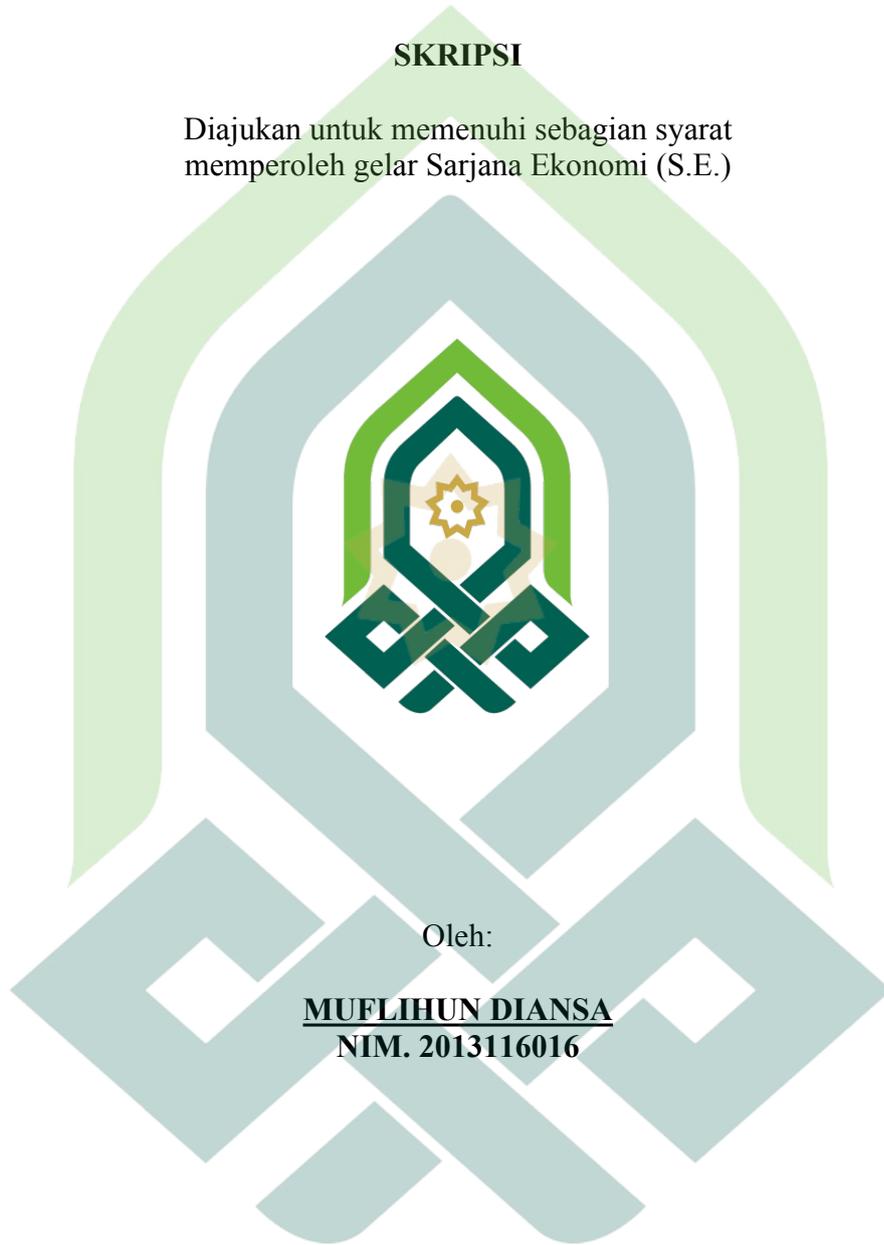




**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, NILAI PELANGGAN
DAN SUASANA TOKO TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
(Studi Konsumen Complete Barbershop Kajen)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh:

MUFLIHUN DIANSA
NIM. 2013116016

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2020**



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, NILAI PELANGGAN
DAN SUASANA TOKO TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
(Studi Konsumen Complete Barbershop Kajen)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh:

MUFLIHUN DIANSA
NIM. 2013116016

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2020**



SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : MUFLIHUN DIANSA

NIM : 2013116016

Judul Skripsi : Pengaruh Kulaitas Pelayanan, Nilai Pelanggan dan Suasana Toko terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Konsumen Complete Barbershop Kajen).

Menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Apabila Skripsi ini terbukti merupakan hasil duplikat atau plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi akademis dan dicabut gelarnya.

Demikian Pernyataan ini saya buat dengan sebenar – benarnya.

Pekalongan, 21 Oktober 2020

Yang menyatakan



MUFLIHUN DIANSA
NIM. 2013116016



NOTA PEMBIMBING

Tamamudin, SE.,MM.

Jl. KH. Ahmad Dahlan No. 332 Pekalongan

Lamp : 3 (Tiga) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdr. Muflihun Diansa

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

IAIN Pekalongan

c.q. Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

di

Pekalongan

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah Skripsi saudara :

Nama : Muflihun Diansa

Nim : 2013116016

Jurusan : Ekonomi Syariah

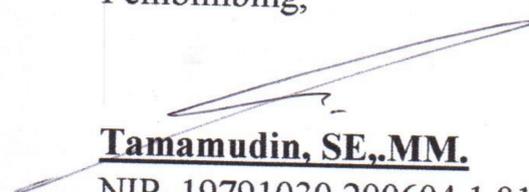
Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Nilai Pelanggan dan Suasana Toko terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Konsumen Complete Barbershop Kajen)

Dengan ini mohon agar Skripsi Saudara tersebut dapat segera dimunaqasahkan.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya, saya sampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 21 Oktober 2020
Pembimbing,


Tamamudin, SE.,MM.

NIP. 19791030 200604 1 018



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Pahlawan Rowolaku No. 52 Kajen Kabupaten Pekalongan, Telp. (0285) 412575, Fax. (0285) 423418
Website : febi.iainpekalongan.ac.id Email : febi@iainpekalongan.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan mengesahkan skripsi Saudara:

Nama : **MUFLIHUN DIANSA**
NIM : **2013116016**
Judul : **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, NILAI PELANGGAN DAN SUASANA TOKO TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi Konsumen Complete Barbershop Kajen)**

Telah diujikan pada hari Rabu, 18 November 2020 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai sebagian syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dewan Penguji,

Penguji I

Penguji II

Ade Gunawan, M.M
NIP. 19810425 201503 1 002

Ria Anisatus Sholihah, S.E., M.S.A
NIP. 19870630 201801 2 001

Pekalongan, 18 November 2020

Mengesahkan oleh Dekan,



Dr. H. Dewi Rismawati, S.H., M.H.
NIP. 19750220 199903 2 001





PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No.158 tahun 1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam Bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam Bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam kamus linguistic atau kamus besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut.

A. Konsonan

Konsonan Bahasa Arab yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, Dalam transliterasi itu sebagian dilambangkan dengan huruf sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	S	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	H	Ha (dengan titik di bawah)
Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan



خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Z	Zei (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ث	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Sad	S	Es (dengan titik di bawah)
ظ	Dad	D	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	T	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	Z	Zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	Koma terbalik diatas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha



ء	Hamzah		Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Vokal

Vokal tunggal	Vokal rangkap	Vokal panjang
ا = a		ا = a
ا = i	اي = ai	ي = i
ا = u	او = au	او = u

C. Ta Marbutah

Ta Marbutah hidup dilambangkan dengan /t/

Contoh :

مرآة جميلة ditulis *mar'atun jamilah*

Ta marbutah mati dilambangkan dengan /h/

Contoh :

فاطمة ditulis *Fatimah*

D. Syaddad (tasydid geminasi)

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddad* tersebut.

