

**ANALISIS PENGARUH DAYA TARIK KONSUMEN PADA KUALITAS
PELAYANAN, LOKASI, DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN DI DISTRICT HAIRSTUDIO
KABUPATEN KEDIRI**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan (S.M)
Pada Prodi Manajemen



OLEH :

INGE OVILIANA YULANDA PUSPITASARI
NPM: 2112010088

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
2025**

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi oleh :

INGE OVILIANA YULANDA PUSPITASARI

NPM: 2112010088

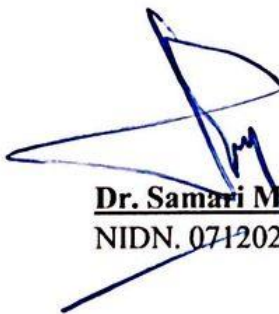
Judul :

**ANALISIS PENGARUH DAYA TARIK KONSUMEN PADA KUALITAS
PELAYANAN, LOKASI, DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN DI DISTRICT HAIRSTUDIO
KABUPATEN KEDIRI**

Telah disetujui untuk diajukan kepada
Panitia Ujian/Sidang Skripsi Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Nusantara PGRI Kediri

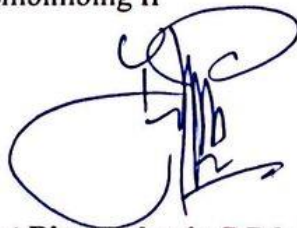
Tanggal : 10 juli 2025

Pembimbing I



Dr. Samari M.M.
NIDN. 0712026201

Pembimbing II



Itot Bian Raharjo S.Pd, S.E, M.M.
NIDN. 0718118401

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi oleh :

INGE OVILIANA YULANDA PUSPITASARI

NPM: 2112010088

Judul :

**ANALISIS PENGARUH DAYA TARIK KONSUMEN PADA KUALITAS
PELAYANAN, LOKASI, DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN DI DISTRICT HAIRSTUDIO
KABUPATEN KEDIRI**

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNP Kediri

Pada Tanggal : 10 Juli 2025

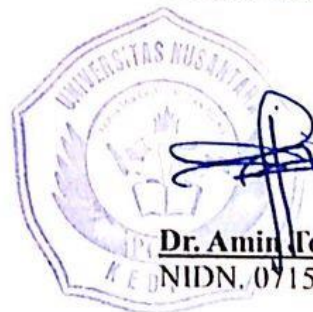
Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji :

1. Ketua : Dr. Samari M.M.
2. Penguji I : Moch. Wahyu Widodo, S.E, M.M.
3. Penguji II : Itot Bian Raharjo S.Pd, S.E, M.M.



Mengetahui,
Dekan FEB,



Dr. Amin Fohari, M.Si.
NIDN. 0715078102

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya,

Nama : Inge Oviliana Yulanda Puspitasari
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat/tgl. Lahir : Nganjuk, 10 Januari 2003
NPM : 2112010088
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya tulis atau pendapat yang pernah diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara sengaja dan tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Kediri,
Yang Menyatakan,



Inge Oviliana Yulanda Puspitasari
NPM: 2112010088

MOTTO :

“Rasakanlah setiap proses yang kamu tempuh dalam hidupmu, sehingga kamu tau betapa hebatnya dirimu sudah berjuang sampai detik ini”

“Walaupun tumbuh dari keluarga broken home,
Jangan terkurung dengan trauma itu, masa
Kecil boleh hancur, mental boleh sakit,
Perlihatkan siapa dirimu bertarunglah untuk
masa depan yang lebih baik.
Anak broken home juga punya hak untuk sukses”

“Sembilan bulan ibuku merakit tubuhku untuk menjadi mesin
penghancur badai, maka tak pantas aku tumbang hanya karena
mulut seseorang”

Kupersembahkan karya ini buat:

Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dan pertolongan sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Kedua orang tua yang tercinta terutama ibu yang selalu melangitkan doa-doa baik untuk menyelesaikan skripsi ini dan menjadi alasan untuk tidak menyerah serta berjuang sejauh ini.

Diri saya sendiri, Inge Oviliana Yulanda Puspitasari karena telah mampu berusaha dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri walaupun banyak tekanan dari luar keadaan dan tidak pernah memutuskan untuk menyerah sesulit apapun proses sampai detik ini.

