



## Studi Empiris Kepuasan Konsumen Pada Masa Pandemi Covid-19

*Empirical Study of Customer Satisfaction During the Covid-19 Pandemic*

Okta Ananda Putri<sup>1\*</sup>, Retno Endah Supeni<sup>1</sup>, Pawestri Winahyu<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Jurusan Manajemen, Universitas Muhammadiyah Jember  
oktaananda42@gmail.com

SUBMITTED : JUL 06, 2022

ACCEPTED : MAR 12, 2023

PUBLISHED : JUN 30, 2023

### ABSTRAK

Fenomena kepuasan konsumen pada Salon Wildan yang meliputi overall satisfaction (kepuasan keseluruhan konsumen setelah mengonsumsi jasa), experience satisfaction (tingkat kepuasan yang dialami oleh konsumen selama mengonsumsi jasa), Perasaan nyaman ketika sedang menggunakan jasa, Bersedia menggunakan jasa secara berulang, kesediaan untuk merekomendasi (willingness to recommend) belum sepenuhnya konsumen merasa puas. Dari kelima indikator masih mendapatkan konsumen yang merasa tidak puas, hal ini merupakan sebuah masalah tentang kepuasan konsumen pada Salon Wildan yang memerlukan pemecahan dan menganalisis faktor apa saja yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Tujuan penelitian ini untuk menguji dan menganalisis pengaruh signifikan harga, kualitas layanan dan lokasi terhadap kepuasan konsumen Salon Wildan Banyuwangi. Jenis penelitian ini adalah penelitian eksploratoris dan konklusif, dimana penelitian konklusif dapat diklasifikasikan sebagai penelitian diskriptif dan kausalitas. Populasi penelitian ini yaitu konsumen Salon Wildan Banyuwangi. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik purposive sampling. Alat analisis analisis regresi liner berganda dan menggunakan metode eksploratif dan konklusif. Hasil penelitian membuktikan bahwa harga, kualitas layanan dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Salon Wildan Banyuwangi. Implikasi dalam penelitian ini dapat menjadi pertimbangan bagi pengelola usaha agar dapat mengoptimalkan dalam menetapkan harga, kualitas layanan dan lokasi sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan usaha berjalan dengan baik.

**Kata kunci** — Harga<sup>1</sup>, Kualitas Layanan<sup>2</sup>, Lokasi<sup>3</sup>, Kepuasan Konsumen<sup>4</sup>

### ABSTRACT

The phenomenon of consumer satisfaction at Salon Wildan which includes overall satisfaction (the overall satisfaction of consumers after consuming services), experience satisfaction (the level of satisfaction experienced by consumers while consuming services), Feeling comfortable when using services, Willing to use services repeatedly, willingness to recommend (willingness to recommend) consumers are not completely satisfied. Of the five indicators, consumers still get dissatisfied, this is a problem about consumer satisfaction at Salon Wildan which requires solving and analyzing what factors can affect consumer satisfaction. The purpose of this study was to examine and analyze the significant effect of price, service quality and location on consumer satisfaction at Salon Wildan Banyuwangi. This type of research is exploratory and conclusive research, where conclusive research can be classified as descriptive and causal research. The population of this research is the consumers of Salon Wildan Banyuwangi. The sample used was 100 respondents using purposive sampling technique. The analysis tool is multiple linear regression analysis and uses exploratory and conclusive methods. The results of the study prove that price, service quality and location have a significant effect on consumer satisfaction at Salon Wildan Banyuwangi. The implications of this research can be taken into consideration for business managers in order to optimize in setting prices, service quality and location so as to increase customer satisfaction and the business runs well.