Contoh

ربنا ditulis *rabbana*

البرر ditulis *al-birr*



E. Kata sandang (artikel)

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf syamsiyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya yaitu bunyi /I/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh:

الشمس	Ditulis	<i>Asy-syamsu</i>
الرجل	Ditulis	<i>ar-rojulu</i>
السيدة	Ditulis	<i>As-sayyidah</i>

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf qomariyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang

Contoh :

القمر	Ditulis	<i>al-qamar</i>
البدیع	Ditulis	<i>al-badi</i>
الجلال	Ditulis	<i>al-jalal</i>

F. Huruf Hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan akan tetapi jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostrof /’/



Contoh

امرت	Ditulis	<i>Umirtu</i>
شيء	Ditulis	<i>Syai'un</i>



PERSEMBAHAN

Puji syukur Alhamdulillah, Allah SWT yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menyelesaikan Skripsi ini.

Skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Bapak Muhammad Sada'i & Ibu Siti Anisah selaku orang tua saya, yang telah memeberikan support setiap hari maupun selama menempuh pendidikan. Dan juga yang sudah mengorbankan banyak hal baik materil, tenaga, do'a serta air mata yang tak lain hanya ingin melihat anakmu ini mendapat gelar sarjana.
2. Sahabatku Alm. M. Ilham yang selalu memberikan motivasi, masukan dan support kepada saya. Semoga engkau tenang dialam sana. Amin.
3. Sahabatku Aji Purnomo, Wiyar Afandi, Siti Aminah dan Arin Risqiana yang selalu memberikan support dan energi positif untuk saya.
4. Ekos A 2016 yang telah berjuang bersama untuk mendapat gelar sarjana (S.E).
5. HMJ Ekosy 2017 yang telah memberikan banyak pengalaman organisasi intra kampus.
6. Teman-temanku Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam angkatan 2016.
7. Semua pihak yang telah mendukung dan mendoakan yang tidak bisa penulis sebutkan namanya.
8. Dan tak lupa pula teruntuk Bapak/Ibu Dosen yang telah memberikan banyak ilmu selama diperkuliahkan, memberikan motivasi serta dedikasi tinggi untuk kami selaku mahasiswa. Sukses terus untuk Bapak / Ibu dosen FEBI.





MOTTO

خَيْرُ النَّاسِ أَنْفَعُهُمْ لِلنَّاسِ

“Sebaik-baik manusia adalah yang paling bermanfaat bagi orang lain”





ABSTRAK

Barbershop merupakan sebuah inovasi dari jasa potong rambut yang memiliki peralatan yang lebih lengkap dan modern daripada jasa potong rambut biasa. Banyak pelaku usaha barbershop yang berorientasi pada kepuasan konsumen, karena dengan konsumen yang puas diharapkan dapat melakukan pembelian ulang atau menggunakan jasa itu kembali. Tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan, nilai pelanggan dan suasana toko berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian ini termasuk penelitian lapangan dengan pendekatan kuantitatif. Metode yang digunakan yaitu *accidental sampling* dengan sampel berjumlah 97 responden. Responden dalam penelitian ini yaitu konsumen Complete barbershop Kajen. Teknik analisis data dengan analisis regresi linier berganda.

Dari hasil penelitian secara parsial bahwa : 1) kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai t hitung 6.363 > t tabel 1.98580. 2) nilai pelanggan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai t hitung 3.571 > dari nilai t tabel 1.98580. 3) suasana toko tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai t hitung 1.376 < nilai t tabel 1.98580. 4) kualitas pelayanan, nilai pelanggan dan suasana toko secara silmultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai f hitung 61.708 > f tabel 2.70.

Kata Kunci : Barbershop, Kualitas Pelayanan, Nilai Pelanggan, Suasana Toko, Kepuasan Konsumen.

KATA PENGANTAR

Puji syukur bagi Allah SWT atas segala limpahan rahmat, taufiq serta hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Nilai Pelanggan dan Suasana Toko Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Konsumen Complete Barbershop Kajen)” ini dengan baik. Shalawat serta salam selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang selalu dinantikan syafa’at nya di hari kiamat nanti.

Ucapan terima kasih penulis samapaikan kepada semua pihak yang telah memberikan pengarahan, bimbingan, dan dorongan dalam segala hal demi terselesainya penelitian ini. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan rasa hormat dan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Ade Rohayana, M. Ag., selaku rector IAIN Pekalongan.
2. Ibu Dr. Hj. Shinta Rismawati, S.H, M.H. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan
3. Bapak Muhammad Aris Safi’i, M.E.I. selaku ketua Jurusan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.
4. Ibu Happy Sista Devi, M.M selaku sekretaris jurusan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.
5. Bapak H. Tamamudin, S.E, MM, selaku dosen pembimbing skripsi dan Bapak Ali Amin Isfandiar, M.Ag selaku wali dosen yang telah bersediameluangkan waktu, tenaga dan pikirannya untuk memberikan bimbingan serta arahan dalam penyusunan skripsi.

6. Segenap Dosen Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat.
7. Konsumen Complete Barbershop Kajen yang telah bersedia menjadi responden atau narasumber dalam penelitian ini.
8. Keluarga besar, rekan-rekan senasib seperjuangan, dan pihak-pihak yang telah terlibat dalam penyusunan skripsi ini baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis berharap semoga hasil skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis dan pembaca maupun pihak yang berkepentingan. Selanjutnya kepada Allah segalanya penulis serahkan, seraya memohon bimbingan agar menjadi lebih baik untuk selanjutnya. Amin

Pekalongan, 21 Oktober 2020

Penulis



Muflihun Diansa
NIM. 2013116016



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI	v
PERSEMBAHAN	x
MOTO	xi
ABSTRAK	xii
KATA PENGANTAR	xiii
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Batasan Masalah	7
D. Tujuan Penelitian	8
E. Manfaat Penelitian	8
BAB II LANDASAN TEORI	10
A. Landasan teori	10
1. Kepuasan Konsumen	10
a. Pengertian Kepuasan Konsumen	10
b. Atribut Pembentuk Kepuasan	11
2. Kualitas Pelayanan	11
a. Pengertian Kualitas Pelayanan	11
b. Dimensi Kualitas Pelayanan	12
3. Nilai Pelanggan	13
a. Pengertian Nilai Pelanggan	13



b. Indikator Nilai Pelanggan	13
4. Suasana Toko	14
a. Pengertian Suasana Toko	14
b. Tujuan Suasana Toko	14
c. Elemen Suasana Toko.....	15
B. Penelitian Terdahulu.....	16
C. Kerangka Berfikir.....	29
D. Hipotesis Penelitian	33
BAB III METODE PENELITIAN	35
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	35
1. Pendekatan Penelitian	35
2. Jenis Penelitian	35
B. Setting Penelitian	36
1. Lokasi Penelitian.....	36
2. Waktu Penelitian.....	36
C. Variabel Penelitian	36
1. Variabel Terikat (<i>Dependent Variable</i>)	37
2. Variabel Bebas (<i>Independent Variable</i>)	37
D. Definisi Operasional.....	38
E. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	42
1. Populasi	42
2. Sampel	42
3. Metode dan Teknik Pengambilan Sampel	43
F. Sumber Data	44
a. Data Primer	44
b. Data Sekunder	44
G. Instrumen dan Metode Pengumpulan Data	44
1. Instrumen Penelitian	44
2. Metode Penumpulan Data	45
H. Analisis Data	46
1. Analisis Deskriptif	46



2. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	46
a. Uji Validitas	46
b. Uji Reliabilitas	46
3. Uji Asumsi Klasik	47
a. Uji Normalitas	47
b. Uji Linieritas	48
c. Uji Multikolenieritas	48
d. Uji Heteroskedastisitas	48
4. Regresi Linier Berganda	49
5. Uji Hipotesis	50
a. Uji t	50
b. Uji F	50
6. Koefisien Determinasi	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	53
A. Deskripsi Data	53
B. Objek dan Subjek Penelitian	54
1. Complete Barbershop Kaje	54
2. Karakteristik Responden	54
C. Analisis Data	57
1. Analisis Deskripsi Variabel Penelitian	57
2. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	65
3. Uji Asumsi Klasik	68
4. Regresi Linier Berganda	72
5. Uji Hipotesis	73
6. Koefisien Determinasi	76
D. Pembahasan	77
BAB V PENUTUP	80
A. Kesimpulan	80
B. Saran	81
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Barbershop di Kajen Tahun 2020	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	39
Tabel 3.2 Kriteria Bobot Jawaban Responden.....	45
Tabel 4.1 Distribusi Responden Berdasarkan Usia.....	55
Tabel 4.2 Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan	56
Tabel 4.3 Distribusi Responden Berdasarkan Kunjungan	57
Tabel 4.4 Distribusi Jawaban Responden Variabel Kualitas Pelayanan.....	58
Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Responden Variabel Nilai Pelanggan.....	60
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden Variabel Suasana Toko	62
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden Variabel Kepuasan Konsumen	63
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas.....	65
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas	67
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas	68
Tabel 4.11 Hasil Uji Linieritas.....	69
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolonieritas	70
Tabel 4.13 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	71
Tabel 4.14 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	72
Tabel 4.15 Hasil Uji T.....	74
Tabel 4.16 Hasil Uji F	75
Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi	76





DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....29



DAFTAR LAMPIRAN

Kuesioner Penelitian

Data Mentah Kuesioner

Rumus (R Tabel, F tabel , T Tabel, & Regresi Linier Berganda)

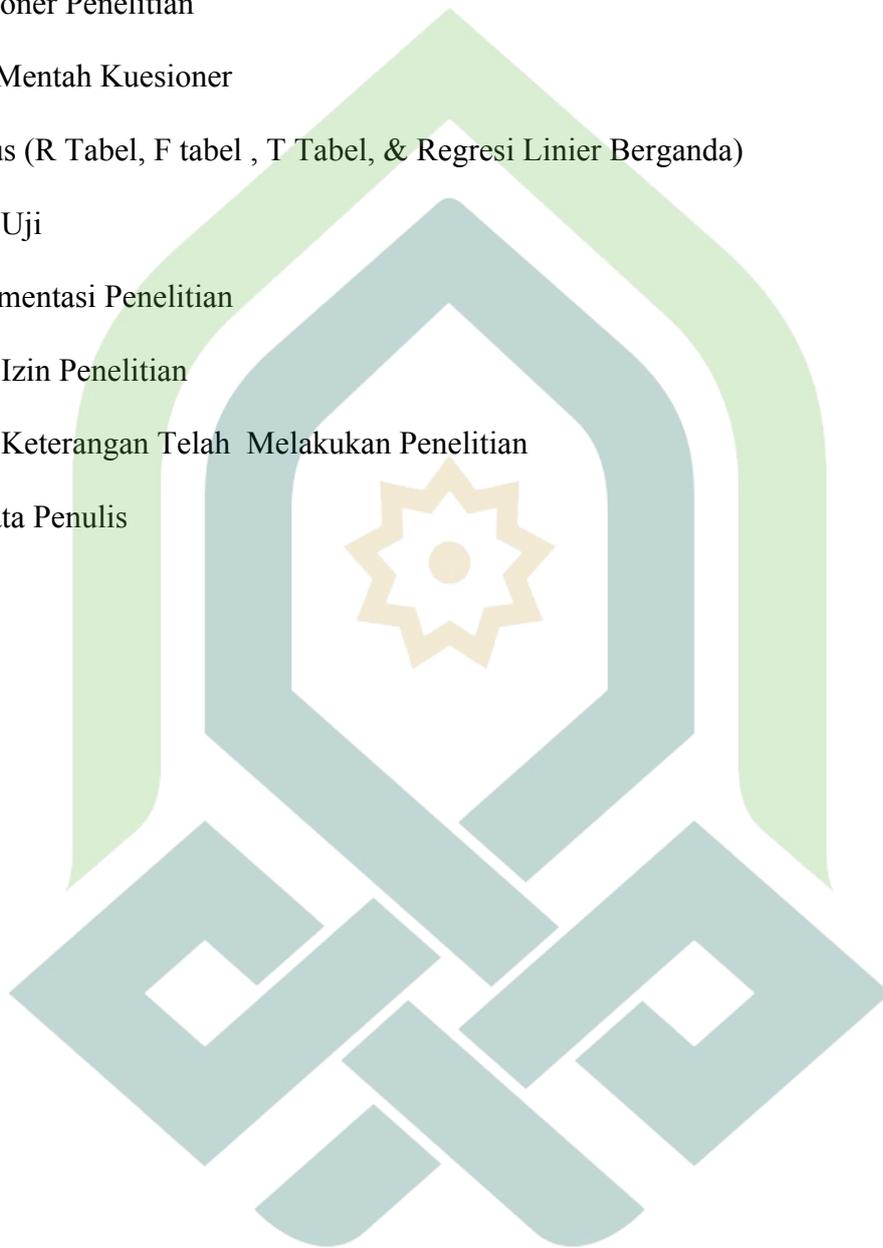
Hasil Uji

Dokumentasi Penelitian

Surat Izin Penelitian

Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian

Biodata Penulis



BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Persaingan bisnis yang semakin ketat menuntut para pelaku usaha harus berfikir kreatif dan inovatif agar dapat bersaing dengan kompetitornya. Salah satu bisnis tersebut ialah jasa potong rambut khusus pria atau barbershop.¹ Barbershop merupakan sebuah inovasi dari *fashion*, dulunya barbershop sering disebut dengan tukang cukur.² Pada umumnya barbershop menjadi pilihan dikalangan remaja pria maupun dewasa akan tetapi seiring dengan perkembangannya tak jarang anak – anak bahkan orang tua juga menggunakan jasa barbershop. Selain itu, pada umumnya seorang kapster pada barbershop mampu memberikan banyak referensi model potong rambut baik yang terbaru maupun terdahulu daripada tempat cukur biasa yang memberikan model rambutnya itu – itu saja.³

Kebutuhan akan jasa potong rambut yang semakin meningkat menjadikan barbershop sebagai salah satu alternatif usaha dimasa modern seperti ini. Potong rambut merupakan kebutuhan setiap orang, baik itu pria maupun wanita, maka dari itu untuk memenuhi kebutuhannya maka banyak

¹Nanda Oktaviana dan R. Sugeng Basuki, “*Pengaruh People dan Physical Evidence terhadap Kepuasan Konsumen di Coolio Barbershop Malang*,” *Jurnal Aplikasi Bisnis* Vol. 4 No.2 Desember 2018, hal. 349.

²Farizky Yudiantma & Rahayu Triastity Nobel Ibrahim Putradkk, “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Arfa Barbershop Di Surakarta*”, *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan* Vol. 15 No. 3 September 2016, hlm 346

³ Wardiana Kusuma, “*Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Tugu Barbershop di Samarinda*,” *Jurnal Administrasi Bisnis* Vol. 05. No. 03 Tahun 2017, hal. 566



bermunculan jasa potong rambut yang menawarkan layanan potong rambut hingga perawatan rambut khusus pria.⁴ Akan tetapi dari fenomena yang ada dari observasi yang telah dilakukan peneliti bahwa ada beberapa barbershop yang ramai dan sepi akan konsumen. Menurut konsumen yang peneliti temui menyatakan bahwa dalam memilih jasa potong rambut si konsumen lebih mengutamakan akan hasil yang maksimal dan sesuai dengan harapan. Pernyataan tersebut menurut Brown merupakan pengertian dari kepuasan konsumen. Semakin banyaknya bermunculan usaha barbershop, tentunya persaingan juga semakin ketat. Sehingga pelaku usaha lebih mengutamakan kepuasan konsumen sebagai tujuan utamanya. Dalam keadaan seperti itu setiap pelaku usaha yang bergerak dibidang jasa harus dapat menentukan strategi yang tepat guna agar dapat bersaing dengan para kompetitornya.⁵

