

Pengaruh Harga Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Semeton *Barbershop* Di Wilayah Desa Peguyangan Kangin Tahun 2018

The Effect of Prices and Facilities on Semeton Barbershop Consumer Satisfaction in the Peguyangan Kangin Village Region in 2018

I Made Widiarsana^{1*}, Putu Diah Asrida², Ni Luh Putu Cahayani³

Prodi Pendidikan Ekonom, FPIPS IKIP PGRI Bali

Jl. Seroja Tonja-Denpasar Utara, Bali (80239)

*Pos-el: madewidiarsana3@gmail.com, pdiahasrida13@gmail.com,
putucahayani26@gmail.com

ABSTRAK

Abstrak. Tujuan dalam penelitian ini adalah Pengaruh Harga dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen Semeton *Barbershop* di Wilayah Desa Peguyangan Kangin Tahun 2018. Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial IKIP PGRI BALI Tahun 2019. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu metode asosiatif kausal. Data analisis regresi linier berganda dan uji koefisien determinasi (*Adjust R square*). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Variabel Harga (X1) berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y) hal ini didasari oleh uji t sebesar 2,441 dengan nilai signifikan $0,017 < 0,05$. (2) Variabel Fasilitas (X2) berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y) hal ini didasari oleh hasil uji t sebesar 4,335 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. (3) Variabel Harga (X1) dan Fasilitas (X2) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) di Semeton *barbershop* hal ini didasari oleh uji F sebesar 13,490 dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. (4) hasil koefisien uji determinasi menggunakan metode *Adjust R square* yaitu sebesar 21,7% harga (X1) dan fasilitas (X2) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y) sedangkan sisanya sebesar 78,3% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan ke dalam model penelitian. Sehingga berdasarkan hasil uji diatas dapat disimpulkan terdapat pengaruh signifikan antara harga (X1) dan fasilitas (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y).

Kata Kunci : *Harga, Fasilitas dan Kepuasan Konsumen*

Abstract. The purpose of this study is the Effect of Prices and Facilities on Semeton Barbershop Consumer Satisfaction in Peguyangan Kangin Village Region in 2018. Economic Education Study Program Faculty of Social Sciences Education IKIP PGRI BALI 2019. Data collection methods in this study are causal associative methods. Data of multiple linear regression analysis and the coefficient of determination (*Adjust R square*). The results of this study indicate that (1) Price Variable (X1) influences Consumer Satisfaction (Y) This is based on the t test of 2.441 with a significant value of $0.017 < 0,05$. (2) Facility Variable (X2) influences Consumer Satisfaction (Y), it is based on the t test results of 4.335 with a significance value of $0.000 < 0.05$. (3) Price Variables (X1) and Facilities (X2) have a significant effect on Consumer Satisfaction (Y) in Semeton barbershop. This is based on the F test of 13,490 with a significant value of $0,000 < 0.05$. (4) the results of the determination coefficient test using the *Adjust R square* method that is equal to 21.7% price (X1) and facilities (X2) affect customer satisfaction (Y) while the remaining 78.3% is influenced by other factors not included into the research model. So based on the test results above it can be concluded that there is a significant influence between price (X1) and facilities (X2) on customer satisfaction (Y).

Keywords: Price, Facilities and Consumer Satisfaction

PENDAHULUAN

Pada zaman sekarang sudah cukup banyak para konsumen yang mulai meninggalkan pangkas rambut tradisional itu dikarenakan munculnya pangkas rambut modern atau yang sekarang dikenal dengan nama *Barbershop* atau bisa disebut juga salon khusus pria. Para pengusaha *barbershop* harus memiliki strategi yang tepat agar para pelanggannya merasa puas dengan harga dan fasilitas yang ditawarkan. Menurut Philip Kotler (2009:35) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya.

