
Pengaruh *People, Process, dan Physical Evidence* terhadap Kepuasan Konsumen pada *Hydealson Barbershop* di Kota Denpasar

Hellen Lim⁽¹⁾

I Putu Putra Astawa⁽²⁾

Made Dian Putri Agustina⁽³⁾

⁽¹⁾⁽²⁾⁽³⁾Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Bisnis, dan Pariwisata, Universitas Hindu Indonesia
e-mail : hellenlim30@gmail.com

ABSTRACT

This research was conducted to determine the influence of people, process, and physical evidence on consumer satisfaction at Hydealson Barbershop. The number of samples used in this study was 90 respondents using the sample determination method, namely purposive sampling. The data collection methods are observation, interviews, literature studies, documentation, and questionnaires. While the data analysis techniques in this study are validity test, reliability test, classical assumption test, multiple liner regression analysis, determination coefficient test, t test, and f test. Based on the results of the study, it can be seen that people, process, and physical evidence have a positive and significant effect on consumer satisfaction. The magnitude of the influence of people, process, and physical evidence on consumer satisfaction is 77.2%. Based on the results of the study, Hydealson Barbershop should pay more attention to customer satisfaction by providing good service, carrying out the hair cutting process according to consumer wishes, and providing a comfortable service environment for consumers, so as to increase consumer satisfaction and be able to increase consumer visits at Hydealson Barbershop.

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

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *people, process, dan physical evidence* terhadap kepuasan konsumen pada *Hydealson Barbershop* di Kota Denpasar. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 90 responden menggunakan metode penentuan sampel yaitu *purposive sampling*. Metode pengumpulan datanya yaitu observasi, wawancara, studi kepustakaan, dokumentasi, dan kuesioner. Sedangkan teknik analisis data dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi liner berganda, uji koefisien determinasi, uji t, dan uji f. Berdasarkan hasil penelitian dapat dilihat bahwa *people, process, dan physical evidence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Besarnya pengaruh *people, process, dan physical evidence* terhadap kepuasan konsumen yaitu 77,2%. Berdasarkan hasil penelitian, *Hydealson Barbershop* hendaknya lebih memperhatikan kepuasan konsumen dengan memberikan pelayanan yang baik, melakukan proses pemotongan rambut sesuai keinginan konsumen, serta memberikan lingkungan jasa yang nyaman bagi konsumen, sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan mampu meningkatkan kunjungan konsumen pada *Hydealson Barbershop*.

Kata kunci : *People, Process, Physical Evidence, Kepuasan Konsumen*

Pendahuluan

Industri jasa saat ini mulai berkembang pesat, apalagi bidang jasa merupakan salah satu bidang yang dibutuhkan oleh orang banyak. Sehingga tidak heran banyak usaha jasa yang bermunculan pada zaman sekarang untuk mendapatkan keuntungan dari menawarkan berbagai jenis jasa kepada konsumen. Salah satunya *barbershop*, *barbershop* merupakan usaha yang bergerak di bidang jasa. Kini berpenampilan rapi dan menarik bukan lagi hanya kebutuhan wanita saja. Sekarang pria selalu ingin terlihat menarik dalam setiap kesempatan. Ini membuat kebutuhan akan jasa pangkas rambut pun semakin banyak, sehingga usaha pangkas rambut atau *barbershop* banyak bermunculan saat ini. *Barbershop* menjadi salah satu tren di kalangan pria, karena citra *barbershop* di kalangan masyarakat memiliki kesan yang berkelas, tempat yang bersih dan nyaman serta memberikan pelayanan yang baik dan ramah. Kemampuan tukang cukurnya dalam mengolah rambut pria dengan berbagai gaya dan menjadi keunggulan dari *barbershop* itu tersendiri.

Semakin banyak industri jasa pangkas rambut, semakin banyak pula industri jasa bermunculan yang menawarkan jasa pangkas rambut yang sama, sehingga semakin besar potensi pangkas rambut yang akan terjadi. Dengan pesatnya pertumbuhan akan jasa pangkas rambut menimbulkan persaingan dalam usaha jasa pangkas rambut ini. Oleh karena itu, pengusaha harus memiliki strategi dalam menghadapi persaingan. Seperti meningkatkan kepuasan konsumen karena konsumen yang merasa puas setelah kebutuhan dan keinginannya terpenuhi, konsumen tersebut akan setia dan loyal, salah satunya dengan meningkatkan kemampuan karyawan dalam memotong, memberikan pelayanan dengan baik, dan memberikan lingkungan yang nyaman untuk dikunjungi.