**Keywords** — price<sup>1</sup>, service quality<sup>2</sup>, location<sup>3</sup>, customer satisfaction<sup>4</sup>

 OPEN ACCESS

© 2023. Okta Ananda Putri, Retno Endah Supeni, Pawestri Winahyu



Creative Commons  
Attribution 4.0 International License

## 1. Pendahuluan

Administrasi yang menampilkan adalah tindakan organisasi yang bertujuan untuk mengatasi kebutuhan dan keinginan pembeli. Administrasi yang ditampilkan telah berubah menjadi subjek penting dalam pemeliharaan bisnis organisasi, sesuai dengan ekonomi yang sedang berkembang. Kami telah menemukan bahwa bantuan yang ditampilkan memainkan peran penting bagi organisasi, baik bisnis milik pemerintah maupun swasta. Kontes bisnis saat ini semakin kuat, kompleks, dan dipertanyakan, di sepanjang garis ini mendorong pengawas organisasi untuk memiliki pilihan untuk berpikir secara imajinatif, kreatif untuk terus memberikan pemisahan, serta manfaat bagi organisasi mereka yang kontras dengan para pesaingnya. Organisasi diharuskan tidak secara eksklusif untuk membina barang-barang hebat, menawarkannya dengan biaya yang menarik, dan membuatnya diperoleh secara efektif oleh pembeli karena keberuntungan. Organisasi juga perlu mendorong kemajuan pertunjukan yang sukses (korespondensi), terutama kepada pelanggan. Kemampuan mempromosikan mengasumsikan bagian penting bagi organisasi dalam melakukan gerakan dari setiap jenis yang terkait dengan perkembangan tenaga kerja dan produk dari pembuat hingga pembeli tertentu (Kotler, 2013).

Masa pandemic Covid 19 adalah masa sulit yang harus dilalui oleh pelaku usaha. Selain adanya pemberlakuan pembatasan kegiatan, masa pandemic juga berdampak negatif bagi kelangsungan UMKM. Banyak UMKM yang mengalami penurunan pendapatan bahkan mengalami kebangkrutan disaat masa pandemic. Fenomena ini mengalami perekonomian masyarakat yang tidak menentu sehingga mengakibatkan daya beli masyarakat menurun. Fenomena masa pandemic didukung oleh beberapa penelitian terdahulu sebagai road map penelitian yang dilakukan oleh Cornella (2020) yang menyatakan Pandemi ini membuat beberapa latihan terhenti, salah satunya adalah pembatasan berkerumun. Saat ini, lebih banyak pembelian dilakukan di web, sebagaimana dibuktikan oleh meningkatnya jumlah klien aplikasi belanja berbasis web. Terlepas dari kenyataan bahwa pembelian dilakukan di web, pemenuhan belum dipandang untuk menjaga

hubungan klien yang layak Pemeriksaan ini menggunakan strategi subjektif dengan mengarahkan pertemuan. Dengan memanfaatkan strategi ini, dapat dipercaya bahwa pemeriksaan akan lebih terkoordinasi dan hasil yang diperoleh sesuai dengan realitas yang terjadi. Efek samping dari ulasan tersebut menunjukkan bahwa perasaan pembeli merupakan salah satu variabel yang mendukung pemenuhan pembelian berbasis internet selama pandemi Covid-19.

Menarik diri dari ide ini, kami membuat rencana untuk membuka bisnis salon kecantikan yang sangat menarik di seluruh dunia ini. Di Kabupaten Banyuwangi, dengan tegas di Kecamatan Pesanggaran, telah ditata bisnis administrasi salon yang sangat padat dengan penghuni dan penduduk terdekat dari luar lokal pesanggaran. Salon Wildan, yang mengambil bagian dalam bantuan ini, melayani pelanggan dengan memberikan gaya rambut, rebonding, smoothing, dan creambath administrasi. Salon Wildan dikunjungi oleh banyak pelanggan secara konsisten mengingat fakta bahwa biaya pembeli salon sangat luar biasa. Administrasi yang diberikan Salon Wildan kepada pembeli sangat baik. Para pekerja Salon Wildan juga terlihat menarik dan tanpa cela, sikap mereka kepada pembeli yang datang juga penuh hormat dan bersahabat.