Suatu kondisi ketika keinginan dan harapan konsumen terhadap sebuah produk dan jasa terpenuhi merupakan pengertian dari kepuasan konsumen.⁶ Kepuasan konsumen timbul ketika konsumen merasa puas karena apa yang dia harapkan dan inginkan akan produk atau jasa itu terpenuhi. Dan ketidakpuasan konsumen timbul akibat apa yang diharapkan dan inginkan tidak terpenuhi. Kepuasan konsumen juga menjadi peluang konsumen untuk

⁴Agus Ahmad Nasrulloh dan Ikhsanul Fadillah, “Analisis Kualitas Pelayanan dalam Meningkatkan Kepuasan Pengguna Jasa Barbershop di Kecamatan Singaparna Kabupaten Tasikmalaya,” Jurnal Ekonomi Syariah Vol. 2 No. 1. Mei 2019, hal. 25

⁵Agus Supandi Soegoto, “Bauran Pemasaran Jasa Pengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen Pt. Nusa Tongkaina Wisata Tirta (Ntwi) Manado,” Jurnal Pendidikan Manajemen Bisnis Vol. 9 No. 17, Februari 2019, hlm 14-75

⁶Sudaryono, *Manajemen Pemasaran*, (CV Andi Offset : Yogyakarta, 2016). hlm 79



mengonsumsi produk atau jasa itu kembali, sehingga dapat membuat konsumen loyal terhadap produk atau jasa itu sendiri, sehingga dapat meningkatkan pendapatan bagi pelaku usaha. Ada beberapa faktor untuk mencapai kepuasan konsumen. Diantaranya yaitu melalui kualitas pelayanan.

Menurut Ekawati Kualitas pelayanan merupakan suatu upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen agar sesuai dengan harapan konsumen.⁷ Kualitas pelayanan merupakan suatu hal penting untuk diperhatikan dan diberikan pada konsumen, karena baik buruknya suatu pelayanan tentunya akan berpengaruh terhadap kepuasan. Tjiptono berpendapat bahwa peningkatan kepuasan konsumen dapat mengarah pada pertumbuhan penjualan jangka panjang dan jangka pendek. Pelaku usaha yang memiliki kualitas pelayanan yang baik dapat merubah perilaku konsumen sehingga dapat melakukan pembelian ulang.⁸ Dalam penelitian yang dilakukan oleh Angky Sri Widodo & Masreviastuti (2018) dengan judul " / Pengaruh Kualitas Pelayanan dan *Store Atmosphere* terhadap Kepuasan Konsumen di Tjankirtjoekoer Barbershop Kepanjen", bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Tjankirtjoekoer Barbershop Kepanjen.

⁷Indra Firdiyansyah, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warung GubrakKepri Mall Kota Batam". Jurnal Elektornik, Vol. 1 No. 1 November 2017, hlm. 3

⁸Henny Welsa & Muhamad Khoironi, "Pengaruh Kualiatas Layanan dan Suasana toko Terhadap KepuasanPelanggan Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening(Studi Kasus Pada Konsumen di Restoran Toean Watiman Yogyakarta)", Ebbank, Vol. 10, No. 1, Juni 2019, hlm. 2





Selain itu, salah satu strategi yang dapat menunjang keberhasilan dalam usaha potong rambut adalah nilai pelanggan. Menurut Kotler nilai pelanggan ialah perbandingan antara manfaat yang diterima dengan biaya yang telah dikeluarkan oleh konsumen untuk mendapatkan produk atau jasa tersebut.⁹ Nilai pelanggan merupakan variabel yang penting agar konsumen atau pelanggan merasa puas terhadap suatu jasa yang diberikan, karena dengan pelayanan yang memuaskan akan menjadi nilai tambah bagi konsumen. Para konsumen atau pelanggan akan mencari barang atau jasa dari usaha yang dapat memberikan pelayanan terbaik. Dan dari segi inilah para konsumen atau pelanggan yang memberikan nilai terhadap tempat dan pelayanan yang diberikan.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Adista Fitriani & Iwan Kurniawan Subagja (2017) dengan judul "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Serba Ada Matahari Di Pondok Gede Plaza Kota Bekasi", bahwa Variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan Toko Serba Ada Matahari Di Pondok Gede Plaza Kota Bekasi.

Hal lain yang perlu diperhatikan oleh pelaku usaha untuk menciptakan kepuasan konsumen, diantaranya ialah suasana toko (*store atmosphere*). Suasana toko merupakan bentuk fisik suatu tempat usaha yang bertujuan untuk memberikan kesan ,kenyamanan dan daya tarik bagi konsumen. Dengan adanya suasana toko yang baik dan unik, maka dapat

⁹ Bob Foster, *Manajemen Ritel*, (Alfabeta: Bandung, 2008), hlm.134.

menjadi daya tarik sendiri bagi konsumen, sehingga berpeluang besar untuk membawa konsumen menggunakan produk atau jasa pada tempat tersebut.

Pemilihan atau penempatan suasana toko pada barbershop sangatlah penting, karena hal tersebut dapat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Semakin baik, rapih, unik dan bersih suatu tempat makan semakin besar pula tingkat kepuasan konsumen, dan sebaliknya. Dalam perkembangannya jasa potong rambut barbershop merupakan salah satu jasa potong rambut yang memperhatikan suasana tempatnya agar terlihat lebih menarik bagi konsumen. Hal tersebut tak lain agar menjadi daya tarik serta membuat rasa puas bagi konsumen yang menggunakan jasa ditempatnya.

Lokasi dalam penelitian ini dilalukan di Complete Barbershop Kajen yang terletak di Jl. Mandurorejo, Desa Nyamok, Kajen, Kabupaten Pekalongan. Alasan pengambilan lokasi penelitian di Complete Barbershop Kajen, karena Complete Barbershop merupakan salah satu dari 10 (sepuluh) barbershop yang ada di Kajen yang hampir setiap hari ramai akan konsumennya dibandingkan dengan Barbershop lain yang ada di Kajen. Hal ini ditunjukan dengan data omset Complete Barbershop Kajen pada tahun 2019 yang selalu mengalami peningkatan setiap bulannya. Berikut merupakan daftar barbershop yang ada di Kajen menurut Zaenuri yang merupakan pemilik Complete Barbershop Kajen sekaligus anggota komunitas Barberman Kajen.



Tabel 1.1**Daftar Barbershop di Kajen tahun 2020**

No.	Nama	Alamat
1.	Complete Barbershop Kajen	Jl. Mandurorejo, Desa Nyamok, Kajen
2.	Peopleof Barbershop	Jl. Mandurorejo, Desa Nyamok, Kajen
3.	Kajen Barbershop Kajen 1	Jl. Raya Gejlig, Kajen
4.	Kajen Barbershop Kajen 2	Jl. Raya Sibedug, Kajen
5.	A.F Barbershop	Jl. Raya Gejlig, Winong, Kajen
6.	Mahrus Barbershop	Jl. Raya Rowolaku, Kajen
7.	Fiend Barbershop Kajen	Jl. Raya Gejlig kompleks Arayan, Kajen
8.	Cukuran Barbershop	Jl. Raya Tanjung Sari, Kajen
9.	Freindly Barbershop Kajen	Jl. Raya Desa Pekiringanalit, Kajen
10.	Zak Barbershop Kajen	Jl. Raya Sekarum Gandarum, Kajen

Selain itu, desain lokasi Complete Barbershop Kajen juga menarik dengan adanya tulisan dan gambar – gambar pada setiap dinding ruangan yang menambah kesan nyaman bagi konsumennya. Selain itu Complete Barbershop Kajen memiliki fasilitas yang cukup memadai seperti toilet, tempat keramas, ruang tunggu yang luas, pencahayaan yang baik, produk yang ditawarkan beragam, peralatan yang cukup lengkap dan memiliki 3 (tiga) karyawan. Complete Barbershop juga mempunyai cabang lain yang berlokasi di depan pasar Karanganyar Kabupaten Pekalongan.



Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan di atas, peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian dengan judul “ Pengaruh Kualitas Pelayanan, Nilai Pelanggan dan Suasana Toko terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Konsumen Complete Barbershop Kajen) “

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Complete Barbershop Kajen?
2. Apakah nilai pelanggan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Complete Barbershop Kajen ?
3. Apakah suasana toko berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Complete Barbershop Kajen ?
4. Apakah kualitas pelayanan, nilai pelanggan dan suasana toko berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Complete Barbershop Kajen?

C. Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini ditetapkan agar penelitian terfokus pada pokok permasalahan yang ada beserta pembahasannya, sehingga diharapkan penelitian yang dilakukan tidak menyimpang dari tujuan yang telah ditetapkan. Masalah yang dibahas dalam penelitian ini adalah membahas tentang faktor yang diduga mempengaruhi kepuasan konsumen. Faktor yang dimaksud hanya mencakup kualitas pelayanan, nilai pelanggan dan suasana toko.



D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian dalam melakukan penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Complete Barbershop Kajen.
2. Untuk mengetahui pengaruh nilai pelanggan terhadap kepuasan konsumen di Complete Barbershop Kajen.
3. Untuk mengetahui pengaruh suasana toko terhadap kepuasan konsumen di Complete Barbershop Kajen.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, nilai pelanggan dan suasana toko terhadap kepuasan konsumen di Complete Barbershop Kajen.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini ialah sebagai berikut :

1. Bagi Akademisi
 - a. Memberikan tambahan kepustakaan kepada lingkungan Institut tentang kepuasan konsumen yang terjadi di Complete Barbershop Kajen.
 - b. Dapat dijadikan bahan referensi bagi penelitian yang sama di masa mendatang.
 - c. Dapat membantu memberikan sumbangan pemikiran dalam pembuatan skripsi dimasa mendatang.
2. Bagi Complete Barbershop Kajen

Memberikan sumbangan kepada pelaku bisnis mengenai pemahaman tentang pentingnya kualitas pelayanan, nilai pelanggan dan suasana toko memberikan dampak pada peningkatan usaha bisnis dan daya saing.





BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan , maka dapat tarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan berpengaruh secara persial terhadap Kepuasan Konsumen Complete Barbershop Kaje. Jadi, semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka akan mampu meningkatkan kepuasan konsumen.
2. Nilai Pelanggan berpengaruh secara persial terhadap Kepuasan Konsumen Complete Barbershop Kaje. Jadi, semakin tinggi nilai pelanggan maka akan mampu meningkatkan kepuasan konsumen.
3. Suasana Toko tidak berpengaruh secara persial terhadap Kepuasan Konsumen Complete Barbershop Kaje. Artinya suasana toko tidak memiliki pengaruh secara signifikan dalam kepuasan konsumen di Complete Barbershop Kaje.
4. Kualitas Pelayanan, Nilai Pelanggan, dan Suasana Toko berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen Complete Barbershop Kaje.

B. Saran

1. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penulis menyarankan , melakukan pengembangan variabel bebas yang lain yang akan diteliti dalam melihat pengaruhnya terhadap Kepuasan Konsumen dan memperluas daerah penelitian sehingga hasil yang dicapai lebih optimal. Selain itu, penelitian selanjutnya menggunakan variabel – variabel lain diluar penelitian ini. Sehingga dapat menjelaskan faktor- faktor lain yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen.

Melakukan penelitian dengan sampel yang lebih besar yang dapat mewakili populasi, sehingga akan lebih baik, optimal dan menambah konsistensi hasil penelitian selanjutnya.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman di Complete Barbershop Kajen terhadap upaya- upaya dalam meningkatkan Kepuasan Konsumen melalui faktor eksternal, faktor internal dan faktor situasional yang dapat meningkatkan Kepuasan Konsumen sehingga pendapatan perusahaan meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

Dari Buku:

- Arikunto Suharsimi, 2014, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta : Rineka Cipta.
- Azwar Saifudin, 1999, *Metode Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bungin Burhan, 2005, *Metodelogi Penelitian Kuantitati fKomunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik seta Ilmu- Ilmu Sosial Lainnya*, Jakarta: Kencana.
- Darmawan Deni, 2013, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Daryanto & Setyobudi Ismanto, 2014, *Konsumen dan Pelayanan Prima*, Yogyakarta : Gava Media.
- Fauzi Muhammad, 2009, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Cet 1, Semarang, Walisongo Press.
- Foster Bob, 2008, *Manajemen Ritel*, Bandung : Alfabeta.
- Ghazali Imam, 2011 *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*, Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hurriyati Ratih, 2010, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, Bandung: Alfabeta.
- Latan Hengky & Temalagi Selva, 2013, *Analisis Multivariate Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program IBM SPSS 20.0*, Bandung : Alfabeta.





Noor Juliyanstyah, *Metode Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah*, Jakarta : Kencana.

Purwanto Purwanto Erwan & Sulistvastuti Ratih Dyah, 2011, *Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Adminstrasi Publik dan Masalah – Masalah Sosial*, Yogyakarta : Gava Media.

Riadi Edi, 2016, *Statistika Penelitian (Analisis Manual dan IBM SPSS)*, Yogyakarta : Andi Offset.

Ruslan Rosady, 2010, *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Sanusi Anwar, 2011, *Metodologi Penelitian Bisnis*, Jakarta: Salemba Empat..

Sudaryono, 2016, *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta : CV Andi Offset

Sugiyono, 2014, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Afabeta,.

Sujarweni Wiratna V.,2018, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*, Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Tjiptono Fandy, 2004, *Pemasaran Jasa*, Malang : Bayumedia.

Utami Whidya Christina, 2018 *Manajemen Ritel Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia*, Jakarta : Salemba Empat.

Wibowo Edy Agung, 2011 *Aplikasi Praktis SPSS dalam Penelitian*, Yogyakarta: Gava Media.

Wiley, 2017, *Metode Penelitian Untuk Bisnis*, Jakarta: Salemba Ampat.



Yusuf Muri, 2014, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian*

Gabungan , Jakarta: Prenada Media Group.

Dari Jurnal :





Atifa Firdha Nur, Wahyuningsih, dkk, *Pengaruh Suasana toko Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Refresho Di Kota Palu*, Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako, Vol. 1, No. 3, September 2016.

Firdiyansyah Indra, *"Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warung GubrakKepri Mall Kota Batam"*. Jurnal Elektornik, Vol. 1 No. 1 November 2017.

Fitriani Adista & Subagja Kurniawan Iwan, *"Pengaruh Kualitas Layanan Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Serba Ada Matahari Di Pondok Gede Plaza Kota Bekasi"*, Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana, Vol.5. No. 3 September 2017.

Harpadeles Ian, *"Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Trans Metro Pekanbaru"*, Jom Fekon Vol. 3, No. 1, Febuari 2016.

Kristiana Maria, *"Pengaruh Suasana toko dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Heerlijk Gelato Perpustakaan Bank Indonesia Surabaya"*, Jurnal Pendidikan Tata Niaga, Vol.01 No.01 Tahun 2017.

Kusuma Wardiana, *"Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Tugu Barbershop di Samarinda,"* Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 05. No. 03 Tahun 2017.



Martini Tina, "*Analisis Kepuasan Mahasiswa Stain Kudus Dalam Perspektif Islam*", Iqtishadia, Vol. 9, No. 1, Maret 2016.

Masrul & Karneli Okta, "*Pengaruh Suasana toko Dan Store Location Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Produk Texas Chicken Plaza Citra Pekanbaru)*", JOM FISIP Vol. 4 No. 2 ,Oktober 2017.

