

Pengaruh *Physical Evidence, People* Dan *Process* Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Rizky Halimah Salon)

Irfan Maulana Rizky *

Muhammad Mansur **

Khalikussabir ***

Email : irvanmaulanarizk46@gmail.com

Universitas Islam Malang

Abstract

This study aims to determine how strong the influence of physical evidence, people and process on customer satisfaction at Rizky Halimah Salon located in Bucor Kulon Village, Pakuniran District, Probolinggo Regency. With this study the author uses a quantitative approach, so the author uses physical evidence, people and process variables as independent variables while customer satisfaction variables are used as dependent variables. The data collection method used is a non-probability sampling method, in this sample method must be accurate or in accordance with the purpose of the study. With this quantitative study, researchers collected data that was disseminated using questionnaires. The primary data obtained from the questionnaire will then be processed using the SPSS application version 27. In this result shows that (1) Physical evidence, people, and process on customer satisfaction have a significant effect together. (2) Physical evidence has no significant effect on customer satisfaction. (3) People have no significant effect on customer satisfaction. (4) Process has a significant or simultaneous effect on customer satisfaction.

Keywords: *Physical Evidence, People, Process, Customer Satisfaction*

Pendahuluan

Saat ini dalam era moderen peluang usaha di bidang salon terus berkembang dan tampaknya tidak pernah menurun menjadikan industri ini sangat menjanjikan. Fenomena menarik yang dapat dilihat adalah semakin banyak salon yang bermunculan di wilayah tempat tinggal kita. Usaha-usaha ini berdiri dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan tentunya mencapai keuntungan dari bisnis salon tersebut.

Menurut Widiana (2017) usaha jasa di bidang kecantikan ini sangat menguntungkan karena banyaknya peminat dari konsumen akan perawatan kecantikan, dalam dunia jasa intraksi antar konsumen akan kebutuhan konsumen akan penampilan yang sangat menarik sehingga membuat konsumen menjadi loyal dan akan merasa ingin mempercantik diri. Suatu peluang usaha yang sangat besar untuk membuka sebuah perusahaan kecantikan. Alasan peneliti memilih salon sebagai tempat penelitian adalah karena salon menyuguhkan tempat perawatan yang nyaman bagi konsumen dan pelayanan yang sangat ramah dan harga yang ditawarkan sangat terjangkau. Salah satu jenis usaha salon sangat digemari oleh masyarakat karena banyak diminati oleh para konsumen. Semakin banyaknya jumlah salon yang berdiri menyebabkan persaingan dalam industri ini semakin sengit sehingga manajemen bisnis perlu mencari ide strategis untuk menarik minat konsumen.

Saat mencari salon, kepuasan pelanggan umumnya tercapai melalui suasana yang nyaman dan bukti fisik yang menarik. Pengelola salon mengakui bahwa desain dan pengaturan tata letak interior memiliki dampak signifikan pada perhatian dan suasana hati para pengunjung, yang pada akhirnya menciptakan rasa kenyamanan dan kesenangan bagi mereka. Oleh karena itu, penting bagi

pengelola salon untuk memberikan perhatian khusus pada bukti fisik. Tidak dapat disangkal bahwa suasana fasilitas yang menarik, baik dalam hal interior maupun eksterior, akan mempengaruhi minat kunjungan pelanggan, yang pada gilirannya akan memengaruhi tingkat kepuasan dan loyalitas mereka. Tryadi (2021).

Berdasarkan konteks yang dijelaskan sebelumnya, peneliti bermaksud untuk menginvestigasi dampak dari tiga faktor utama, yaitu *physical evidence* (bukti fisik), *people* (orang-orang), dan *process* (proses), terhadap tingkat kepuasan konsumen. Penelitian ini akan fokus pada bagaimana elemen-elemen tersebut berkontribusi terhadap pengalaman pelanggan dan akhirnya memengaruhi sejauh mana konsumen merasa puas dengan produk atau layanan yang ditawarkan oleh suatu perusahaan atau penyedia jasa.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian adalah sebagai berikut :