Setelah peneliti melakukan observasi di wilayah Desa Peguyangan Kangin mengenai jumlah *barbershop* yang tersedia, peneliti menemukan 3 brand *barbershop* di wilayah Desa Peguyangan Kangin yaitu *The Gun's barbershop*, Bagus Bali *barbershop* dan Semeton *barbershop*. Dari ketiga brand tersebut peneliti memilih semeton *barbershop* untuk dijadikan tempat penelitian, itu dikarenakan fasilitas yang tidak memadai dengan harga yang ditawarkan. Fasilitas yang kurang lengkap dengan harga yang cukup mahal masih menjadi masalah bagi Semeton *barbershop* itu dibuktikan dari pernyataan pemilik semeton *barbershop* yang menyatakan bahwa belum tercapainya target yang diinginkan dimana target tersebut adalah 30 sampai 40 konsumen perhari. Dalam sehari target konsumen yang diperoleh semeton *barbershop* hanya

15 sampai 20 saja. Saat peneliti melakukan wawancara dengan bapak Andri Suputra ternyata ada penurunan pendapatan kotor yang diperoleh oleh semeton *barbershop* dari bulan desember tahun 2018 sampai dengan januari tahun 2019.

Tabel 1.4
Pendapatan kotor Semeton
barbershop

Bulan/Tahun	Pendapatan kotor
Desember 2018	Rp. 10.000.000,00
Januari 2019	Rp. 9.200.000,00

Pendapatan kotor yang diperoleh oleh Semeton *barbershop* yaitu mengalami penurunan pada bulan Desember 2018 sampai dengan Januari 2019, berbeda halnya dengan *The Gun's* dan Bagus Bali *barbershop* dimana pada bulan Desember 2018 sampai dengan Januari 2019 tidak mengalami penurunan justru ada yang mengalami peningkatan salah satunya yaitu *The Gun's barbershop*. Pendapatan yang diperoleh oleh *The Gun's* dan Bagus Bali *barbershop* yaitu sebagai berikut :

Tabel 1.5
Pendapatan kotor *The Gun's*
barbershop

Bulan/Tahun	Pendapatan Kotor
Desember 2018	Rp. 12.000.000,00
Januari 2019	Rp. 13.500.000,00

Tabel 1.6
Pendapatan kotor Bagus Bali
barbershop

Bulan/Tahun	Pendapatan kotor
Desember 2018	Rp. 12.000.000,00
Januari 2019	Rp. 12.000.000,00

Melihat perbedaan pendapatan kotor yang diperoleh oleh ketiga brand *barbershop* diatas, Semeton *barbershop* yang memiliki pendapatan kotor paling terendah dibandingkan 2 pesaingnya. Jika pemilik Semeton *barbershop* masih mengandalkan fasilitas yang terbatas dengan harga yang cukup mahal maka Semeton *barbershop* akan mengalami kalah saing dengan pesaing lainnya. Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka peneliti mengajukan penelitian yang berjudul **“PENGARUH HARGA DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SEMETON BARBERSHOP DI WILAYAH DESA PEGUYANGAN KANGIN TAHUN 2018”**.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang berbentuk asosiatif kausal yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel *independen* yaitu Harga (X₁) dan Fasilitas (X₂) terhadap variabel *dependen* yaitu Kepuasan konsumen (Y). Menurut (Sugiyono,2012:31) “Penelitian Asosiatif Kausal yaitu penelitian dengan mencari hubungan keterkaitan sebab akibat satu variabel dengan variabel lain”. Pendekatan kuantitatif disini merupakan penekanan pada pengujian teori melalui pengukuran variabel

penelitian dengan angka dan melakukan analisis data dengan prosedur statistik.

Dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui atau tidak menentu maka adapun pertimbangan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu masyarakat minimal sudah menginjak jenjang pendidikan SMP karena responden yang memiliki tingkat pendidikan minimal SMP atau sederajat sudah berumur di atas 12 tahun dengan asumsi dapat memahami pertanyaan dan mengisi kuesioner dengan baik, dan pernah mempergunakan jasa Semeton *barbershop*. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang mempergunakan jasa Semeton *barbershop*. Pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *non probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel dengan metode *Purposive Sampling*, yaitu pengambilan sampel yang dipilih secara cermat dengan mengambil objek yang selektif dan mempunyai ciri-ciri yang spesifik. Ukuran populasi dalam penelitian ini sangat banyak dan beragam sehingga tidak dapat diketahui dengan pasti, menurut Rao Purba dalam Kharis (2011:50) maka rumus yang digunakan untuk menghitung besaran sampel adalah sebagai berikut:

$$96,04 = 96$$

Jadi dapat disimpulkan bahwa dari perhitungan di atas dapat diketahui bahwa sampel dalam penelitian ini sebanyak 96 responden.

