berikut adalah saran-saran untuk pihak yang berkaitan dan untuk penelitian selanjutnya.

1. Walaupun hasil penelitian menyatakan bahwa harga tidak memiliki hubungan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, Salon Mei-Mei Makassar perlu memperhatikan harga yang diberikan kepada

konsumen dengan menyesuaikan harga yang ditetapkan dengan manfaat jasa yang diberikan. Selain itu, Salon Mei-Mei juga disarankan melakukan monitoring terhadap harga-harga pesaing lainnya.

2. Perusahaan disarankan untuk lebih memperhatikan *store atmosphere* khususnya pada item pernyataan terendah mengenai desain papan nama Salon Mei-Mei Makassar. Oleh karena itu perusahaan perlu memperhatikan desain papan nama dan diubah menjadi lebih menarik.
3. Perusahaan disarankan untuk lebih meningkatkan kualitas layanan yang diberikan karena item pernyataan pada variabel kualitas layanan masih tergolong sedang. Karyawan salon sebaiknya lebih dilatih lagi dalam memberikan layanan kepada pelanggan agar lebih baik dan konsisten saat melayani pelanggan.
4. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas lokasi penelitian, bukan hanya di satu salon melainkan sejumlah salon di kota Makassar. Selain itu, penelitian selanjutnya juga diharapkan menggunakan variabel yang lebih beragam seperti lokasi, promosi, dan *brand image*.

DAFTAR REFERENSI

- Alfin, M. R., & Nurdin, S. (2017). Pengaruh Store Atmosphere Pada Kepuasan Pelanggan Yang Berimplikasi Pada Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Bisnis*, 1(2), 249-258. <https://doi.org/10.31294/jeco.v1i2.2277>
- Ansori, M. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif Edisi 2. Airlangga University Press.
- Furoida, F., & Maftukhah, I. (2018). The influence of service quality and store atmosphere on customer loyalty through customer satisfaction. *Management Analysis Journal*, 7(2), 163-170. <https://doi.org/10.15294/maj.v7i2.23337>
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 23 (edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 96.
- Kaura, V., Prasad, C. S. D., & Sharma, S. (2015). Service quality, service convenience, price and fairness, customer loyalty, and the mediating role of customer satisfaction. *International journal of bank marketing*, 33(4), 404-422. <https://doi.org/10.1108/IJBM-04-2014-0048>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip - prinsip Pemasaran*. Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). *Manajemen pemasaran edisi kedua belas*. Jilid 1. Penerbit: PT. Indeks. Jakarta.
- Puspitasari, D. A., & Basuki, R.S. (2019). Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Dapoer Mie Galau Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 5(1), 65-68.
- Rohaeni, H., & Marwa, N. (2018). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Bisnis*, 2(2), 312-318. <https://doi.org/10.31294/jeco.v2i2.4503>
- Suryana, P., & Haryadi, M. R. (2019). Stores Atmosphere and Promotion on Customer Satisfaction and Its Impact on Consumer Loyalty. *TRIKONOMIKA*,

18(1),30-

34. <http://dx.doi.org/10.23969/trikonomika.v18i1.1255>

Utami, C. W. (2010). *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia, Edisi Kedua*. Jakarta: Salemba Empat.

Zena, P. A., & Hadisumarto, A. D. (2013). The study of relationship among experiential marketing, service quality, customer satisfaction, and customer loyalty. *Asean marketing journal*. 4(1), 37-46. <https://doi.org/10.21002/amj.v4i1.2030>