1. Apakah *physical evidence*, *people* dan *process* berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen di Rizky Halimah Salon?
2. Apakah *physical evidence* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Rizky Halimah Salon ?
3. Apakah *people* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Rizky Halimah Salon ?
4. Apakah *process* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Rizky Halimah Salon ?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dijelaskan, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh *physical evidence*, *people* dan *process* terhadap kepuasan konsumen di Rizky Halimah Salon.
2. Untuk menganalisis pengaruh *physical evidence* terhadap kepuasan konsumen di Rizky Halimah Salon
3. Untuk menganalisis pengaruh *people* terhadap kepuasan konsumen di Rizky Halimah Salon
4. Untuk menganalisis pengaruh *process* terhadap kepuasan konsumen di Rizky Halimah Salon.

Manfaat Penelitian

Manfaat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi peneliti
 Penelitian ini dapat berguna sebagai bentuk pengimplentasian untuk perguruan tinggi yang salah satunya adalah penelitian. Selain itu, sebagai seseorang yang memiliki status mahasiswa maka harus menjalankan peran sebagai *agen of change*. Mahasiswa harus mampu memanfaatkan penelitian ini sebagai sebuah proses pembelajaran untuk memperoleh perubahan-perubahan yang akan membawa mahasiswa lebih kritis, kreatif dan inovatif.
2. Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian ini akan menjadi sumbangan dalam dunia keilmuan untuk terus mengembangkan akademi yang berkualitas serta membantu peneliti lain untuk mengambil skripsi

Tinjauan Pustaka

Penelitian Terdahulu

Penelitian ini tidak terlepas dari hasil penelitian sebelumnya yang telah dilakukan untuk keperluan perbandingan dan penelitian. Hasil pencarian yang digunakan untuk perbandingan berikut ini

Ryan dan Edin (2013). Judul Skripsi: "Analisis Pengaruh *Product*, *Price*, *Promotion*, *Place*, *People*, dan *Physical Evidence* terhadap Tingkat Kunjungan Konsumen *Coffee Cozies* Surabaya". Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh dari *product*, *price*, *promotion*, *place*, *people* dan *physical evidence* Terhadap tingkat kunjungan konsumen *Coffee Cozies* Surabaya. Hasil dari

penelitian ini menunjukkan hanya 4 variabel yang berpengaruh signifikan, yaitu *product*, *promotion*, *price* dan *place*. Sedangkan faktor yang berpengaruh dominan terhadap tingkat kunjungan di *Coffee Cozies* Surabaya adalah *product*

Kedua dalam penelitian Hafrizal (2018) dengan judul berjudul “Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana XL di Kota Padang”. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian Kartu Perdana XL di Kota Padang tidak dipengaruhi secara signifikan oleh produk, harga, iklan dan bukti fisik. Sedangkan distribusi, personalia dan proses berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Kartu Perdana XL dari Kota Padang..

Ketiga dalam penelitian Nauli, dan Saryadi,(2021). "Pengaruh *Brand Image* dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen (Studi Pada J.Co *Donuts* dan *Coffee Java Supermall* Kota Semarang). Hasil analisis menunjukkan bahwa kepuasan konsumen memiliki peran parsial sebagai mediator antara brand image dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen. Koefisien korelasi antara variabel brand image dan kepuasan konsumen menunjukkan hubungan yang lemah, sedangkan koefisien korelasi antara variabel kualitas produk dan kepuasan konsumen menunjukkan hubungan yang kuat. Variabel kepuasan konsumen menjelaskan 25,9% variasi dalam loyalitas konsumen, sementara kepuasan konsumen sendiri dijelaskan sebanyak 13,6% oleh *brand image* dan 55,8% oleh kualitas produk.

Keempat dalam penelitian Bachtar (2018) dengan judul “Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Minat Berkunjung Kembali di Objek Wisata Pantai Kabupaten Gunung Kidul”. Hasil penelitian dalam pengujian secara parsial menunjukkan bahwa produk, harga, promosi, lokasi, orang, proses dan bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali. Sedangkan pengujian secara bersamaan menunjukkan produk, harga, promosi, lokasi, orang, proses dan bukti fisik berpengaruh positif terhadap minat berkunjung kembali ke Objek Wisata Pantai Gunung Kidul.

