

2.1.4.3. Faktor - faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan

Menurut Indrasari (2019:87-88) dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan, terdapat lima faktor utama dan harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu:

1. Kualitas produk

Pelanggan akan merasa puas bila evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan memang berkualitas.

2. Kualitas pelayanan

Pelanggan akan merasa puas apabila mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.

3. Emosional

Pelanggan akan merasa bangga dan yakin bahwa orang lain akan kagum terhadap mereka, apabila memakai produk tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.

4. Harga

Produk dengan kualitas yang sama tetapi harga yang relatif rendah menawarkan nilai yang lebih besar kepada pelanggan.

5. Biaya

Pelanggan yang tidak mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlumembuang waktu untuk mendapatkan suatu produk cenderung merasa puas dengan produk tersebut.

2.1.4.4. Indikator Kepuasan Pelanggan

Kotler dan Keller (2018:140) menjelaskan beberapa indikator kepuasan pelanggan, yaitu :

1. Tetap setia

Pelanggan yang merasa puas terhadap suatu produk akan cenderung menjadi setia dan pelanggan tersebut akan melakukan pembelian ulang dari produsen yang sama.

2. Membeli produk baru perusahaan

Karena merasa puas pelanggan memiliki keinginan untuk membeli produk yang ditawarkan karena adanya keinginan untuk mengulang pengalaman yang diterima setelah mengonsumsi produk.

3. Merekomendasikan produk

Pelanggan yang puas akan mendapatkan dorongan melakukan komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif tentang perusahaan dan produknya kepada orang lain.

4. Kurang memperhatikan merek pesaing

Pelanggan bersedia membayar lebih kepada perusahaan karena sudah percaya akan perusahaan.

2.2. Penelitian Terdahulu

Zaini, dkk (2019) meneliti tentang “Pengaruh kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi harga dan kualitas pelayanan terhadap *Prepeat Buying* (Studi Pada Pelanggan Babershop di Kota Malang)”, metode pada penelitian ini adalah analisis Partial Least Square (PLS). Dan hasil uji T variabel Variabel harga memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan Barbershop. Variabel kualitas layanan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan, Variabel kepuasan pelanggan memiliki pengaruh signifikan terhadap pembelian berulang, Variabel harga tidak berpengaruh signifikan terhadap pembelian berulang, Variabel harga memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap pembelian berulang melalui variabel kepuasan pelanggan, Variabel kualitas layanan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap pembelian berulang, Variabel kualitas layanan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap pembelian berulang melalui variabel kepuasan pelanggan.

Ghozali (2021) Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Bintang Barbershop Di Kabupaten Tulungagung). Diperoleh data dari penyebaran responden 98 Responden. uji T Variabel harga, kualitas dan *store atmosphere* pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Bintang barbershop Tulungagung dan. Dan hasil uji F secara serempak (simultan) harga (X1), kualitas pelayanan (X2), dan *store atmosphere* (X3), berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Makmur, dkk (2024). meneliti tentang “Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Barbershop Keep Handsome di Cipayung Depok. Sampel penelitian ini sebanyak 97 responden, dengan Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah regresi linier berganda, Hasil Uji F variabel pengaruh

positif dan signifikan variabel X1 Harga dan X2 Kualitas Pelayanan secara simultan terhadap Y Kepuasan Konsumen sehingga H_03 ditolak dan H_a3 diterima. Hasil Koefisiensi Determinasi sebesar 52,1 % yang berarti kepuasan pelanggan di pengaruhi oleh variabel Harga dan Kualitas Pelayanan sebesar 52,1% dan sisanya 46,9 % dipengaruhi oleh variabel lain seperti promosi, fasilitas dan yang lainnya.

Fitriyanto, dkk (2023). Meneliti tentang Pengaruh pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan Matapisau Barbershop Yogyakarta. Diperoleh data dari penyebaran responden 100 responden. dengan Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah regresi linier berganda. Hasil Uji T harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hasil uji F terdapat pengaruh persepsi harga, lokasi, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan. Hasil uji R^2 pada penelitian ini diperoleh nilai sebesar 0,715. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variabel persepsi harga, lokasi, dan kualitas pelayanan sebesar 71,5%.