Moch Lutfi Salis Af Hami, Suharyono, dkk, "*Analisis Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan(Survei Pada Pengguna Sepeda Motor Honda Vario All Variant Di Service Center Honda Ahass Sukma Motor Jalan Sigura-Gura Barat Kota Malang)*", Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 39 No.1 Oktober 2016.

Munawir,"*Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Foto Copy Awy Comp Di Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi, Jurnal Istiqro: Jurnal Hukum Islam*", Ekonomi dan Bisnis, Vol.4 , No.2: 204-215, Juli 2018.

Nasrulloh Agus Ahmad & Fadillah Ikhsanul, "*Analisis Kualitas Pelayanan dalam Meningkatkan Kepuasan Pengguna Jasa Barbershop di Kecamatan Singaparna Kabupaten Tasikmalaya,*", Jurnal Ekonomi Syariah Vol. 2 No. 1. Mei 2019.



Oktaviana Nanda & Basuki Sugeng R., "*Pengaruh People dan Physical Evidence terhadap Kepuasan Konsumen di Coolio Barbershop Malang*", *Jurnal Aplikasi Bisnis* Vol. 4 No.2 Desember 2018.

Putri Dwiana Anindya & Astuti Rahayu Tri Sri, "*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi Pada Blends Pasta & Chocolate Cabang Unika Semarang)*", *Diponegoro Journal Of Management* Vol. 06 No.02, Tahun 2017.

Salma Solahika Fitria & Ratnasari Tri Ririn, "*Pengaruh Kualitas Jasa Perspektif Islam Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Hotel Grand Kalimas Di Surabaya*", *JESTT* Vol. 2 No. 4 April 2015.

Saputra Dana Asep, Nursalim Muhammad, dkk, "*Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Customer Value Terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Potre Koneng Ayam Kremes Madura Di Malang*", *Jurnal Eksekutif* Vol. 15 No. 1 Juni 2018.

Sumadi, "*Peran Manajemen Syariah Terhadap Peningkatan Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Sakit Islam Di Kota Surakarta*", *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* Vol. 03 No. 02, 2017.

Supandi Soegoto Agus, "*Bauran Pemasaran Jasa Pengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen Pt. Nusa Tongkaina Wisata Tirta (Ntw) Manado*," *Jurnal Pendidikan Manajemen Bisnis* Vol. 9 No. 17, Februari 2019.



Tendean Andi & Widodo Arry 2017, "*Pengaruh Suasana toko Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Maja House Sugar & Cream Bandung)*", Vol. 1 No. 4 Tahun 2017

Welsa Henny & Khoironi Muhamad, "*Pengaruh Kualitas Layanan dan Suasana toko Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Konsumen di Restoran Toean Watiman Yogyakarta)*", Ebbank, Vol. 10, No. 1, Juni 2019.

Yudiatma Farizky & Triastity Rahayu, dkk, "*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Arfa Barbershop Di Surakarta*", Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Vol. 15 No. 3 September 2016.

Dari Skripsi :

Ardiansa Indra Werdyana, "*Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Real7 Barbershop Yogyakarta*", Skripsi Tahun 2018, hlm. 65 (Universitas Islam Indonesia)

Dirgantara Wara, "*Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pengunjung Museum Kartini Jepara*", Skripsi Tahun 2018, hlm. 85 (Universitas Negeri Semarang)

Isnanudin Iwa Triyatna, "*Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Proses Keputusan Pembelian Pada Restoran Mie Reman Bandung*", Skripsi, hlm. 147 (Universitas Widyatama Bandung)



Konsumen Sebagai Variabel Mediasi, Skripsi Tahun 2016, hlm. 145

(Universitas Sumatera Utara Medan)

Sutan Ahli JannahMareza, *Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas*

Konsumen Pt. Family Raya Ceria Sejati Melalui Kepuasan





Perpustakaan IAIN Pekalongan

Perpustakaan IAIN Pekalongan



LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

KUESIONER PENELITIAN

" Pengaruh Kualitas Pelayanan, Nilai Pelanggan Dan Suasana Toko Terhadap Kepuasan Konsumen "
(Studi Konsumen Complete Barbershop Kajen)

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan segala kerendahan hati, diharapkan kesediaan Saudara untuk meluangkan waktunya guna mengisi daftar pertanyaan ini dengan sesungguhnya tanpa beban apapun, sehingga dapat membantu melengkapi data yang sangat saya butuhkan. Adapun pertanyaan ini saya buat dalam rangka menyusun penelitian dengan judul " Pengaruh Kualitas Pelayanan, Nilai Pelanggan dan Suasana Toko Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Konsumen Complete Barbershop Kajen)".

Jawaban yang saudara berikan merupakan bantuan yang sangat berharga bagi penelitian saya dan akan memberikan banyak manfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan. Oleh karena itu, atas kesediaan dan bantuannya saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Hormat Saya,

Muflihun Diansa





--	--	--

A. Identitas Responden

1. Nama :
2. Usia*) : 17 – 21 Tahun 22 - 26 Tahun
 27 – 31 Tahun 32 Tahun
3. Pekerjaan*) : Pelajar / Mahasiswa TNI/Polri
 Pengajar/Guru/Dosen Lainnya
4. Status Kunjungan *) : 1 – 3 Kali 4 – 6 Kali
 7 – 10 Kali > 11 Kali

B. Petunjuk Pengisian

Berilah jawaban pada pertanyaan berikut ini sesuai dengan pendapat saudara, dengan cara memberi tanda centang (V) pada kolom yang tersedia dengan keterangan sebagai berikut :

- SS = Sangat Setuju
 ST = Setuju
 N = Netral
 TS = Tidak Setuju
 STS = Sangat Tidak Setuju¹

Keterangan : *) Wajib diisi

Kepuasan Konsumen (Y)

Kesesuaian Harapan						
No.	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS

¹ Werdyan Indra Ardiansa," Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Real7 Barbershop Yogyakarta ", Skripsi Tahun 2018, hlm. 65(Universitas Islam Indonesia)



1.	<p>Pelayanan yang diberikan oleh karyawan Complete Barbersop KajeN sangat baik dan mampu memberikan hasil sesuai dengan yang harapkan konsumen</p>					
Minat Berkunjung Kembali						
2.	<p>Saya berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan dan fasilitas Complete Barbershop KajeN sangat baik dan memadai</p>					
Kesediaan Merekomendasikan						
3.	<p>Saya bersedia merekomendasikan Complete Barbershop KajeN sebagai salah satu tempat potong rambut kepada teman saya karena pelayanan dan fasilitas yang diberikan sangat baik dan memuaskan</p>					

Kualitas Pelayanan (X1)

Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>)						
No.	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
4.	Complete Barbershop Kajen memiliki ruang tunggu yang bersih dan nyaman serta memiliki perlengkapan yang <i>modern</i>					
Kehandalan (<i>Reability</i>)						
5.	Karyawan Complete Barbershop Kajen mampu menangani kebutuhan dan keinginan konsumen dalam bekerja					
Daya Tanggap (<i>Responsive</i>)						
6.	Karyawan Complete Barbershop Kajen mampu menangani keluhan konsumen dengan cepat dan tepat					





Jaminan (<i>Assurance</i>)						
7.	Karyawan Complete Barbershop Kaje Kaje mampu memberikan kinerja yang baik terhadap konsumen					
Perhatian (<i>Empaty</i>)						
8.	Karyawan Complete Barbershop Kaje memiliki komunikasi yang baik dan dapat pahami konsumen ²					

Nilai Pelanggan (X2)

Nilai Emosional (<i>Emotional Value</i>)						
No.	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
9.	Saya merasa senang setelah menggunakan jasa Complete Barbershop Kaje					
Nilai Sosial (<i>Social Value</i>)						
10.	Karyawan Complete Barbershop Kaje mampu memberi tanggapan yang baik apabila terdapat keluhan yang saya sampaikan					