Landasan Teori Dan Pengembangan Hipotesis (TIMES NEW ROMAN; font 12; bold; sentence case, left)

Physical Evidence

Bukti fisik menurut Hurriyati (2018) “*The envirement in wich the service is delivered and where firm and costumer interact and any tangible component that facilitate performance or communication of the service*” Tampilan fisik ini berarti sesuatu yang secara khusus mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan menggunakan jasa yang ditawarkan. Unsur-unsur yang termasuk dalam pembuktian meliputi lingkungan fisik, dalam hal ini bangunan fisik, perkakas, perlengkapan, logo, warna dan barang-barang lain yang termasuk dalam pelayanan yang diberikan, seperti bendera, sampul, stiker, dan lain-lain.

People

Menurut Zeithaml (2018) “*People of all human actor who pay in service delivery and thus influence the buyer’s perceptions : namely, the firm’s personel the curtomer and other customer in the service en ironmrnt*”. Elemen “*people*” tidak hanya mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap layanan, tetapi juga dapat menjadi faktor penentu utama dalam menciptakan hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Interaksi yang positif, sikap ramah, komunikasi yang efektif, dan kemampuan menjawab kebutuhan pelanggan dengan tepat adalah hal-hal yang dapat memperkuat hubungan pelanggan.

Process

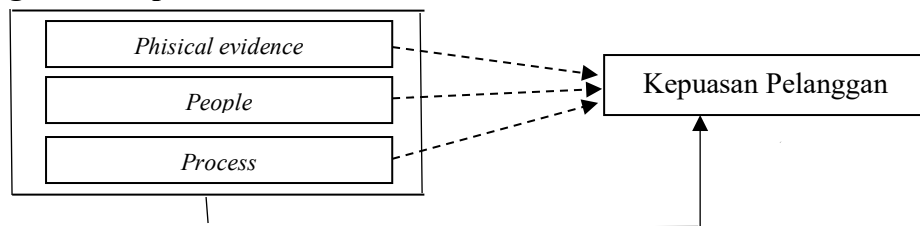
Process menurut Zeithaml (2018) ialah “*The actual procedurs, mechanism, and flow of activities by wich the service is delivered the service delivery operating system*”. Proses merupakan

seluruh mekanisme actual, mekanisme serta peredaran aktivitas yang digunakan buat memberikan jasa.

Kepuasan Konsumen

Menurut Paul dan Jerry (2017) kepuasan konsumen adalah konsep penting dalam konsep pemasaran dan penelitian konsumen sudah menjadi pendapat umum bahwa jika konsumen merasa puas dengan suatu produk atau merek, mereka cenderung akan terus membeli dan menggunakannya serta memberitahu orang lain tentang pengalaman mereka yang menyenangkan dengan produk tersebut. jika mereka tidak dipuaskan, mereka cenderung beralih merek serta mengajukan keberatan pada produsen, pengecer, dan bahkan menceritakan kepada konsumen lain.

Kerangka Konseptual



Gambar 1. Model Penelitian

Hipotesis

Menurut Sugiyono (2017) Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori. Hipotesis dirumuskan atas dasar kerangka pikir yang merupakan jawaban sementara atas masalah yang dirumuskan.

H1: *Physical, Evidence, People* dan *Procces* berpengaruh simultan terhadap kepuasan konsumen pada Rizky Halimah Salon.

H2: *Physical Evidence* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Rizky Halimah Salon.

H3: *People* berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada Rizky Halimah Salon.

H4: *Process* berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada Rizky Halimah Salon.

Metode Penelitian

Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian

Jenis penelitian yang di gunakan ialah penelitian kausalitas. Penelitian kausalitas yaitu penelitian yang disusun buat penelitian kemungkinan adanya akibat antat variabel Sanusi (2017). Dalam konteks penelitian kausal, data yang digunakan dapat berasal dari data primer atau data sekunder. Data primer adalah data yang dikumpulkan secara langsung dari sumbernya melalui metode observasi, wawancara, atau kuesioner.