Sahabat dan teman teman saya yang selalu menemani hidupku dalam suka maupun duka. Terimakasih atas segala waktu, usaha, dan dukungan yang telah diberikan.

ABSTRAK

Inge Oviliana Yulanda Puspitasari: Analisis Pengaruh Daya Tarik Konsumen Pada Kualitas Pelayanan, Lokasi, Dan *Store Atmosphere* Terhadap Kepuasan Pelanggan Di District Hairstudio Kabupaten Kediri, Skripsi, Manajemen, FEB UNP Kediri, 2025.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Lokasi, *Store Atmosphere* dan Kepuasan Pelanggan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Penelitian ini dilakukan di District Hairstudio Kabupaten Kediri. Kepuasan pelanggan merupakan variabel dependen dalam penelitian ini, sedangkan variabel independen adalah kualitas pelayanan, lokasi, dan *store atmosphere*. Metode penelitian yang digunakan teknik analisis regresi linier berganda dengan tingkat kepercayaan 5% untuk memperoleh gambaran yang menyeluruh mengenai hubungan antara variabel satu dengan variabel yang lain. Data diperoleh dari pelanggan District Hairstudio Kabupaten Kediri. Jumlah sampel sebanyak 69 pelanggan dengan teknik *stratified random sampling*. Hasil penelitian uji t menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan, lokasi, dan *store atmosphere* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil uji F diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan, lokasi, dan *store atmosphere* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil *adjusted R square* menunjukkan nilai 0,772 artinya bahwa besarnya pengaruh kualitas pelayanan, lokasi, dan *store atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan adalah sebesar 77%.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur Kami panjatkan kehadiran Allah Tuhan Yang Maha Kuasa, karena hanya atas perkenan-Nya penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan.

Skripsi dengan judul “ Analisis Pengaruh Daya Tarik Konsumen pada Kualitas Pelayanan, Lokasi, Dan *Store Atmosphere* terhadap Kepuasan Pelanggan Di District Hairstudio Kabupaten Kediri” ini ditulis guna memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.

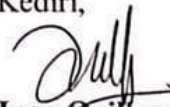
Pada kesempatan ini diucapkan terimakasih dan penghargaan yang setulustulusnya kepada:

1. Bapak Dr. Zainal Afandi, M.Pd. selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri.
2. Dr. Amin Tohari, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri yang selalu memberikan semangat kepada mahasiswanya
3. Ibu Restin Meilina, M.M. selaku Ketua Prodi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri.
4. Bapak Dr. Samari M.M. selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak membantu untuk memberikan bimbingan dan pengarahan selama proses penyusunan Skripsi ini.
5. Bapak Itot Bian Raharjo S.Pd, S.E, M.M. selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak membantu untuk memberikan bimbingan dan pengarahan selama proses penyusunan Skripsi ini.
6. Kedua orang tua tercinta, Bapak Supriono S.Sos dan Ibuku tersayang Ibu Yuliati yang telah membesarkanku, mendidik, dan tidak pernah lelah memberikan dukungan, dan mengajarku sebuah arti kesabaran dalam hidup. Karya ini saya persembahkan untuk kalian. Terimakasih pada bapak dan ibuku dan kelak cita-cita saya akan menjadi persembahan paling mulia untuk kalian. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat-Nya kepada Bapak dan Ibu.

7. Bude Muji Rahayu selaku sosok ibu dalam hidup saya, sejak kecil bude tak hanya menggantikan peran orang tua, tapi juga mencintai tanpa syarat, membesarkan tanpa lelah, dan membiayai pendidikan saya hingga tuntas. Saya tau, tak ada yang bisa membalas semua lelah dan air mata yang pernah bude sembunyikan demi masa depan saya. Tapi biarlah tulisan ini menjadi saksi kecil atas cinta yang tebalas. Terimakasih buk, ini untukmu.
8. Kepada seseorang yang tidak kalah penting kehadirannya, Bagus Setiawan. Terimakasih telah menjadi bagian dalam proses perjalanan menyusun skripsi. Berkontribusi baik tenaga, waktu, menemani, mendukung, memberikan semangat, dan senantiasa sabar menghadapi saya, selalu meyakinkan untuk pantang menyerah hingga penyusunan skripsi ini terselesaikan.
9. Teman teman saya (Kost Abah) Beiby sukma Diva, Adinda Putri Ambarwati, Pipit Putri Pratiwi, dan teman- teman (CebolL) Arista, Dina, Aini, Melani, Martha, Anisya, Pipit yang selalu menemani dari mulai MABA hingga lulus dan selalu meberikan support yang tiada henti, serta teman teman (Sampe lulus) Windriya putri Triandini dan Asshafrada Putri Windakirana yang selalu menjadi tempat bertukar cerita yang selalu menemani mengerjakan segala tugas sampai lulus.
10. Serta pihak-pihak lain yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Akhirnya, disertai harapan semoga skripsi ini ada manfaatnya bagi kita semua, khususnya bagi dunia pendidikan, meskipun hanya ibarat setitik air bagi samudra luas.