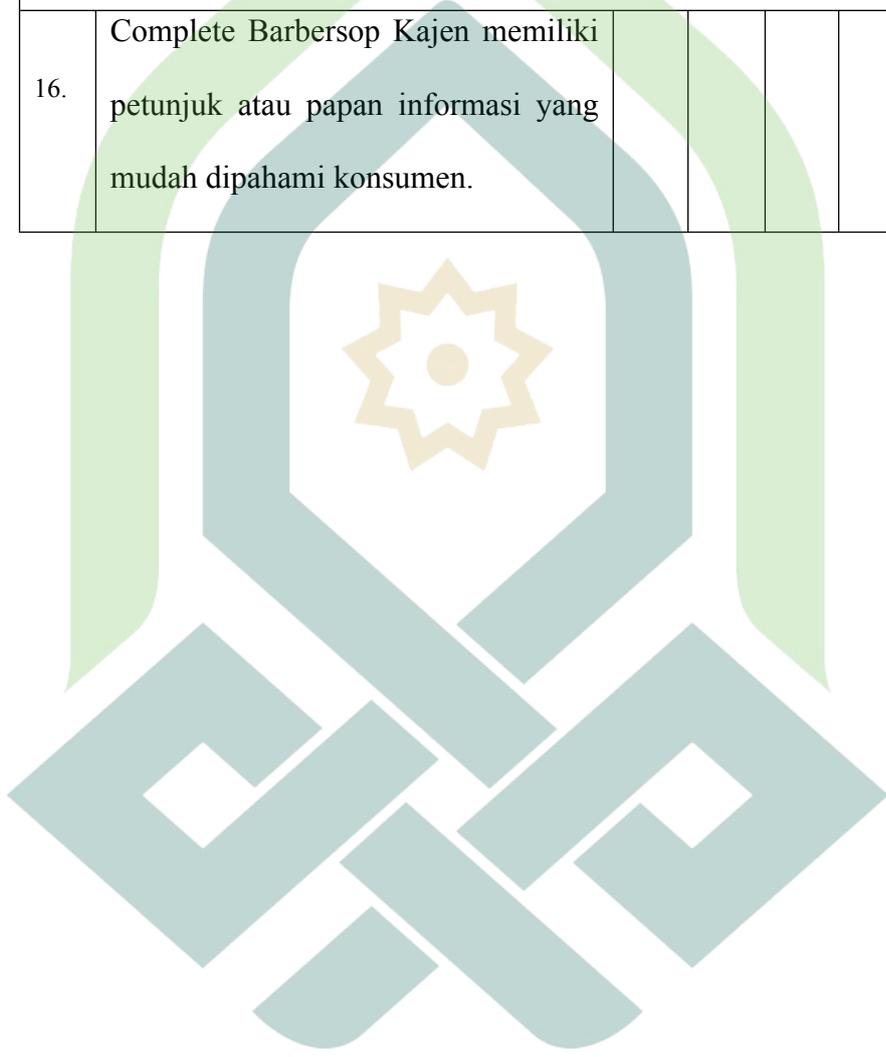
²Werdyan Indra Ardiansa," *Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Real7 Barbershop Yogyakarta* ", Skripsi Tahun 2018, hlm. 65(Universitas Islam Indonesia)



Nilai Kualitas (<i>Performance Value</i>)						
11.	Karyawan Complete Barbershop Kaje Kaje mampu memberikan hasil sesuai permintaan konsumen					
Nilai Harga (<i>Price Value</i>)						
12.	Harga yang dibayarkan sesuai dengan apa yang diterima konsumen Complete Barbershop Kaje					
Suasana Toko (X3)						
<i>Exterior</i>						
No.	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
13.	Complete Barbershop Kaje memiliki papan nama yang mudah dilihat dan desain yang menarik					
<i>General Interior</i>						
14.	Complete Barbershop Kaje memiliki pencahayaan ruangan yang baik dan memadai					



<i>Store Layout</i>					
15.	Jarak antar peralatan atau perlengkapan memudahkan konsumen untuk berlalulalang				
<i>Interior Displays</i>					
16.	Complete Barbersop Kajan memiliki petunjuk atau papan informasi yang mudah dipahami konsumen.				





IDENTITAS RESPONDEN

No.	USIA	PEKERJAAN	STATUS KUNJUNGAN
1	17-21 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	> 11 Kali
2	17-21 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	> 11 Kali
3	17-21 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	7-10 Kali
4	17-21 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	> 11 Kali
5	22-26 Tahun	Pengajar/Guru/Dosen	7-10 Kali
6	22-26 Tahun	Lainnya (Pedagang)	1-3 Kali
7	27-31 Tahun	Lainnya (Penjahit)	1-3 Kali
8	22-26 Tahun	Pengajar/Guru/Dosen	4-6 kali
9	27-31 Tahun	TNI/POLRI	1-3 Kali
10	27-31 Tahun	TNI/POLRI	7-10 Kali
11	27-31 Tahun	Pengajar/Guru/Dosen	4-6 kali
12	22-26 Tahun	Lainnya (Penjahit)	1-3 Kali
13	22-26 Tahun	Lainnya (Karyawan Swasta)	7-10 Kali
14	22-26 Tahun	Lainnya (Pedagang)	> 11 Kali
15	17-21 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	> 11 Kali
16	17-21 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	> 11 Kali
17	17-21 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	> 11 Kali
18	17-21 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	> 11 Kali
19	17-21 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	> 11 Kali
20	17-21 Tahun	Lainnya (Swasta)	> 11 Kali
21	22-26 Tahun	Lainnya (Karyawan Swasta)	> 11 Kali
22	22-26 Tahun	Lainnya (Pedagang)	7-10 Kali
23	17-21 Tahun	Lainnya (Buruh)	7-10 Kali
24	17-21 Tahun	Lainnya (Karyawan)	4-6 kali
25	17-21 Tahun	Lainnya (Karyawan Swasta)	7-10 Kali
26	22-26 Tahun	Lainnya (Buruh)	4-6 kali
27	22-26 Tahun	Lainnya (Buruh)	> 11 Kali
28	17-21 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	4-6 kali
29	17-21 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	7-10 Kali
30	17-21 Tahun	Lainnya (Penjahit)	4-6 kali
31	17-21 Tahun	Lainnya (Pedagang)	4-6 kali
32	22-26 Tahun	Lainnya (Pedagang)	1-3 Kali
33	17-21 Tahun	Lainnya (Buruh)	1-3 Kali
34	22-26 Tahun	Lainnya (Karyawan Swasta)	4-6 kali