Penelitian dilaksanakan kepada pelanggan Rizky Halimah Salon yang berada di Desa Bucor Kulon Kecamatan Pakuniran Kabupaten Probolinggo Jawa Timur.

Populasi dan Sampel

Sugiyono (2017) mengemukakan bahwa populasi sebagai wilayah secara umum yang terdiri atas obyek atau subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti lalu dibuat kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Rizky Halimah Salon yang rata-rata jumlah konsumen yang menggunakan jasa Rizky Halimah Salon di Desa Bucor Kulon pada setiap bulan yaitu sebanyak 180 orang. Menggunakan rumus slovin dengan batas toleransi 10%.

$$n = \frac{180}{1+(180(0,1)^2)} = 64 \text{ orang}$$

Sumber Data

Menggunakan data primer dalam penelitian memberikan keuntungan karena data tersebut adalah informasi yang baru dan relevan langsung dengan tujuan penelitian. Namun, penting juga untuk memastikan bahwa metode pengumpulan data dan analisis yang digunakan sesuai dengan tujuan penelitian

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan instrumen yang akan digunakan untuk mengukur variabel adalah skala likert. Skala likert adalah metode yang sering digunakan dalam penelitian untuk mengukur pandangan, persepsi, atau sikap responden terhadap berbagai pernyataan atau pertanyaan. Responden diminta untuk memberikan tanggapan berdasarkan skala yang diberikan, yang biasanya berkisar dari "Sangat Setuju" hingga "Sangat Tidak Setuju",

Metode Analisis Data

Penelitian ini memakai analisis linier dengan mencantumkan satu variabel dependen (Y) serta tiga variabel independen (X1, X2 dan X3). Berikut kesamaan regresi linier berganda bisa dirumuskan yaitu Sugiyono (2017) :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Uji Validitas

Tabel 1. Uji Validitas

No.	Variabel	Indikator	R(hitung)	Rtabel	Keterangan
1.	Physical Evidence(X1)	X1	0,768	0,254	Valid
		X2	0,614	0,254	Valid
		X3	0,774	0,254	Valid
2.	People(X2)	X1	0,750	0,254	Valid
		X2	0,762	0,254	Valid
		X.3	0,801	0,254	Valid
		X4	0,521	0,254	Valid
3.	Process (X3)	X.1	0,673	0,254	Valid
		X2	0,743	0,254	Valid
		X3	0,723	0,254	Valid
		X.4	0,794	0,254	Valid
4.	Kepuasan pelanggan (Y)	Y.1	0,733	0,254	Valid
		Y.2	0,761	0,254	Valid
		Y.3	0,782	0,254	Valid
		Y.4	0,735	0,254	Valid
		Y.5	0,730	0,254	Valid

Sumber : Data Primer Di Olah, 2023

Berdasarkan Tabel 1 di atas dinyatakan valid, dikarenakan dengan r hitung > dari r table (batas signifikan sebesar 0,05).

Uji Reabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

No.	Variabel	Cronbach alpha	Rtabel	Keterangan
1.	Physical Evidence (X1)	0,535	0,60	Reliabel
2.	People (X2)	0,682	0,60	Reliabel
3.	Process (X3)	0,715	0,60	Reliabel
4.	Kepuasan pelanggan (Y)	0,799	0,60	Reliabel

Sumber Data : Data Primer Di Olah, 2023

Jika nilai Reliabelitas tersebut dapat dinyatakan reliabel bahwa seluruh variabel yang di gunakan dalam penelitian ini mempunyai hasil yang reliabel. Dikatakan reliabel karena nilai *cronbach's alpha* > 0,6.