Kediri,



Inge Ovitiana Yulanda Puspitasari
NPM: 2112010088

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	II
LEMBAR PERSETUJUAN	III
PERNYATAAN.....	IV
MOTTO	V
ABSTRAK	VI
KATA PENGANTAR.....	VII
DAFTAR ISI.....	IX
DAFTAR TABEL	XI
DAFTAR GAMBAR.....	XII
DAFTAR LAMPIRAN	XIII
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II KAJIAN TEORI	6
A. Teori Dan Penelitian Terdahulu Kualitas Layanan (X1)	6
B. Teori Dan Penelitian Terdahulu Lokasi (X2)	10
C. Teori Dan Penelitian Terdahulu <i>Store Atmosphere</i> (X3).....	14
D. Teori Dan Penelitian Terdahulu Kepuasan Pelanggan (Y).....	22
E. Kerangka Berfikir	25
F. Hipotesis Penelitian	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	30
A. Desain Penelitian	30
B. Definisi Operasional Variabel.....	30
C. Alat, Bahan, dan Instrumen Penelitian.....	33
D. Populasi dan Sampel.....	40
E. Prosedur Penelitian	41
F. Tempat dan Waktu Penelitian.....	42
G. Teknik Analisis Data.....	44

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	48
A. Hasil Penelitian.....	48
B. Pembahasan	60
BAB V PENUTUP.....	64
A. Simpulan.....	64
B. Implikasi	64
C. Saran	65
DAFTAR PUSTAKA.....	67

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Daftar Barbershop yang berada di Kabupaten Kediri.....	3
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu Kualitas Pelayanan (X1)	9
Tabel 2.2 Hasil Penelitian Terdahulu Lokasi (X2)	14
Tabel 2.3 Hasil Penelitian Terdahulu Store Atmosphere (X3)	22
Tabel 3.1 Skala Penilaian Instrumen Penelitian.....	38
Tabel 3.2 Kisi- Kisi Kuisioner	38
Tabel 3.3 Uji Validitas Instrumen Penelitian	41
Tabel 3.4 Reliabilitas Instrumen Penelitian	42
Tabel 3.5 Rencana Jadwal Penelitian.....	44
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	50
Tabel 4.2 Tingkat Usia Responden	50
Tabel 4.3 Tingkat Pekerjaan Responden.....	51
Tabel 4.4 Tingkat Kunjungan Responden.....	52
Tabel 4.5 Hasil Uji Deskriptif.....	52
Tabel 4.6 Tanggapan Responden terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan	53
Tabel 4.7 Tanggapan Responden terhadap Variabel Kualits Pelayanan.....	54
Tabel 4.8 Tanggapan Responden terhadap Variabel Lokasi.....	55
Tabel 4.9 Tanggapan Responden terhadap Variabel Store Atmosphere.....	56
Tabel 4.10 Uji Multikolinieritas.....	58
Tabel 4.11 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	59
Tabel 4.12 Hasil Uji Determinasi.....	60
Tabel 4.13 Hasil Uji t.....	61
Tabel 4.14 Hasil Uji F	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	31
Gambar 3. 1 Tempat Penelitian.....	45
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas.....	56
Gambar 4.3 Uji Heteroskedastisitas	57

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuisisioner Penelitian	67
Lampiran 2: Tabulasi Data.....	68
Lampiran 3: Output SPSS.....	72
Lampiran 4: Surat Ijin Penelitian	83
Lampiran 5: Surat Balasan Penelitian.....	84
Lampiran 6: Dokumentasi.....	85
Lampiran 7: Kartu Bimbingan Skripsi.....	86