Tabel 1. Daftar Target dan Realisasi Pendapatan Salon Wildan Tahun 2016-2020

No.	Tahun	Target Pendapatan	Realisasi
1.	2016	Rp.100.000.000	Rp.112.000.000
2.	2017	Rp.110.000.000	Rp.124.000.000
3.	2018	Rp.120.000.000	Rp.136.000.000
4.	2019	Rp.120.000.000	Rp.114.000.000
5.	2020	Rp.120.000.000	Rp.76.000.000

Sumber: Salon Wildan (2020)

Tabel 1. Menjelaskan pendapatan dari Salon Wildan pada tahun 2016 hingga tahun 2018 selalu melebihi target pendapatan. Namun pada tahun 2019 realisasi pendapatan dari Salon Wildan mengalami penurunan sehingga tidak mencapai target, hal ini diduga disebabkan oleh kualitas pelayanan dari Salon Wildan yang



melakukan pengurangan karyawan sehingga kualitas pelayanan menurun, harga yang dipatok Salon Wildan lebih mahal dari salon lainnya, dan lokasi Salon Wildan yang semula berada dipusat keramaian berpindah tempat ke daerah pancer yang notabene adalah daerah plosok. Puncak kesulitan Salon Wildan terjadi pada tahun 2020 yang mana pendapatan dari Salon Wildan menurun drastis dari tahun sebelumnya, hal ini diduga oleh kepuasan konsumen yang menurun dan masa pandemi yang menyebabkan daya beli masyarakat menurun. Fenomena ini merupakan sebuah masalah yang dapat berakibat fatal bagi Salon Wildan, penelitian ini mengkaji pengaruh harga, kualitas layanan, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen.

## 2. Metodologi

Dalam merencanakan tinjauan, ini dikenal sebagai pemeriksaan eksplorasi dan menentukan, di mana pemeriksaan definitif dapat

dikarakterisasi terhadap eksplorasi deskriptif dan kausal. Jika dilihat dari faktor-faktor tersebut, khususnya faktor-faktor yang bebas dan terikat, penelitian ini adalah penelitian kausalitas. Penelitian kausalitas berarti mengukur kekuatan hubungan antara setidaknya dua faktor, selain itu menunjukkan bantalan hubungan antara faktor bebas dan ikatannya. Pada akhirnya penelitian kausalitas mempertanyakan masalah kausalitas (Kuncoro 2009).

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Salon Wildan Banyuwangi, dengan jumlah sampel 100 responden. teknik pengambilan sampel menggunakan non probability sampling dengan menggunakan purposive sampling. Alat analisis yang digunakan yaitu uji instrument data, analisis regresi liner berganda, uji asumsi klasik, uji hipotesis, dan analisis koefisien determinasi.

## 3. Pembahasan

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

No.	Variabel	Indikator	R tabel 5% (100)	R Hitung	Sig.	Ket
1.	Harga (X1)	X1.1	0,163	0,867	0,000	Valid
		X1.2	0,163	0,822	0,000	Valid
		X1.3	0,163	0,885	0,000	Valid
		X1.4	0,163	0,837	0,000	Valid
		X1.5	0,163	0,831	0,000	Valid
2.	Kualitas Layanan (X2)	X2.1	0,163	0,878	0,000	Valid
		X2.2	0,163	0,897	0,000	Valid
		X2.3	0,163	0,890	0,000	Valid
		X2.4	0,163	0,853	0,000	Valid
		X2.5	0,163	0,904	0,000	Valid
3.	Lokasi (X3)	X3.1	0,163	0,885	0,000	Valid
		X3.2	0,163	0,827	0,000	Valid
		X3.3	0,163	0,867	0,000	Valid
		X3.4	0,163	0,882	0,000	Valid
		X3.5	0,163	0,883	0,000	Valid
4.	Kepuasan Konsumen (Y)	Y.1	0,163	0,875	0,000	Valid
		Y.2	0,163	0,881	0,000	Valid
		Y.3	0,163	0,886	0,000	Valid
		Y.4	0,163	0,861	0,000	Valid
		Y.5	0,163	0,856	0,000	Valid

Sumber: Data Primer diolah, April 2022



Tabel 2 menunjukkan bahwa semua faktor sah dan dapat diprediksi, dan instrumen dalam penelitian ini dianggap substansial mengingat fakta bahwa r yang dinilai lebih penting daripada tabel r, yaitu 0,220, dan harga kepentingan lebih sederhana daripada 0,05.

Tabel 3 menunjukkan bahwa semua variabel dari uji reliabilitas memiliki nilai total lebih besar dari 0,60 (cronbach alpha) menunjukkan reliabel atau konsisten.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Reabilitas	Keterangan
Harga (X1)	0,60	0,817	Reliabilitas diterima
Kualitas Layanan (X2)	0,60	0,823	Reliabilitas diterima
Lokasi (X3)	0,60	0,817	Reliabilitas diterima
Kepuasan Konsumen (Y)	0,60	0,821	Reliabilitas diterima

Sumber: Data Primer diolah, April 2022.