35	27-31 Tahun	Lainnya (Penjahit)	4-6 kali
36	22-26 Tahun	Lainnya (Wiraswasta)	1-3 Kali
37	22-26 Tahun	Lainnya (Wiraswasta)	4-6 kali
38	> 32 Tahun	Lainnya (Sopir)	1-3 Kali
39	17-21 Tahun	Lainnya (Buruh)	1-3 Kali
40	> 32 Tahun	Lainnya	4-6 kali
41	> 32 Tahun	Pengajar/Guru/Dosen	7-10 Kali
42	27-31 Tahun	Lainnya (Penjahit)	7-10 Kali
43	22-26 Tahun	Lainnya (Wiraswasta)	7-10 Kali
44	17-21 Tahun	Lainnya (Wiraswasta)	7-10 Kali
45	17-21 Tahun	Lainnya (Buruh)	4-6 kali
46	17-21 Tahun	Lainnya (Karyawan Pabrik)	4-6 kali
47	17-21 Tahun	Lainnya (Buruh)	7-10 Kali
48	17-21 Tahun	Lainnya (Pedagang)	7-10 Kali
49	17-21 Tahun	Lainnya (Karyawan Swasta)	7-10 Kali
50	27-31 Tahun	Pengajar/Guru/Dosen	> 11 Kali
51	27-31 Tahun	Lainnya (Buruh)	> 11 Kali
52	17-21 Tahun	Lainnya (Karyawan)	> 11 Kali
53	17-21 Tahun	Lainnya (Karyawan)	> 11 Kali
54	17-21 Tahun	Lainnya	4-6 kali
55	17-21 Tahun	Lainnya (Pedagang)	1-3 Kali
56	17-21 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	1-3 Kali
57	> 32 Tahun	Lainnya (Pegawai Swasta)	4-6 kali
58	17-21 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	7-10 Kali
59	17-21 Tahun	Lainnya (Buruh)	> 11 Kali
60	17-21 Tahun	Lainnya (Pedagang)	7-10 Kali
61	17-21 Tahun	Lainnya (Pedagang)	4-6 kali
62	> 32 Tahun	Lainnya (Pegawai Swasta)	1-3 Kali
63	17-21 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	4-6 kali
64	17-21 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	7-10 Kali
65	17-21 Tahun	Lainnya (Karyawan Swasta)	7-10 Kali
66	17-21 Tahun	Lainnya	> 11 Kali
67	17-21 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	> 11 Kali
68	27-31 Tahun	Lainnya	7-10 Kali
69	> 32 Tahun	Lainnya (Penjahit)	7-10 Kali
70	17-21 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	4-6 kali
71	17-21 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	1-3 Kali
72	17-21 Tahun	Lainnya (Swasta)	4-6 kali



73	17-21 Tahun	Lainnya (Buruh)	7-10 Kali
74	22-26 Tahun	Lainnya	4-6 kali
75	22-26 Tahun	Lainnya (Buruh)	1-3 Kali
76	22-26 Tahun	Lainnya	1-3 Kali
77	17-21 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	4-6 kali
78	17-21 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	4-6 kali
79	22-26 Tahun	Lainnya (Buruh)	7-10 Kali
80	17-21 Tahun	Lainnya	4-6 kali
81	17-21 Tahun	Lainnya	> 11 Kali
82	17-21 Tahun	Lainnya (Pegawai Swasta)	7-10 Kali
83	22-26 Tahun	Lainnya (Buruh)	4-6 kali
84	22-26 Tahun	Lainnya (Buruh)	4-6 kali
85	22-26 Tahun	TNI/POLRI	4-6 kali
86	27-31 Tahun	Lainnya (Buruh)	4-6 kali
87	22-26 Tahun	Lainnya (Karyawan)	7-10 Kali
88	27-31 Tahun	Lainnya (Swasta)	1-3 Kali
89	> 32 Tahun	Lainnya (Swasta)	1-3 Kali
90	27-31 Tahun	Lainnya (Penjahit)	4-6 kali
91	27-31 Tahun	Lainnya (Pedagang)	4-6 kali
92	22-26 Tahun	Lainnya (Penjahit)	7-10 Kali
93	22-26 Tahun	Lainnya (Pedagang)	> 11 Kali
94	17-21 Tahun	Lainnya (Karyawan Swasta)	> 11 Kali
95	17-21 Tahun	Lainnya (Buruh)	> 11 Kali
96	17-21 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	7-10 Kali
97	17-21 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	4-6 kali



SURAT KETERANGAN

Complete Barbershop yang beralamat di Jl. Mandurorejo, Desa Nyamok, Kec. Kajen Kab. Pekalongan, menyatakan bahwa :

Nama : Muflihun Diansa
NIM : 2013116016
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Telah melakukan penelitian di Complete Barbershop Kajen dalam rangka menyusun Skripsi dengan judul "**Pengaruh Kualitas Pelayanan, Nilai Pelanggan dan Suasana Toko terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Konsumen Complete Barbershop Kajen)**". Adapun penelitian dan pengumpulan data dilakukan mulai tanggal 20 April s/d 15 Mei 2020.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Kajen, 17 Mei 2020

Pemilik

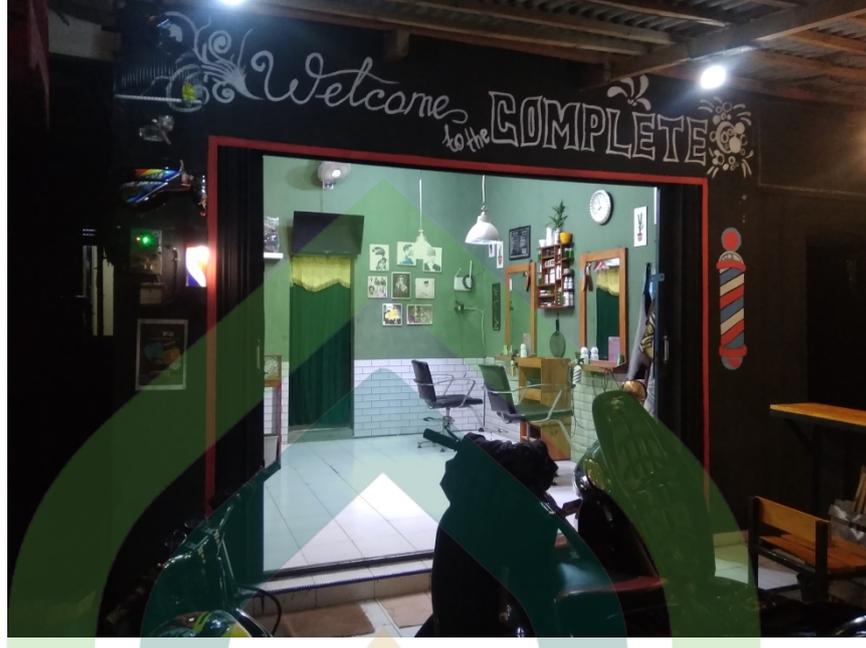
ZAENURI



LAMPIRAN 4

DOKUMENTASI PENELITIAN







BIODATA PENULIS

A. Data Pribadi

Nama : Muflihun Diansa
NIM : 2013116016
Tempat, Tanggal Lahir : Pekalongan, 02 Oktober 1999
Jenis Kelamin : Laki laki
Agama : Islam
Alamat : Dusun Krajan Rt 03 Rw 01
Pekiringanageng,
Kec. Kajen, Kab. Pekalongan

Riwayat Pendidikan :

SD N 01 Pekiringanageng : Lulus Tahun 2010
SMP NU Kajen : Lulus Tahun 2013
SMK N 3 Pekalongan : Lulus Tahun 2016
IAIN Pekalongan : Lulus Tahun 2020

B. Biodata Orang Tua

Nama Bapak : Muhammad Sada'i
Nama Ibu : Siti Anisah
Pekerjaan Bapak : Perangkat Desa
Pekerjaan Ibu : Ibu Rumah Tangga
Alamat : Dusun Krajan Rt 03 Rw 01
Pekiringanageng,
Kec. Kajen, Kab. Pekalongan

**KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PEKALONGAN**

Jl. Kusuma Bangsa No. 9 Pekalongan, Telp. (0285) 412575 ext : 112 | Faks. (0285) 423418
Website : perpustakaan.iainpekalongan.ac.id | Email : perpustakaan@iainpekalongan.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika IAIN Pekalongan, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : MUFLIHUN DIANSA
NIM : 2013116016
Jurusan/Prodi : EKONOMI SYARIAH / FEBI
E-mail address : muflihundiansa1999@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan IAIN Pekalongan, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Tugas Akhir Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)
yang berjudul :

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, NILAI PELANGGAN DAN SUASANA
TOKO TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
(Studi Konsumen Complete Barbershop Kajen)**

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan IAIN Pekalongan berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan IAIN Pekalongan, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Pekalongan, 26 November 2020



MUFLIHUN DIANSA
NIM. 2013116016

NB : Harap diisi, ditempel meterai dan ditandatangani
Kemudian diformat pdf dan dimasukkan dalam Flashdisk
(Flashdisk dikembalikan)