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada zaman era saat ini fashion menjadi daya tarik kaum milenial untuk bisa tampil lebih *trendy, fresh, dan fashionable*. Daya tarik tersebut dimulai dari penampilan atas sampai bawah termasuk bagian penampilan bentuk mode rambut. Hal tersebut tidak hanya dilakukan oleh kaum wanita tapi pria juga senang memperhatikan penampilan. Banyak kaum pria yang peduli dengan gaya penampilan mereka dan selalu mengganti mode rambut di salon khusus pria (*Barbershop*). Model rambut pria zaman sekarang juga beragam seperti *undercut, frenchcrop, slickback, pompadour, buzzcut, caesarcut, quiff, combover, commahair, two block haircut* dan masih banyak lagi yang mana disesuaikan dengan bentuk wajah (Samari, et al., 2021). Banyak juga diantara kaum pria tersebut membeli produk *styling* rambut seperti *hair spray, hair wax, haircream, pomade, cave natural hair powder, styling hair gell* yang biasanya dijual di *Barbershop*.

Tidak heran dengan pertumbuhan bisnis yang saat ini banyak berkembang di Indonesia dan diminati oleh kaum milenial zaman sekarang salah satunya yaitu terbentuknya salon khusus pria atau *Barbershop*. Perkembangan bisnis *Barbershop* ini cukup menjanjikan karena banyak konsumen yang tertarik pada bisnis tersebut. Pelanggan juga lebih memilih dalam memilih tempat pangkas rambut terbaik. Tren ini menyoroti semakin pentingnya bagi pemilik salon pria untuk memiliki rencana yang matang guna memuaskan pelanggan sekaligus tetap bertahan dalam industri yang persaingannya ketat (Amalia et al., 2023).

Suatu produk atau layanan dikatakan bermutu tinggi apabila semua karakteristiknya hadir dan berfungsi, sehingga dapat memenuhi suatu kebutuhan (Kotler & Keller, 2021). Kebutuhan untuk memenuhi harapan klien secara tepat waktu dan memenuhi tuntutan serta persyaratan mereka ditekankan dalam kualitas layanan (Arianto & Octavia, 2021). Ketika pelanggan berada dalam perawatan perusahaan, Kualitas Layanan berlaku untuk setiap layanan yang ditawarkan perusahaan. Berdasarkan definisi yang diberikan, jelas bahwa layanan berkualitas

tinggi berpotensi berdampak besar pada kebahagiaan pelanggan. Peningkatan kualitas layanan yang ditawarkan dapat meningkatkan daya saing perusahaan di pasar (Shellya et al., 2023). Penentuan lokasi bisnis adalah aspek fundamental yang harus diperhatikan. Salah satu faktor terpenting yang menentukan keberhasilan perusahaan adalah posisi strategisnya. Karena lokasi fisik perusahaan merupakan aset yang akan memengaruhi kinerjanya dalam jangka panjang, ada sejumlah pertimbangan yang harus dipertimbangkan dalam membuat keputusan tersebut. Memilih lokasi yang tepat sangat penting bagi keberhasilan bisnis karena memengaruhi minat pelanggan untuk melakukan pembelian (Hariyono et al., 2023).

Lokasi perusahaan sangat penting dalam memproduksi barang dan jasa dengan memperhatikan pertimbangan ekonomi (Hartaroe et al., 2016). Sementara itu, definisi lokasi adalah tempat yang tepat di mana suatu objek secara fisik berada (Biantoro, 2021). Lokasi memengaruhi keberhasilan atau kegagalan bisnis tergantung pada lokasinya. Oleh karena itu, penentuan lokasi yang ideal adalah keharusan mutlak yang harus dipenuhi oleh setiap bisnis; lokasi yang keliru akan mengakibatkan tingginya biaya operasional, yang pada gilirannya tidak akan mampu bersaing dan pastinya akan membawa kerugian.

Store Atmosphere merupakan komponen kunci dari bauran pemasaran toko yang membantu menarik minat pelanggan, membuat mereka merasa nyaman saat berbelanja, dan mendorong mereka untuk memikirkan apa yang mereka butuhkan untuk rumah dan diri mereka sendiri (Buchari, 2017). *Store Atmosphere* didefinisikan sebagai ruang yang dirancang secara sengaja yang menggunakan isyarat visual, warna, pencahayaan, musik, dan aroma untuk membangkitkan perasaan dan kesan tertentu pada konsumen, yang pada gilirannya dapat memengaruhi keputusan pembelian mereka (Fitriana & Utami, 2017).