Tabel 4. Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF	
1	(Constant)	.250	1.289		.194	.846		
	Harga	.187	.069	.183	2.724	.008	.196	5.093
	Kualitas Layanan	.224	.079	.227	2.821	.006	.136	7.347
	Lokasi	.603	.096	.574	6.298	.000	.106	9.403

Sumber: Data Primer yang diolah, April 2022.

Berdasarkan tabel 4 menghasilkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,250 + 0,187X_1 + 0,224X_2 + 0,603X_3 + e$$

Persamaan regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

a = Kostanta Sebesar 0,250 menyatakan bahwa variabel harga, kualitas layanan dan lokasi dinilai konstan, maka kepuasan konsumen Salon Wildan Banyuwangi akan berpengaruh positif sebesar 0,250

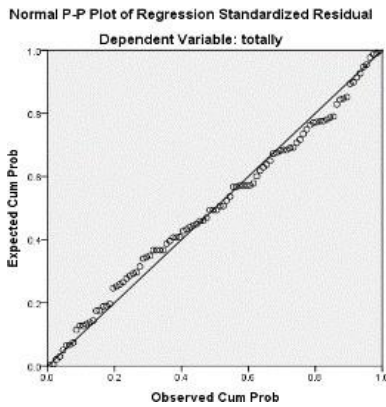
Variabel harga (X1) memiliki arah koefisien positif terhadap kepuasan konsumen (Y) dengan nilai 0,187. Artinya setiap penambahan variabel harga sebesar 1, maka harga akan mengalami peningkatan sebesar 0,187. Hal ini menunjukkan bahwa dengan meningkatkan harga yang baik pada Salon Wildan Banyuwangi akan meningkatkan kepuasan konsumen.

Variabel kualitas bantuan (X2) memiliki koefisien positif terhadap pemenuhan pelanggan (Y) dengan nilai 0,224. Ini

menyiratkan bahwa setiap perluasan variabel kualitas bantuan sebesar 1, sifat administrasi akan meningkat sebesar 0, 224. Hal ini menunjukkan bahwa dengan menggarap sifat bantuan yang baik di Salon Wildan Banyuwangi, maka akan meningkatkan pemenuhan pelanggan.

Variabel lokasi (X3) memiliki arah koefisien positif terhadap kepuasan konsumen (Y) dengan nilai 0,603. Artinya setiap penambahan variabel lokasi sebesar 1, maka lokasi akan mengalami peningkatan sebesar 0,603. Hal ini menunjukkan bahwa dengan meningkatkan lokasi yang baik pada Salon Wildan Banyuwangi akan meningkatkan kepuasan konsumen.

Pada gambar 1 dari variabel bangsal Residual Standar Y, itu adalah titik di mana titik pada kolom mengikuti garis sudut ke sudut, informasi pada gambar 1 grafik dipandang disebarluaskan secara konsisten.



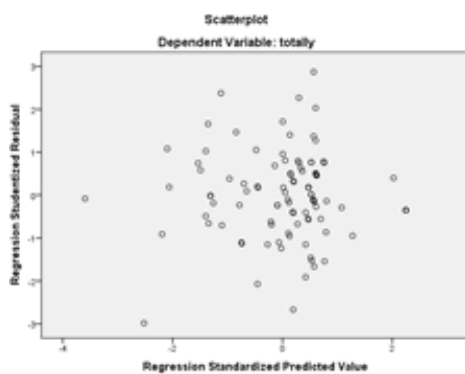
Gambar 1. Hasil Uji Normalitas

Tabel 5. Hasil Multikolonieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Harga (X1)	0.196	5.093	Tidak Ada Multikolonieritas
Kualitas Layanan (X2)	0.136	7.347	Tidak Ada Multikolonieritas
Lokasi (X3)	0.106	9.403	Tidak Ada Multikolonieritas

Sumber: Data primer Diolah yang diolah, April 2022

Mengingat tabel 5, cenderung terlihat bahwa semua faktor bebas memiliki nilai ketahanan lebih dari 0,1 dan VIF senilai di bawah 10 tahun. Sementara itu, menurut Ghazali (2013) harga akhir yang secara teratur digunakan untuk menunjukkan kehadiran multicollinearity adalah nilai resistensi di bawah 10 atau setara dengan nilai VIF lebih dari 0,1. Akhirnya adalah tidak ada multikolonieritas.



Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Mengingat gambar 2 dari hasil uji heteroskedastisitas, fokusnya di atas dan diambil secara serampangan dengan angka 0 pada pivot Y, seperti yang seharusnya terlihat. Mungkin saja dianggap bahwa heteroskedastisitas tidak terjadi

dalam model kambuh. Ini sesuai dengan deklarasi Ghazali (2018) bahwa heteroskedastisitas tidak terjadi dengan asumsi tidak ada contoh yang jelas dan dabs menghilang di atas dan di bawah angka 0 pada pivot Y.

Tabel 6. Hasil Uji T

Variabel	t hitung	Signifikansi
Harga (X1)	2.724	0.008
Kualitas Layanan (X2)	2.821	0.006
Lokasi (X3)	6.298	0.000

Sumber: Data Primer yang diolah, April 2022

Berdasarkan tabel 6 hasil uji t dapat dijelaskan sebagai Berikut: H1 : Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Salon Wildan Banyuwangi. Dari hasil uji t menunjukkan bahwa t hitung sebesar 2.724 dari variabel harga memiliki nilai signifikansi sebesar  $0,008 < 0,05 (= 5\%)$  maka

Ho ditolak dan H1 diterima. Sehingga dapat diartikan bahwa variabel harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Salon Wildan Banyuwangi.

H2 : Apakah kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Salon Wildan Banyuwangi. Dari hasil uji t menunjukkan bahwa t hitung sebesar 2.821 dari variabel kualitas layanan memiliki nilai signifikansi sebesar  $0,006 < 0,05 (= 5\%)$  maka Ho ditolak dan H1 diterima. Sehingga dapat diartikan bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Salon Wildan Banyuwangi.

H3 : Apakah lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Salon Wildan Banyuwangi. Dari hasil uji t menunjukkan bahwa t hitung sebesar 6.298 dari variabel lokasi memiliki nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05 (= 5\%)$  maka Ho ditolak dan H1 diterima. Sehingga dapat diartikan bahwa variabel lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Salon Wildan Banyuwangi.

Berdasarkan tabel 7 hasil analisis yang bisa dilihat, bahwa diperoleh hasil koefisien determinasi berganda ( $R^2$ ) sebesar 0,813, hal ini berarti 81,3% perubahan kepuasan konsumen dipengaruhi oleh variabel harga, kualitas layanan



dan lokasi sedangkan sisanya sebesar 18,7% disebabkan oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam persamaan regresi yang dibuat.

Tabel 7. Hasil Koefisien Determinasi Berganda R<sup>2</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.900a	0.810	0.803	1.27142	1.789

Sumber : Data Primer yang diolah, April 2022

Hipotesis pertama yang telah dipaparkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Salon Wildan Banyuwangi. dibuktikan dengan t hitung sebesar 2.724 dari variabel harga memiliki nilai signifikansi sebesar  $0,008 < 0,05 (= 5\%)$  maka Ho ditolak dan H1 diterima. Harga yang diterapkan/ditwarkan oleh Salon Wildan Banyuwangi yaitu pertama yaitu keterjangkauan harga yang diawarkan Salon Wildan Banyuwangi dapat di jangkau oleh semua kalangan, kedua Salon Wildan Banyuwangi memiliki harga yang sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan, ketiga daya saing harga yang tawarkan Salon Wildan Banyuwangi mampu bersaing dengan kompetitor salon lainnya, keempat tingkatan harga dari jasa produk Salon Wildan Banyuwangi memiliki pilihan, sehingga konsumen dapat memilih jasa sesuai dengan harga yang diinginkan dan kelima Salon Wildan Banyuwangi memiliki potongan harga dengan ketentuan tertentu sehingga menjadi daya tarik pada konsumennya. Fenomena yang didapatkan bahwa harga yang ditawarkan oleh Salon Wildan Banyuwangi dinilai baik oleh konsumen, dapat dijangkau dan sesuai dengan pasarnya, sehingga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu oleh Lisnawati (2015), Agustina (2016), Restuti (2016), Rosmayani (2016), Haribowo (2017), Afriani (2020), Munandar (2020), Nur Laely (2020), Prabawani (2020), dan Bahrudin (2020) yang mengkaji tentang adanya pengaruh harga terhadap kepuasan Konsumen. Menurut Kotler (2013), harga merupakan sejumlah uang ditambah beberapa barang beserta pelayanannya. Definisi variabel harga dalam penelitian ini adalah sejumlah nilai jasa yang diberikan oleh