Uji Normalitas

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		64
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,93693899
Most Extreme Differences	Absolute	,100
	Positive	,065
	Negative	-,100
Test Statistic		,100
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		,178
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^a	Sig.	,107
	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	,099
	Upper Bound	,115

Sumber Data : Data Primer Di Olah, 2023

Berdasarkan tabel 3 tersebut ditunjukkan bahwa dari variabel dependen dengan nilai *kolmogrov-smirnov* 0,100 berdasarkan signifikansi 0,178 nilai tersebut diatas $\alpha = 0,05$. Maka dapat diartikan bahwa data telah berdistribusi secara normal.

Uji Multikolinieritas

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinieritas

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.		B	Std. Error
1	(Constant)	1,696		,807	,423			
	TOTAL X1	,236	,137	1,115	,269		,429	2,329
	TOTAL X2	,311	,220	1,675	,099		,375	2,667
	TOTAL X3	,666	,496	3,893	,000		,400	2,502

a. Dependent Variable: TOTAL Y

Berdasarkan Tabel 4 Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai *tolerance* dari variabel *Physical Evidence*, *People*, *Process* dan Kepuasan Pelanggan. memiliki nilai lebih besar dari 0,1 dan dari ketiga variabel bebas tersebut memiliki nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dibawah 10. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dalam pengujian ini tidak terjadi *multikolinieritas* antar variabel bebas.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.		B	Std. Error
1	(Constant)	4,346		3,424	,001			
	TOTAL X1	-,039	-,057	-,307	,760		,429	2,329
	TOTAL X2	,064	,113	,568	,572		,375	2,667
	TOTAL X3	-,203	-,377	-1,965	,054		,400	2,502

a. Dependent Variable: ABS

Sumber: Data Primer Di Olah, 2023

Berdasarkan hasil pengujian heteroskedastisitas, diketahui bahwa nilai signifikansi variabel *Physical Evidence* (X1) sebesar 0,760, *People* (X2) sebesar 0,572 dan variabel Kepuasan Pelanggan sebesar 0,54 dan masing-masing variabel independen memiliki nilai *sig* > 0,05, maka dapat dinyatakan tidak terjadi masalah

Regresi Linier Berganda

Tabel 6. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	1,696	2,100		,807	,423
	<i>Physical Evidence</i> (X1)	,236	,212	,137	1,115	,269
	<i>People</i> (X2)	,311	,186	,220	1,675	,099
	<i>Process</i> (X3)	,666	,171	,496	3,893	,001

Sumber: Data Primer Di Olah, 2023

Berdasarkan Tabel 6 tersebut, diperoleh model regresi sebagai berikut :

$$Y = 1,696 + 0,236 X_1 + 0,311 X_2 + 0,666 X_3 + e$$

Berdasarkan model regresi tersebut, maka hasil dari regresi linier berganda dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

1. Hasil konstanta menunjukkan hasil positif. Hal ini *Physical Evidence*, *People*, *Process* dan Kepuasan Pelanggan mengalami peningkatan maka kepuasan pelanggan mengalami peningkatan sehingga pelanggan mengalami peningkatan menggunakan jasa Rizky Halimah Salon.
2. Variabel *Physical Evidence* Memiliki perasaan positif temuan koefisien regresi menunjukkan adanya korelasi baik pada minat pembelian konsumen. Akibatnya jika variabel *Physical Evidence* naik maka Kepuasan Pelanggan untuk melakukan penggunaan jasa juga akan naik. Maka juga dengan sebaliknya apabila variabel *Physical Evidence* menurun, maka Kepuasan Pelanggan juga menurun.
3. Variabel *People* memiliki hasil koefisien regresi positif mengimplikasikan bahwa Kepuasan Pelanggan dipengaruhi secara positif oleh variabel *People*. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *people* dan variabel Kepuasan Pelanggan memiliki hubungan yang baik begitu pula sebaliknya. Apabila variabel *People* menurun maka Kepuasan Pelanggan juga akan menurun.
4. Variabel *Process* memiliki dampak menguntungkan yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan hal ini ditunjukkan dengan hasil koefisien regresi bernilai positif. Artinya apabila variabel *Process* meningkat, maka Kepuasan Pelanggan juga meningkat, maka juga dengan sebaliknya apabila variabel *Process* menurun, maka Kepuasan Pelanggan juga menurun.