Fenomena yang terjadi pada *Hydealson Barbershop* yaitu dengan mulai berkembangnya usaha *Hydealson Barbershop* ini masih saja ada yang kurang puas terhadap pelayanan yang diberikan, dimana *outlet* *Wr Supratman* memiliki permasalahan dalam memenuhi kepuasan konsumen. Keluhan yang dirasakan konsumen *Hydealson Barbershop* yaitu ketidakpuasan konsumen tersebut dikarenakan tidak terpenuhinya harapan konsumen dan kualitas layanan yang diberikan terasa tergesa-gesa membuat konsumen kurang puas. Sehingga konsumen tidak loyal dan tidak merekomendasikan *Hydealson Barbershop* kepada orang lain ataupun orang yang dikenalnya seperti saudara atau kerabat. Kurang komunikatif dalam penyampaian informasi terkait potongan rambut yang diinginkan konsumen kepada *chapster* dan *chapster* kurang teliti dalam proses penyampaian jasa kepada konsumen sehingga dalam memangkas rambut hasil potongan tersebut tidak disukai oleh konsumen membuat konsumen harus memperbaiki potongan rambutnya ke tempat lain. Jika dalam keadaan ramai pengunjung ruang tunggu pun penuh dan

tempat parkir kurang memadai sehingga pada saat ramai pengunjung sulit untuk memarkir kendaraan dan konsumen kurang nyaman dengan keadaan tersebut.

Disamping itu kunjungan konsumen pada *Hydealson Barbershop* juga mengalami penurunan kunjungan dikarenakan orang yang menyampaikan jasa kurang membuat konsumen merasa nyaman dari pelayanan yang diberikan, proses dalam penyampaian jasa kurang tersampaikan dengan baik, dan lingkungan jasa yang diberikan *Hydealson Barbershop* kurang membuat konsumen nyaman dengan keadaan tersebut. Sehingga *people*, *process*, dan *physical evidence* yang diterapkan *Hydealson Barbershop* masih kurang berjalan efektif. Kepuasan konsumen menjadi faktor penting bagi kelangsungan perusahaan dimana konsumen yang merasa puas akan loyal dan sering berkunjung pada *Hydealson Barbershop* serta dapat meningkatkan kunjungan.

Konsumen yang merasa puas setelah kebutuhan dan keinginannya terpenuhi dapat mendorong konsumen tersebut, secara terus menerus akan berkunjung ke tempat usaha tersebut. Keberhasilan dari suatu bisnis tidak terlepas dari kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen menjadi faktor penting dalam membangun sebuah bisnis. Konsumen yang puas tentu akan meningkatkan penjualan dari perusahaan. Ketika apa yang didapatkan oleh konsumen sesuai dengan harapannya atau keinginannya, tentu konsumen akan merasa puas. Memberikan kepuasan kepada konsumen adalah keinginan setiap perusahaan. Memenuhi kepuasan konsumen menjadi faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Simangunsung (2018), menyatakan bahwa *people* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sanjaya dan Nila Pratiwi (2018), juga menyatakan *people* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Maka hipotesis pada penelitian ini, yaitu :

$H_1 = \textit{People}$ berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada *Hydealson Barbershop* di Kota Denpasar.

Penelitian yang dilakukan oleh Iffan, dkk (2018), menyatakan bahwa *process* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Effendi (2020), menyatakan bahwa *process* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Maka hipotesis pada penelitian ini, yaitu :

$H_2 = \textit{Process}$ berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada *Hydealson Barbershop* di Kota Denpasar.

Penelitian yang dilakukan oleh Ismaya (2021), menyatakan bahwa *physical evidence* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan Tryadi dan Muhajirin (2021),

menyatakan bahwa *physical evidence* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Maka hipotesis pada penelitian ini, yaitu :

$H_3 = Physical\ evidence$ berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada *Hydealson Barbershop* di Kota Denpasar.

Penelitian yang dilakukan oleh Simangunsung (2018), menyatakan bahwa *people* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Effendi (2020), menyatakan bahwa *process* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Ismaya (2021), menyatakan bahwa *physical evidence* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Maka hipotesis pada penelitian ini, yaitu :

$H_4 = People, process,$ dan *physical evidence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada *Hydealson Barbershop* di Kota Denpasar.

Metode penelitian

Penelitian ini menganalisis pengaruh *people, process,* dan *physical evidence* terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini dilakukan di *Hydealson Barbershop* yang beralamat di Jalan WR Supratman No. 144, Kesiman. Lokasi ini dipilih sebagai tempat penelitian karena lokasi ini sangat strategis yang berada di kota Denpasar. Namun menurut data yang diperoleh dari *Hydealson Barbershop* yang menunjukkan menurunnya kunjungan konsumen, membuat peneliti tertarik untuk meneliti di *Hydealson Barbershop*. Populasi penelitian ini adalah konsumen *Hydealson Barbershop* sebanyak 5×18 (jumlah indikator) = 90 responden. Maka jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 90 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *non probability sampling*. Data penelitian didapat dari hasil penyebaran kuesioner yang berisikan pernyataan-pernyataan terkait dengan variabel penelitian dan dianalisis dengan teknik analisis regresi linear berganda.

Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Bahwa seluruh pernyataan mengenai *people, process, physical evidence,* dan kepuasan konsumen memiliki nilai koefisien korelasi lebih besar dari 0,30, serta memiliki nilai *cronbach alpha* lebih besar dari 0,60. Hal tersebut menunjukkan bahwa seluruh pernyataan tersebut valid dan reliabel. Dari hasil penelitian diperoleh karakteristik responden menurut usia lebih banyak berusia 24-30 tahun yaitu 37 orang (41,1%) sedangkan usia yang paling rendah atau sedikit yaitu usia ≤ 50 tahun yang berjumlah 4 orang (4,4%). Berdasarkan tingkat pendidikan menunjukkan bahwa responden tertinggi yaitu SMA/SMK sebanyak 68 orang (75,6%) sedangkan responden terendah yaitu diploma berjumlah 6 orang (6,7%). Sebagian besar responden yang menggunakan

jasa *Hydealson Barbershop* yang bekerja sebagai pegawai swasta sebanyak 40 orang (44,4%) sedangkan responden terendah yang bekerja sebagai pegawai negeri sebanyak 10 orang (11,1%). Dikemukakan bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar $0,200 > 0,05$, berarti residual normal berdistribusi normal. Nilai TOL (*Tolerance*) variabel *people* (X_1) sebesar 0,291, variabel *process* (X_2) sebesar 0,383, variabel *physical evidence* (X_3) sebesar 0,301 dan nilai VIF (*Varian Inflation Factor*) variabel *people* (X_1), variabel *process* (X_2) dan variabel *physical evidence* (X_3) juga memiliki nilai lebih kecil dari 10, maka model regresi tidak membentuk gejala multikolinieritas. Nilai sig. variabel *people* (X_1) sebesar 0,208, variabel *process* (X_2) sebesar 0,081, dan variabel *physical evidence* (X_3) sebesar 0,091 lebih besar dari 0,05, maka model regresi tidak membentuk gejala heteroskedastisitas. Nilai koefisien determinasi sebesar 0,772 (77,2%) yang mengartikan bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh *people*, *process*, dan *physical evidence*. sedangkan sisanya ($100\% - 77,2\% = 22,8\%$) dijelaskan oleh faktor lain. Nilai koefisien regresi *people* bernilai positif sebesar 0,515, artinya apabila *people* mengalami peningkatan sebesar satu satuan sementara variabel lainnya dianggap konstan atau tidak berubah, maka hal tersebut akan diikuti dengan meningkatnya kepuasan konsumen sebesar 0,515. Nilai koefisien regresi *process* bernilai positif sebesar 0,704, artinya apabila *process* mengalami peningkatan sebesar satu satuan sementara variabel lainnya dianggap konstan atau tidak berubah, maka hal tersebut akan diikuti dengan meningkatnya kepuasan konsumen sebesar 0,704. Nilai koefisien regresi *physical evidence* bernilai positif sebesar 0,486, artinya apabila *physical evidence* mengalami peningkatan sebesar satu satuan sementara variabel lainnya dianggap konstan atau tidak berubah, maka hal tersebut akan diikuti dengan meningkatnya kepuasan konsumen sebesar 0,486. Dari hasil penelitian diketahui adanya pengaruh *people*, *process*, dan *physical evidence* terhadap kepuasan konsumen pada *Hydealson Barbershop* di Kota Denpasar. Hal ini dibuktikan dengan nilai F_{tabel} sebesar 2,71 dan nilai F_{hitung} sebesar 101,524. sehingga jika dibandingkan nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} dan F_{hitung} berada pada daerah penolakan maka diterima. Ini berarti bahwa *people*, *process*, dan *physical evidence* berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa *people* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. *Process* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. *Physical evidence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. *People*, *process*, dan *physical evidence* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil penelitian, *Hydealson*

Barbershop hendaknya lebih memperhatikan kepuasan konsumen, seperti memberikan pelatihan guna meningkatkan kemampuan karyawannya dalam memotong serta berkomunikasi sehingga menjadi lebih komunikatif dalam memberikan pelayanan kepada konsumen, meningkatkan *Standard Operating Procedure* (SOP) dalam memberikan pelayanan sehingga konsumen dapat lebih menikmati setiap tahapan pelayanan yang diberikan tanpa ada rasa terburu-buru, dan meningkatkan pelayanan yang diberikan dengan menata ruang tunggu agar dapat lebih banyak menampung konsumen yang berkunjung serta menyediakan tempat parkir yang lebih luas.