Salon Wildan dengan diukur oleh sejumlah uang yang dikeluarkan oleh konsumen.

Hipotesis kedua yang telah dipaparkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Salon Wildan Banyuwangi. dibuktikan dengan t hitung sebesar 2.821 dari variabel kualitas layanan memiliki nilai signifikansi sebesar  $0,006 < 0,05 (= 5\%)$  maka Ho ditolak dan H1 diterima. Kualitas layanan yang ada pada Salon Wildan Banyuwangi yaitu pertama bukti langsung Salon Wildan Banyuwangi memiliki tempat yang bersih dan nyaman, sehingga konsumen merasa nyaman disaat menggunakan jasa Salon Wildan Banyuwangi, kemudian karyawan konsumen menggunakan pakaian yang rapi agar memberi kesan yang baik, kedua yaitu keandalan dimana karyawan Salon Wildan Banyuwangi handal dalam memberikan pelayanan jasa salon kepada konsumen, sehingga konsumen merasakan nyaman dan puas di saat datang untuk menggunakan jasa Salon Wildan Banyuwangi, ketiga daya tanggap dari Salon Wildan Banyuwangi yaitu ketanggapan karyawan Salon Wildan Banyuwangi disaat melayani keinginan konsumen, kemudian merespon semua keinginan konsumen dengan baik, keempat jaminan yaitu jaminan waktu yang diberikan Salon Wildan Banyuwangi sesuai dan tepat, agar konsumen merasa nyaman dengan pelayanan jasa yang diberikan kepada konsumen, dan kelima empati yaitu Salon Wildan Banyuwangi mengutamakan kepentingan dari konsumennya. Fenomena yang didapatkan bahwa kualitas layanan yang diberikan oleh Salon Wildan Banyuwangi dinilai baik oleh konsumen, sehingga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian oleh Lisnawati (2015), Agustina (2016), Restuti (2016), Rosmayani (2016), Haribowo (2017), Afriani (2020), Munandar (2020), Nur Laely (2020), Prabawani (2020), dan Bahrudin (2020) yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Service quality (kualitas layanan) adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para konsumen atas layanan yang mereka terima oleh Konsumen.

Hipotesis ketiga yang telah dipaparkan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Salon Wildan



Banyuwangi. dibuktikan dengan t hitung sebesar 6.298 dari variabel lokasi memiliki nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05 (= 5\%)$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Lokasi yang ada pada Salon Wildan Banyuwangi yaitu pertama akses, misalnya lokasi Salon Wildan Banyuwangi dapat dilalui atau mudah dijangkau sarana transportasi umum, kedua visibilitas, yaitu lokasi atau tempat Salon Wildan Banyuwangi dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal, ketiga lalu lintas di sekitar lokasi (traffic) Salon Wildan Banyuwangi, menyangkut dua pertimbangan utama berikut: banyaknya orang yang lalulalang bisa memberikan peluang besar terhadap terjadinya impulse buying, dan kepadatan dan kemacetan lalu-lintas bisa pula menjadi hambatan, keempat area parkir kendaraan Salon Wildan Banyuwangi cukup baik, dan kelima keamanan area Salon Wildan dapat terjaga dengan baik. Fenomena yang didapatkan bahwa lokasi yang diterapkan oleh Salon Wildan Banyuwangi dinilai baik oleh konsumen, sehingga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian oleh Lisnawati (2015), Agustina (2016), Restuti (2016), Rosmayani (2016), Haribowo (2017), Afriani (2020), Munandar (2020), Nur Laely (2020), Prabawani (2020), dan Bahrudin (2020) yang menyatakan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Menurut Lamb (2016:107), pemilihan lokasi yang baik, merupakan keputusan yang sangat penting. Pertama, karena keputusan lokasi mempunyai dampak yang permanen dan jangka panjang, apakah lokasi tersebut telah dibeli atau hanya disewa. Kedua, lokasi akan mempengaruhi pertumbuhan usaha di masa mendatang.