$$n = \frac{z^2}{4(Moe)^2} = = \frac{1,96^2}{4(10)^2} =$$

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini, antara lain pengamatan (*observasi*), wawancara dan kuesioner. Metode pengolahan data pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linier sederhana, analisis regresi linier dua prediktor atau berganda, uji determinasi, dan uji simultan F.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis uji t-test diketahui bahwa nilai t-hitung 2,441 lebih besar dari t-tabel yaitu 1,989 berada pada daerah penolakan H_0 . Dengan nilai signifikan sebesar 0,017 yang nilainya lebih kecil dari tingkat signifikan yang ditetapkan yaitu ($\alpha=0,05$). Sehingga hipotesis pertama (H_1) diterima yakni terbukti harga (X_1) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Hal ini menunjukkan bahwa harga mempengaruhi kepuasan konsumen. Menurut Ade Syarif Maulana (2016:123) semakin tinggi tingkat kelayakan harga maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ni Nyoman Ida Oktaviana (2018) yang menyatakan bahwa adanya pengaruh signifikan antara harga terhadap kepuasan konsumen.

Hasil analisis uji t-test diketahui bahwa nilai t-hitung 4,335 lebih besar dari t-tabel yaitu 1,989 berada pada daerah penolakan H_0 . Dengan nilai signifikan sebesar 0,000 yang nilainya lebih kecil dari tingkat signifikan yang ditetapkan yaitu ($\alpha=0,05$). Sehingga hipotesis kedua (H_2) diterima yakni terbukti fasilitas (X_2) mempunyai pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen (Y).

Hal ini menunjukkan bahwa fasilitas mempengaruhi kepuasan konsumen. Menurut Thomas Aquinas Wahyu Adi Putranto (2016:72) semakin baik fasilitas yang diberikan maka semakin tinggi kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ni Kadek Yayuk Yastuti (2018) yang menyatakan bahwa adanya pengaruh signifikan antara fasilitas terhadap kepuasan konsumen.

Hasil analisis uji F-hitung diketahui bahwa nilai F-hitung 13,490 lebih besar dari f-tabel yaitu 3,09 berada pada daerah penolakan H_0 . Dengan nilai signifikan sebesar 0,000 yang nilainya lebih kecil dari tingkat signifikan yang ditetapkan yaitu ($\alpha=0,05$). Sehingga hipotesis ketiga (H_3) diterima yakni terbukti harga (X_1) dan fasilitas (X_2) mempunyai pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen (Y). Hasil di atas menunjukkan bahwa berarti memang benar ada pengaruh yang signifikan antara harga (X_1) dan fasilitas (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y) di Semeton *Barbershop*. Menurut Miya Ramadhani Triasmawan (2016:28) Semakin baik fasilitas dan harga maka mengakibatkan semakin tinggi pula kepuasan pengunjung. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Yineu Nur Layaalin (2017) yang menyatakan bahwa adanya pengaruh signifikan antara harga dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen.

Dari hasil di atas dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

Ada pengaruh yang signifikan antara harga (X_1) terhadap kepuasan konsumen (Y). Hal ini

dapat dilihat dari uji t-hitung sebesar 2,441 berarti lebih besar dari t-tabel 1,989 dengan nilai signifikan sebesar $0,017 < 0,05$.

Ada pengaruh yang signifikan antara fasilitas (X₂) terhadap kepuasan konsumen (Y). Hal ini dapat dilihat dari uji t-hitung sebesar 4,335 berarti lebih besar dari t-tabel 1,989 dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$.

Ada pengaruh yang signifikan antara harga (X₁) dan fasilitas (X₂) terhadap kepuasan konsumen (Y). Hal ini dapat dilihat dari uji F-hitung sebesar 13,490 berarti lebih besar dari t-tabel 3,09 dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$.