Uji F (simultan)

Tabel 7. Uji F (Uji Simultan)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	371,625	3	123,875	31,446	,000 ^b
Residual	236,359	60	3,939		
Total	607,984	63			

Sumber: Data Primer Di Olah, 2023

Berdasarkan tabel 7 Anova di atas, diperoleh nilai F_{hitung} diperoleh sebesar 31,446 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000^b dan $df_1=3$, $df_2=60$,. Nilai F_{hitung} (31,446 > nilai F_{tabel} 2,75). Karena nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya, terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara variabel-variabel independen yaitu *physical evidence* (X_1), *people* (X_2), *process* (X_3) terhadap variabel dependen kepuasan konsumen menggunakan jasa Risky Halimah Salon (Y).

Uji t (parsial)

Tabel 8. Uji t (Uji Parsial)

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1,696	2,100		,807	,423		
TOTAL X1	,236	,212	,137	1,115	,269	,429	2,329
TOTAL X2	,311	,186	,220	1,675	,099	,375	2,667
TOTAL X3	,666	,171	,496	3,893	,000	,400	2,502

1. Variabel *physical evidence* memperoleh t hitung 1,115 < t tabel 2,0. Artinya bahwa *physical evidence* tidak berpengaruh terhadap Y. Berarti H_0 diterima dan H_a di tolak.
2. Variabel *people* memperoleh t hitung 1,675 < t tabel 2,0. Artinya bahwa *people* tidak berpengaruh terhadap Y. Berarti H_0 diterima dan H_a di tolak.
3. Variabel *process* memperoleh t hitung 3,893 > t tabel 2,0. Artinya process berpengaruh terhadap Y. Berarti H_0 di tolak dan H_a diterima.

Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 9. Uji Koefisien Determinasi (R)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.782 ^a	.611	.592	1,985

Sumber : Data Primer Di Olah, 2023

Jika table 4.15 menyatakan bahwa *R-square* sebesar 0,592 atau 59%, maka ini berarti 59% dari variasi dalam variabel dependen (misalnya, "keputusan pembelian") dapat dijelaskan oleh variabel independen yang termasuk dalam model, yaitu *physical evidence*, *people*, dan *process*. Sisanya, yaitu $100\% - 59\% = 41\%$, merupakan variasi dalam variabel dependen yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model ini.

Implikasi Hasil Penelitian

Pengaruh *Physical Evidence*, *People* dan *Process* Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan perhitungan yg diperoleh dari uji F nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan $F_{hitung} 31,446 > \text{nilai } F_{tabel} 2,75$, dapat diketahui bahwa *Physical Evidence*, *People* dan *Process* berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Pengaruh *Physical Evidence* Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan uji t, diketahui bahwa *physical evidence* tidak signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Karena Rizky Halimah Salon memperoleh t hitung $1,115 < t \text{ tabel } 2,0$. Rizky Halimah Salon memerlukan ide *physical evidence* yang dapat bersaing sehingga memerlukan penelitian yang lebih signifikan.

Pengaruh *People* terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan uji t, diketahui bahwa *people* tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Rizky Halimah Salon karena memperoleh t hitung $1,675 < t \text{ tabel } 2,0$. sehingga memerlukan penelitian yang lebih teliti terhadap *people* sehingga membutuhkan pelayanan terbaik untuk kepuasan konsumen.

Pengaruh *Process* terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil perhitungan uji t dapat dinyatakan bahwa *process* memiliki pengaruh signifikan karena memperoleh t hitung $3,893 > t \text{ tabel } 2,0$ terhadap

Kepuasan Pelanggan pada Rizky Halimah Salon. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun *process* yang dilakukan oleh Rizky Halimah Salon sangat intensif dan dengan berbagai strategi, memberikan pengaruh terhadap kepuasan.