Kepuasan pelanggan merupakan penilaian terhadap tingkat kepuasan konsumen atau pengguna produk atau layanan perusahaan terhadap penawaran yang diterima (Firmansyah, 2019). Kepuasan merupakan tingkat emosi individu setelah membandingkan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan (Oliver, 2017). Dengan demikian, kepuasan bergantung pada perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan; jika harapan terpenuhi, pelanggan akan mengalami kekecewaan. (Sardanto, et al., 2021). Apabila kinerja sesuai dengan harapan,

konsumen akan sangat puas. Sementara apabila kinerja melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas. Harapan konsumen dapat dibentuk oleh pengalaman masa lalu, komentar dari kerabat dan informasi pemasar dan sebagainya.

Di Kabupaten Kediri, jumlah peminat *barbershop* saat ini cukup tinggi, terbukti dengan munculnya banyak usaha sejenis yang menarik perhatian masyarakat untuk menggunakan jasa tersebut, yang dimana peminatnya mulai dari kalangan anak-anak, remaja, maupun pria dewasa. Dan dari beberapa *barbershop* yang ada di Kabupaten Kediri mereka berlomba-lomba untuk menawarkan jasa mulai dari Kualitas Pelayanan, Lokasi, serta *Store Atmosphere* yang diberikan untuk kepuasan pelanggan. Berikut nama-nama *barbershop* yang terletak di Kabupaten Kediri hingga tahun 2024.

Tabel 1.1

Daftar *Barbershop* yang berada di Kabupaten Kediri

Nama	Alamat
D'trendy Hairstyle <i>Barbershop</i>	Jalan Ngablak Kecamatan banyakan Kabupaten Kediri
Alzone <i>Barbershop</i>	Jalan Ken Arok No.285 Kwadungan Kecamatan Ngasem Kabupaten Kediri
D' <i>Barbershop</i>	Jalan Joyoboyo No.28 Tepus, Sukorejo, Kecamatan Ngasem Kabupaten Kediri
Cakra <i>Barbershop</i>	Jalan Erlangga No.41 Katang, Sukorejo, Ngasem, Kabupaten Kediri
District Hairstudio <i>Barbershop</i>	Grompol, Ngebrak, Kecamatan Gampengrejo, Kabupaten Kediri

Sumber: Data Babershop yang berada di Kabupaten Kediri, 2024

District Hairstudio yang terletak di Grompol, Ngebrak, Kecamatan Gampengrejo, Kabupaten Kediri ini tidak hanya menawarkan jasa untuk potong rambut tetapi juga ada menyediakan *coffee shop* dalam *barbershop* ini menambah terciptannya suasana yang nyaman untuk pelanggan dapat merasakan dan menikmati kopi sambil menunggu giliran serta menjadikan pengalaman yang baik untuk loyalitas pelanggan. Selain itu District Hairstudio juga menawarkan jasa kursus *haircut* dan usaha *clothing* baju yang sudah berjalan sejak setahun yang lalu. Pelayanan yang diberikan cukup baik dan menjadikan daya tarik konsumen untuk mencoba jasa yang ditawarkan oleh District Hairstudio.

Dari latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk meneliti mengenai **“ANALISIS PENGARUH DAYA TARIK KONSUMEN PADA KUALITAS PELAYANAN, LOKASI, DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP**

KEPUASAN PELANGGAN DI DISTRICT HAIRSTUDIO KABUPATEN KEDIRI”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan dan penjelasan yang dikemukakan, maka perumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di District Hairstudio Kediri?
2. Apakah lokasi berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di District Hairstudio Kediri?
3. Apakah *Store Atmosphere* berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di District Hairstudio Kediri?
4. Apakah kualitas pelayanan, lokasi, dan *Store Atmosphere* berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di District Hairstudio Kediri?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan dari penelitiannya sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara parsial kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di District Hairstudio Kediri
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara parsial lokasi terhadap kepuasan pelanggan di District Hairstudio Kediri
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara parsial *store atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan di District Hairstudio Kediri
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara simultan kualitas pelayanan, lokasi, dan *store atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan di District Hairstudio Kediri

D. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada berbagai pihak antara lain sebagai berikut