Dari hasil uji determinasi nilai *Adjusted R Square* adalah sebesar 0,217 yang artinya sebesar 21,7% variasi kepuasan konsumen (Y) dipengaruhi oleh harga (X₁) dan fasilitas (X₂), sedangkan sisanya sebesar 78,3% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan ke dalam model penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriani, Munica 2011. *Analisis Pengaruh Fasilitas, Kualitas pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Minat Mereferensikan (Studi Kasus Pada Konsumen Jasa Pelayanan Cuci Sepeda Motor dan Mobil Star Clean di Semarang)*. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.
- Aquinas Wahyu Adi Putranto, Thomas 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen PT. Kereta Api Indonesia Daerah Operasional VI Yogyakarta)*. Program Studi Manajemen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
- Ariwibowo, Rizky 2015. *Usaha Barbershop*.
- Diah Sastrawati, Ni Kadek 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas yang dimiliki Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Hotel Natura Resort & SPA Gianyar, Ubud*. Skripsi. Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial IKIP PGRI BALI.
- Dwiana Putri, Anindya dan Rahayu Tri Astuti, Sri 2017. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Serta Dampaknya Terhadap minat beli Ulang Konsumen (Studi Pada Blends Pasta & Chocolate Cabang Unika Semarang)*. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- Fahrezal, Edo (2017). *Pengaruh Harga, Lokasi, Promosi, dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen, dan Pengaruhnya pada terbentuknya Word-Mouth di Barbershop Kota Semarang*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dian Nuswantoro.
- Ida Oktaviana, Ni Nyoman 2017. *Pengaruh Harga dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi*

- Pendidikan Ekonomi Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial IKIP PGRI Bali*. Skripsi. Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial IKIP PGRI BALI.
- Juni Priansa, Donni. 2017. *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung : ALFABETA,cv.
- Makalah : *Jasa Potong Rambut (Barbershop) "Mang Otten"*
- Nur Layaalin, Yineu 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan TOP 40 Family Karaoke Yogyakarta)*. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Prandhanawati, Ari 2013. *Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas, Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening pada Star Clean Car Wash Semarang*. Jurusan Administrasi Bisnis.
- Ramadhani Triasmawan, Miya 2016. *Kajian Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pengunjung (Studi Kasus Pada Water Boom Niagara Ambulu Jember)*.
- Selvia Umayya, Ika 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien pada Klinik Dokter Gigi Eka Andhayani Aksara Medan*. Program Studi Ekonomi Islam.
- Sukmo Raharjo, Asep 2009. *Pengaruh Fasilitas, Pelayanan, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen dalam menggunakan Jasa Internet di Kecamatan Gajah Mungkur Semarang*. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.
- Syarif Maulana, Ade 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. TOI*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Esa Unggul Jakarta.
- Tamirochmah, Novianny 2014. *Pengaruh Harga Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap Di Rumah Sakit Islam (Studi Kasus Pasien Rawat Inap Kelas 2 Dan Kelas 3 Rumah Sakit Islam Sultan Agung Semarang)*. Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
- Tri Saputra, I Nyoman 2017. *Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Volume Penjualan di Twissterdog Tahun 2017-2018*. Skripsi. Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial IKIP PGRI BALI.
- www. sindonews.com. *Pria Sadar Penampilan, Jumlah Barbershop di Indonesia Meningkat Tahun 2017*.
- Yayuk Yastuti, Ni Kadek 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen pada*

*Hotel Maxone Bali Jimbaran
Pada Tahun 2017. Skripsi.
Program Studi Pendidikan
Ekonomi Fakultas Pendidikan
Ilmu Pengetahuan Sosial IKIP
PGRI BALI.*

*Penjualan Di
Twissterdog. Program Studi
Pendidikan Ekonomi
Fakultas Pendidikan
Ilmu Pengetahuan Sosial IKIP
PGRI BALI.*

Yuntini, Ni Wayan 2018. *Pengaruh
Distribusi Dan Promosi
Terhadap Volume*