Kesimpulan, Keterbatasan Dan Saran

Simpulan

Berdasarkan pada penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh *physical evidence*, *people* dan *process* terhadap kepuasan pelanggan menggunakan jasa Risky Halimah Salon. Responden dalam penelitian ini berjumlah 64 orang.

kesimpulan sebagai berikut:

- Dari uji F dapat di lihat nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 Secara keseluruhan *physical evidence*, *people* dan *process* mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan menggunakan jasa Risky Halimah Salon.
- Dari uji T :
 - Secara parsial *physical evidence* mempunyai nilai t hitung $1,115 < t \text{ tabel } 2,0$. Artinya tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan menggunakan jasa Risky Halimah Salon.

2. Secara parsial *people* mempunyai nilai t hitung $1,675 < t$ tabel $2,0$. tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan menggunakan jasa Risky Halimah Salon.
3. Secara parsial *process* mempunyai nilai t hitung $3,893 > t$ tabel $2,0$. Artinya *process* pengaruh signifikan terhadap kepuasanpelanggan menggunakan jasa Risky Halimah Salon..

Saran

Beberapa masalah mungkin berdampak pada temuan penelitian, yang dapat digunakan sebagai bahan evaluasi untuk penelitian masa depan. Berikut ini adalah saran berdasarkan temuan penelitian:

1. Sebaiknya jasa Rizky Halimah Salon meningkatkan faktor-faktor yang sudah berjalan dengan baik agar tetap menjadi salah satu pilihan pelanggan dan juga dalam hal layanan jasa dalam segi pelayanan karyawan, dan tampilan fisik agar tetap menjadi salah satu pilihan pelanggan dan mampu bersaing dengan sesama kompetitor.

Sebaiknya jasa Risky Halimah Salon meningkatkan kembali kualitas faktor-faktor yang kurang berjalan dengan baik, seperti menyediakan lebih banyak pilihan layanan sesuai keinginan pelanggan agar tetap menjadi salah satu pilihan pelanggan dan mampu bersaing dengan sesama kompetitor

Referensi

- Bachtiar, M. L. (2018). *“Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Minat Berkunjung Kembali di Objek Wisata Pantai Kabupaten Gunung Kidul” (studi pada mahasiswa strata 1 fakultas ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta)*. Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia (JMBI).
- Hafrizal, H. O. A. (2018). *“Pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap Keputusan pembelian kartu perdana prabayar XL Di Kota Padang”*. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan.
- Hurriyati, R. (2018). *“Bauran pemasaran dan loyalitas konsumen”*. Journal Bandung: Alfabeta.
- Naully, dan S. Saryadi, (2021) *“Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen (Studi Pada J.Co Donuts & Coffee Java Supermall Kota Semarang)”*, Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis.
- Peter, Paul J. dan Jerry C. Olson. (2017) *“Costumer Behavaor: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran”*. Dialihbahsakan oleh Damos Sihombing. Jakarta: Erlangga.
- Ryan, N. dan Edin Japarianto (2013). Dengan judul *“Product, Price, Promotion Place, People dan physical evidence Terhadap Tingkat Kunjungan Di Kafe Coffe Cozies Surabaya.”*Jurnal Manajemen Pemasaran”
- Sanusi. (2017). *“Metodologi Penelitian Bisnis Jakarta”*.
- Sugiyono. (2017). *“Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D”*
- Tryadi, C. (2021). *“Teacher Strategy In Reducing Hyperactive Behavior Of Children With Special Needs During Pandemic Covid-19 At SLBN Sukoharjo”*. International Journal of Economy, Education and Entrepreneurship,
- Widiana.W. (2017), *“Tingkat Kepuasan Pelanggan dan Strategi Pengembangan Usaha Jasa Salon Kecantikan Keraton di Tangerang”*. Jurnal Manajenen IKM.
- Zeithaml, V. (2018). *“Cost-effective service excellence”*. Journal of the Academy of Marketing Science.

Irfan Maulana Rizky*) Adalah Mahasiswa FEB Unisma

Muhammad Mansur**) Adalah Dosen Tetap FEB Unisma

Khalikussabir***) Adalah Dosen Tetap FEB Unisma