Huda (2022) Meneliti tentang Pengaruh harga, kualitas pelayanan dan citra merek dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan pada *barbershop Wish Hairstudio* di Kediri. Diperoleh data dari penyebaran responden 40 responden. dengan Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah regresi linier berganda. Hasil Uji T terdapat pengaruh yang signifikan antara harga, kualitas pelayanan dan citra merek secara parsial terhadap kepuasan pelanggan (Y). dari hasil uji F variabel Harga, Kualitas Pelayanan dan Citra Merek secara bersama atau simultan mempengaruhi kepuasan pelanggan secara signifikan, dan nilai koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) = 0,649 dengan nilai tersebut menunjukkan bahwa varians variabel dependen sebesar 64,9% dipengaruhi oleh variabel independen dalam model ini

Nisa, dkk (2021). “Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan (Studi Kasus Pada Potong Rambut Noveria Dusun Kedawung)”, Sampel penelitian ini sebanyak 99 responden, Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah regresi linier berganda. Dan hasil uji T variabel kualitas pelayanan dan harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Potong Rambut Noveria. secara simultan kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, Terbukti dengan hasil uji F yaitu sebesar $\text{Sig. F } 0,010 < 0,05$ dengan $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}} = 4.826 > 3.09$ maka hipotesis dapat diterima bahwa semua

variabel bebas layak untuk menjelaskan variabel terikat yang analisisnya seperti yaitu kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

PENELITI	JUDUL	VARIABEL	ANALISIS	HASIL
Zini, dkk (2019). Jurnal Administrasi dan Bisnis, Vol. 13, No.2, ISSN 1978-726X eISSN 2715.0216	Pengaruh kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi harga dan kualitas pelayanan terhadap <i>Prepeat Buying</i> (Studi Pada Pelanggan Babershop di Kota Malang)	Kepuasan Pelanggan Harga Kualitas Pelayanan Prepeat Buying	Path Analysis Jalur	1. Uji t, variabel Harga Kualitas Pelayanan Harga berpengaruh positif Kepuasan pelanggan, Variabel harga tidak berpengaruh signifikan terhadap pembelian berulang, Variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap pembelian berulang
Ghozali, dkk (2022). Jurnal Manajemen, Ekonomi, Keuangan dan Akuntansi (MEKA). Vol 3, No 2 p-ISSN 2686-1372, e-ISSN 2686-4363	Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Bintang Barbershop Di Kabupaten Tulungagung)	Harga Kualitas Pelayanan Store Atmosphere Kepuasan Pelanggan	Analisis regresi linier berganda	1. Koefisien Determinasi 60 % 2. Uji t, Variabel harga, kualitas pelayanan dan store atmosphe berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan 3. Uji F, semua harga, kualitas pelayanan dan store atmosphe berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan
Makmur, dkk (2024). JORAPI : Journal of Research and Publication Innovation. Vol. 2, No. 1, ISSN 2985-4768	Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Barbershop Keep Handsome di Cipayung Depok	Harga Kualitas Pelayanan Kepuasan Pelanggan	Analisis regresi linier berganda	1. Koefisien Determinasi 52,1 % 2. Uji t, Harga Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen 3. Uji F, semua variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen

PENELITI	JUDUL	VARIABEL	ANALISIS	HASIL
Fitriyanto, dkk (2023). Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Indonesia STIE Widya Wiwaha. Vol.3, No.4, ISSN 2808-1617	Pengaruh persepsi harga, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Matapisau Barbershop Yogyakarta	Persepsi Harga Lokasi Kualitas Pelayanan Kepuasan Pelanggan	Analisis regresi linier berganda	1. Koefisien Determinasi 71,5 % 2. Uji t, variabel Persepsi Harga Lokasi Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan 3. Uji F, Persepsi Harga Lokasi Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan
Huda, (2022). Jurnal SIMANIS : Simposium Manajemen dan Bisnis	Pengaruh harga, kualitas pelayanan dan citra merek dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan pada <i>barbershop Wish Hairstudio</i> di Kediri	Harga Kualitas Pelayanan Citra merek Kepuasan Pelanggan	Analisis regresi linier berganda	1. Koefisien Determinasi 16,6% 2. Uji t, Variabel Pemberian Kompensasi tidak berpengaruh positif terhadap kinerja driver Goride, Punishment berpengaruh positif terhadap kinerja driver Goride 3. Uji F, semua variabel Kompensai, Punishment berpengaruh positif terhadap kinerja driver Goride.
Nisa, dkk (2021). <i>JIAGABI</i> ISSN 2302 - 7150 Vol. 10, No. 1	Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan (Studi Kasus Pada Potong Rambut Noveria Dusun Kedawung)",	Kualitas Pelayanan Harga Kepuasan Pelanggan	Analisis regresi linier berganda	1. Koefisien Determinasi 10,4% 2. Uji t, variabel Kualitas Pelayanan Harga berpengaruh positif Kepuasan pelanggan. 3. Uji F, variabel Kualitas Pelayanan Harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Sumber : Penulis (2024)