1. Manfaat Teoritis

- a. Memberikan manfaat yang sangat penting bagi peneliti dengan menambah wawasan khususnya dalam konteks industri jasa kecantikan dan memperkaya pustaka pemasaran dalam menerapkan ilmu selama kuliah bagi District Hairstudio.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan kontribusi pengembangan teori dan keilmuan di bidang pemasaran jasa, terutama mengenai perilaku konsumen dan faktor-faktor daya tarik yang memengaruhi kepuasan dan dapat menambah ilmu pengetahuan serta dapat memperluas bagi pembaca.
- c. Membantu memvalidasi atau mengembangkan teori yang telah ada, memperkaya literatur akademik yang ada, serta memberikan referensi bagi penelitian lanjutan di bidang serupa.

2. Manfaat Praktis

Hasil Penelitian ini sangat berharga bagi District Hairstudio dengan menawarkan pemahaman untuk memperbaiki taktik pelayanan dan efektivitas distribusi sumber daya, terutama pada elemen-elemen seperti mutu layanan, tarif, dan *store atmosphere* yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Temuan ini juga berkontribusi pada peningkatan daya saing dan mendukung pengembangan strategi jangka panjang.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin Tanjung ., S.E., M. . (2020). Pengaruh *Store Atmosphere*, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Waroeng Debox Countainer Food Court Cifest. *Jurnal Manajemen Pelita Bangsa*, 05(03).
- Al -Aziz Litiloly, A. (2020). *Pengaruh Lokasi, Store Atmosphere, Media Sosial, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Di What's Up Cafe Margonda*.
- Anshar, A., & Mashariono. (2020). Pengaruh Lokasi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Gunung Anyar Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 8(4).
- Arianto, N., & Octavia, B. D. A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Distribusi terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 4(2).
<https://doi.org/10.32493/drj.v4i2.9867>
- Arikunto. (2018). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Biantoro, R. (2021). Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Martabak Bapr. *Performa*, 6(1).
<https://doi.org/10.37715/jp.v6i1.1911>
- Buchari, A. (2017). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Cahyono, B. D. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayan, Harga Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Cv. Javaland Arsitek, Surabaya. In *Molecules* (Vol. 9, Issue 1).
- Devi. (2020). Kerangka Pemikiran Penelitian. *Tambahpinter.Com*.
- Dewi, S. K. (2019). Identifikasi Atribut Kepuasan Pelanggan dengan Model KANO. *Prosiding Seminar Nasional IENACO*.
- Dimiyati, A., & Safitri, W. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan daya tarik wisata terhadap minat berkunjung ulang. In *Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Pelita Bangsa*.
- Febriani, F., & Ahmad Fadili, D. (2021). Pengaruh *Store Atmosphere* Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survey Pada Café Patroli Kopi Karawang). *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 4(3).
<https://doi.org/10.32493/jpkpk.v4i3.10100>
- Firmansyah, A. (2019). Pemasaran (Dasar dan Konsep). In *Pemasaran*.
- Fitriana, O., & Utami, N. (2017). Buku ajar strategi promosi penjualan. *Book*.
- Ghozali. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan IBM SPSS 25. *Forum Ilmiah Pendidikan Akuntansi Universitas PGRI Madiun*, 6(2).
- Haedi, A. L. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, dan *Store Atmosphere* terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Pada Kedai Kopi Dado Kalisari. *Skripsi: Fakultas Sains Dan Teknologi Universitas Islam Negeri Syarif*

Hidayatullah.