#### 4. Kesimpulan

Dari data yang didapat dan dianalisis yang telah dilakukan dalam penelitian ini maka yang dapat disimpulkan oleh peneliti yaitu harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Salon Wildan Banyuwangi, hasil temuan ini berarti semakin baik Salon Wildan Banyuwangi dalam menawarkan dan menetapkan harga pada setiap jasa produk yang ditawarkan kepada konsumen maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen dalam

menggunakan jasa produk Salon Wildan Banyuwangi. Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Salon Wildan Banyuwangi, hasil temuan ini berarti semakin baik Salon Wildan Banyuwangi dalam memberikan jasa pelayanan salon kepada konsumen, maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa produk Salon Wildan Banyuwangi. Lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Salon Wildan Banyuwangi, hasil temuan ini berarti semakin baik Salon Wildan Banyuwangi dalam menerapkan dan menata lokasi yang dimiliki, maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa produk Salon Wildan Banyuwangi.

Saran yang dapat diberikan oleh Peneliti yaitu Salon Wildan Banyuwangi disarankan dapat mengoptimalkan dalam menetapkan harga yang ditawarkan yang ada saat ini, salah satunya memberikan potongan harga yang menarik khusus bagi pelanggan baru, memberikan harga khusus yang lebih murah, agar konsumen baru dapat merasa nyaman dan puas akan harga yang ditawarkan oleh Salon Wildan Banyuwangi, sehingga dapat menggunakan jasa salon Wildan secara berkelanjutan. Salon Wildan Banyuwangi disarankan dapat selalu memberikan jasa pelayanan terbaik kepada konsumen, salah satunya dengan membangun komunikasi yang baik terhadap pelanggan, sehingga pelayanan dari segi empati terlaksana dengan maksimal lagi

#### 5. Daftar Pustaka

- Bahrudin. (2020). Pengaruh Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Masa Pandemi Covid-19. *BISNIS*, 3.
- Handoko. (2017). Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Titipan Kilat JNE Medan. *Jurnal Ilmiah & Bisnis*, 18 No. 1, 61–72, <https://doi.org/10.30596/jimb.v18i1.1098>
- Haribowo. (2017). Analisis Pengaruh Harga, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk Branch office Semarang. *Jurnal Admisi & Bisnis*, 18 No. 3, <https://doi.org/10.30596/jimb.v18i1.1098>
- Lie. (2019). Analisis Pengaruh Mediasi Kepuasan Konsumen Terhadap Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepercayaan Konsumen Terhadap



Loyalitas konsumen. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 8(08).

- Munandar. (2020). pengaruh Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Bisnis PT. Frisian Flag Indonesia Bandung Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Sistem Infromasi (JSI)*, 4.
- Nur Laely. (2020). Analisis Pengaruh Harga, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Telkomsel di Kota Kediri Pada Masa Pandemi Covid-19. *JMM17 Jurnal Ekonomi & Manajemen September 2016, 3 No. 2*, 61–74, <https://doi.org/10.30996/jmm17.v3i02.802>
- Oliver, S. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Pada Kosmetik di Kota Surakarta dan Kabupaten Boyolali. *Diponegoro Journal of Management*, 3, 1–10.
- Prabawani. (2018). Pengaruh harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada PT. MNC Sky Vision-Indovision Semarang). *Administrasi Bisnis*, 7 No. 1.
- Risnawati. (2019). Pengaruh Harga, kualitas Layanan dan Lokasi Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Implikasinya Terhadap Loyalitas Pelanggan. *International Review of Management and Marketing*, 9 (6), 38–43.
- Wibowo. (2021). Dampak Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada kosmetik dan Perawatan Kulit. *Journal of Economics, Finance and Management Studies*, 4(07 Juli 2021).