Daftar Pustaka

- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri, Sofjan. 2010. *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep & Strategi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Buchari, Alma. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Cetakan Kesembelian, Alfabeth.
- Effendi, Reza Aditya. 2020. "Pengaruh People Dan Process Terhadap Kepuasan Pelanggan Konsumen Dalam Jasa Make Up Pada Wedding Studio Deni F. Tian Di Jambi."
- Farizky, Yudiantma, Rahayu Triaslisty. 2015. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Arfa Barbershop Di Surakarta." *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan.* 15(3):346–53.
- Ferdinand, Augusty. 2014. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handayani, Dina Fitri. 2019. "Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Sawah Pujon Kidul (Studi Pada Cafe Sawah Desa Wisata Pujon Kidul Kabupaten Malang)."
- Hurriyati, Ratih. 2010. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabetha.
- Iffan, Muhammad, Raeni Dwi Santy, dan Rengga Radaswara. 2018. "Pengaruh Proses Dan Bukti Fisik Terhadap Kepuasan Konsumen Di Hotel Santika Bandung."
- Ismaya, Indah. 2021. "Pengaruh Bukti Fisik (Physical Evidence) Dan Orang (People) Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Donat Kentang Syifa Sei Belutu."
- Karundeng, M. E. and L. F. Tamengkel. 2021. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Benteng Resort Batu Putih." *Productivity* 2(6):511–17.
- Kotler, P. & Keller, K.L. 2012. *Manajemen Pemasaran* Jilid I Edisi ke 12. Jakarta: Erlangga.
- Lovelock, C, dan John Wirtz. 2011. "Pemasaran Jasa Perspektif edisi 7". Jakarta : Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi (Edisi 3)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Maharani, I. Putu Diana. 2023. "Pengaruh Brand Preference Dan Product Knowledge Terhadap Keputusan Pembelian." 3(3):511–22.
- Nugroho. 2015. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Layanan, Dan Harga Produk Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Prabayar Telkom Dwi." *Journal of Chemical Information and Modeling* 53(9):1689–99.
- Priyanto, Dwi . 2014. *SPSS 22 : pengolahan data terpraktis*, Yogyakarta : Andi Offset.
- Radaswara, Rengga dan Raeni Dwi Santy. 2019. "Pengaruh Proses Dan Bukti Fisik Terhadap Kepuasan Konsumen Di Hotel Santika Bandung."
- Ramadhan, Arif. 2017. "Pengaruh People, Process Dan Physical Evidence Terhadap Kepuasan

- Konsumen (Studi Kasus Pada Next Salon For Men Di Jalan Dr Mansyur).”
- Sanjaya, Sigit and Nila Pratiwi. 2008. “Pengaruh People, Process, Dan Physical Evidence Terhadap Kepuasan Atas Pelayanan Pada Perbankan Syariah Di Kota Padang.”
- Sangadji, E.M., dan Sopiah. 2013. *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Santosa, Dewa Gede Wahyu dan Ida Ayu Mashyuni. 2021. “Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Grab Di Kota Denpasar.” *Widya Amrita* 1(1):290–302.
- Santoso, Singgih dan Fandy Tjiptono. 2001. *Riset Pemasaran Jasa*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Setianto, Dendi Yulis, Nur Hidayatullah, dan Ajat Sudrajat. 2020. “Pengaruh People, Process, Dan Physical Evidence Terhadap Kepuasan Konsumen Pt Kereta Commuter Indonesia (Kci).” *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Akuntansi* 22(2):234–42.
- Setyaningrum, Ari. 2015. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: CV. AndiOffset.
- Setyo, Purnomo Edwin. 2017. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen ‘Best Autoworks.’” *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis* 1(6):755–64.
- Simangunsung, Micheal. 2018. “Pengaruh People, Process Dan Physical Evidence Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Brooklyn Barbershop Jln. Letjen S Parman No. 188 A/b Medan).” (188):1–125.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2015. *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*, 33. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Suliyanto. 2018. *Metode Penelitian Bisnis untuk Skripsi, Tesis, & Disertasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Strategi Pemasaran*, ed. 3, Yogyakarta, Andi.
- Tryadi, Azwar and Muhajirin. 2021. “Pengaruh Physical Evidence Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Di Surf Cafe Kota Bima).” *Journal Scientific of Mandalika (JSM)* 2(7):1–4.