- Halim, T. N., Martin, R., Kesia, R., Hutasoit, B., & Aisyah, S. (2023). Kepuasan Pelanggan Terhadap Platform E-Commerce Metode K-NN(Tio Novian Halim) |512 Klasifikasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Platform E-Commerce dengan Metode K-Nearest Neighbor (K-NN). *Jurnal Riset Sistem Informasi Dan Teknik Informatika (JURASIK)*, 8(2).
- Hamsah, A. I., Hakim, L., & Razak, R. (2020). Pengaruh Perilaku Organisasi Terhadap Kualitas Pelayanan Publik. *Kajian Ilmiah Mahasiswa ...*, 1.
- Hardani et al. (2022). Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif. In *LP2M UST Jogja* (Issue March).
- Hartaroe, B. P., Mardani, R. M., & Abs, M. K. (2016). *Prodi manajemen*. 82–94.
- Hasanah, S. N., Damanhuri, & Juwandi, R. (2021). Analisis Kualitas Pelayanan Publik Dalam Konteks Pembuatan Ktp Elektronik Di Dinas Kependudukan Dan Catatan Sipil Kota Serang Pada Tahun 2021. *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(1).
- Hidayat, E. W. (2016). Pengaruh *Store Atmosphere*, Promosi Penjualan, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Impulse Buying (Studi Kasus Pada Konsumen ACE Hardware Pondok Indah Mall). *Nature Methods*, 7(6).
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. In *Repository.Unitomo.Ac.Id*.
- Isfahila, A., Fatimah, F., & S, W. E. (2018). Pengaruh Harga, Desain, Serta Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 8(2). <https://doi.org/10.32528/jsmbi.v8i2.1790>
- Jacobis Rolando. (2019). Faktor-Faktor Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap Peserta Jamkesmas Di BLU RSUP Prof.Dr. R.D. Kandou Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(4).
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2019). Marketing. In *BMC Public Health* (Vol. 5, Issue 1).
- Kotler, P. dan K. L. K. (2019). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 1). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management Global Edition* (W. Stephanie (ed.); Global, Vol. 15E). Pearson Education Limited.<https://doi.org/10.1080/08911760903022556>
- Lupiyoadi dan Hamdani. (2019). Manajemen Pemasaran Jasa Edisi kedua. In *Salemba Empat*.
- Melia, M., & Caridà, A. (2019). *Designing In-Store Atmosphere for a Holistic Customer Experience*. <https://doi.org/10.4018/978-1-7998-1412-2.ch007>
- Murjani. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif,Kualitatif, Dan Ptk. *Cross-Border*, 5(1).

- Novitasari, W., & Handayani, C. M. S. (2022). Pengaruh Harga, Lokasi, Wom Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Cafe Senewen Time Surabaya. In *Journal of Sustainability Business Research* (Vol. 3, Issue 2).
- Oliver, J. (2017). Pengertian Kepuasan. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9).
- Purba, H., Putra Juledi, A., & Rasyid Munthe, I. (2024). Penentuan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan dengan Menggunakan Algoritma C4.5. *Jurnal Ilmu Komputer Dan Sistem Informasi (JIKOMSI)*, 7(1). <https://doi.org/10.55338/jikoms.v7i1.2720>
- Ragatirta, L. P., & Tiningrum, E. (2021). Pengaruh *Atmosphere Store*, Desain Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus di Rown Division Surakarta). *EXCELLENT*, 7(2). <https://doi.org/10.36587/exc.v7i2.793>
- Ramadhan, F., Muhafidin, D., & Miradhia, D. (2021). Kualitas Pelayanan Kesehatan Puskesmas Ibum Kabupaten Bandung. *JANE - Jurnal Administrasi Negara*, 12(2). <https://doi.org/10.24198/jane.v12i2.28684>
- Riadi, M. (2020). Keputusan Pembelian (Pengertian, Dimensi, Jenis dan Proses Tahapan). In *30 Mei 2020*.
- Santoso, A., & Widowati, S. Y. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Kopima USM. *Jurnal Dinamika Sosbud*, 13(2).
- Sobari, H. (2022). *Store Atmosphere* dan Kualitas Pelayanan Sebagai Rujukan Keputusan Pembelian Di Pasar Modern. In *Cv. Global Aksara Pers* (Vol. 8).
- Sugiyono. (2023). Sugiyono, Metode Penelitian dan Pengembangan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D , (Bandung: Alfabeta, 2015), 407 1. *Metode Penelitian Dan Pengembangan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, Dan R&D*.
- Sujarweni, V. W. (2020). Metodologi Penelitian. In *Yogyakarta: Pustaka Baru Press*.
- Tjiptono, F. (2019). Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Penelitian). *Jurnal Manivestsi*, 3(1).
- Wouters, M. F. (2023). Pengaruh *Store Atmosphere*, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen McDonald's Sudirman Kota Yogyakarta. *Skripsi: Fakultas Sains Dan Teknologi Universitas Islam Negri Syarif Hidayatullah*.
- Yuranda, M. A. (2019). Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Kepuasan Pelanggan Starbucks Coffee Sun Plaza Medan. *Jurnal Pembangunan Wilayah & Kota*, 1(3).