

**PENGARUH PHYSICAL EVIDENCE, PEOPLE, DAN PROCESS  
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA DE SALON TLOGOMAS  
MALANG (STUDI KASUS PADA MAHASISWI UNIVERSITAS  
TRIBHUWANA TUNGGADEWI)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan  
Memperoleh Gelar Sarjana**

**MANAJEMEN**



**OLEH :**

**THERESIA WAHYUNI**

**NIM. 2016120182**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADEWI  
MALANG**

**2020**

**Pengaruh Physical Evidence, People, Dan Proses Terhadap  
Kepuasan Konsumen Pada De Salon Tlogomas”  
(Studi Mahasiswi Universitas Tribhuwana Tunggadewi Malang)**

**Theresia Wahyuni, Cakti Indra Gunawan, Rizki Aprilia Dwi Susanti**  
Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Tribhuwana  
Tunggadewi  
Jl. Tlaga Warna Blok C, Tlogomas, Kec. Lowokwaru, Kota Malang.  
Email: [Wahyunitheresia03@gmail.com](mailto:Wahyunitheresia03@gmail.com)

---

**Ringkasan**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Physical Evidence*, *people* dan *process* terhadap kepuasan konsumen pada De Salon Tlogomas Malang. Penelitian yang dilakukan merupakan penelitian dengan metode kuantitatif. Data yang digunakan yaitu data primer yang diperoleh langsung dari hasil wawancara dan penyebaran kuesioner kepada pelanggan. Metode analisa data yaitu deskriptif dan regresi linear berganda menggunakan uji F (simultan). Hasil penelitian membuktikan bahwa *Physical Evidence* berpengaruh signifikan terhadap kinerja De Salon dengan nilai signifikan 0,002 ( $p\text{-value} < 0,05$ ), *people* berpengaruh signifikan dengan nilai signifikan sebesar 0,008 ( $p\text{-value} < 0,05$ ) dan *process* nilai signifikan sebesar 0,000 ( $p\text{-value} < 0,05$ ) yang berarti berpengaruh signifikan.

**Kata Kunci : Physical Evidence, People, Proses, Kepuasan Konsumen De Salon Tlogomas Malang.**

**The Effect of Physical Evidence, People, and Process on  
Consumer Satisfaction in De Salon Tlogomas " (Student's Study  
of Tribhuwana Tunggadewi University Malang)**

**Theresia Wahyuni, Cakti Indra Gunawan, Rizki Aprilia Dwi Susanti**  
Management Studies Program, Faculty Of Economics ,University Tribhuwana  
Tunggadewi

Jl.Telaga Warna Block C, Tlogomas, Kec, Lowokwaru, City Malang.

Email: [Wahyunitheresia03@gmail.com](mailto:Wahyunitheresia03@gmail.com)

---

**Summary**

The purpose of this study was to determine the effect of Physical Evidence, people and process on consumer satisfaction at De Salon Tlogomas Malang. Research carried out is research with quantitative methods. The data used are primary data obtained directly from interviews and distributing questionnaires to customers. Data analysis methods are descriptive and multiple linear regression using the F test (simultaneous). The results of the study prove that Physical Evidence has a significant effect on the performance of De Salon with a significant value of 0.002 (p-value <0.05), people have a significant effect with a significant value of 0.008 (p-value <0.05) and a significant process value of 0,000 ( p-value <0.05) which means that it has a significant effect.

**Keywords: Physical Evidence, People, Process, Consumer Satisfaction, De Salon Tlogomas Malang**

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Menurut Tjiptono dan Anastasia (2012:64), dengan bertambahnya perusahaan jasa perkembangan akan industri layanan jasa semakin meningkat dan bertambah pesat dalam bidang perawatan kecantikan di Indonesia. Menurut Gunawan, Mukoffi, & Handayanto (2017:25), strategi yang tepat di Indonesia secara khusus bertujuan untuk : 1 menemukan modal baru ( inovasi dan perkembangan) strategi yang tepat di Indonesia dalam menyikapi persaingan di Era Masyarakat Ekonomi Asia (MEA). Berdasarkan kajian dari Hurriyati (2015:28), suatu loyalitas yang di peroleh akan menambah banyaknya pelanggan yang akan berkunjung ke perusahaan jasa dan akan menambah jumlah kinerja keuangan dan mempertahankan pelanggan dan kelangsungan hidup perusahaan jasa. Hal ini akan menjadi alasan utama bagi perusahaan untuk menarik minat konsumen.

Berdasarkan Widiana (2013:89), 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 sehinggakan membuat konsumen menjadi loyal dan akan merasa ingin mempercantik diri. Suatu peluang usah yang sangat besar untuk membuka sebuah perusahaan kecantikan. Alasan peneliti memilih De Salon sebagai tempat penelitian adalah karena De Salon menyunguhkan tempat

perawatan yang nyaman bagi konsumen dan pelayanan yang sangat ramah dan harga yang ditawarkan sangat terjangkau

Berdasarkan informasi dari Brown (2015:23), bentuk dari kepuasan konsumen adalah di mana pelayanan yang di peroleh memberikan kepuasan terhadap konsumen harapan konsumen akan suatu produk yang di tawarkan cukup meyakinkan dan hasil yang di peroleh sangat memuaskan konsumen. Konsumen yang puas akan terus menerus mendorong konsumen menjadi loyal terhadap barang yang ditawarkan.

Hal ini yang menjadi alasan bagi peneliti untuk menjadikan De Salon sebagai objek yang di inginkan oleh peneliti dan melihat seberapa jauh kualitas yang di peroleh oleh konsumen. Menurut Aprilia (2013), bisnis di bidang jasa kecantikan merupakan layanan secara langsung yang arti nya konsumen bertemu langsung dengan penyedia jasa. Kemampuan dalam memenuhi keinginan konsumen dapat memberikan pengaruh yang baik bagi konsumen terhadap kualitas pelayanan. Suasana yang menarik akan memberikan pengaruh yang positif, salah satu bahan penunjang yang memberikan pengaruh yang baik agar konsumen betah berlama-lama berdada di salon. Memuaskan keinginan konsumen merupakan hal yang sangat sulit mengingat konsumen yang merasa puas akan perawatan salon diharapkan akan kembali menggunakan jasa salon. Untuk mencapai pelayanan yang berkualitas membutuhkan strategi yang dalam proses pemasaran yang bergerak di bidang jasa, Gunawan (2016:7).

Dan hal ini seiring dengan studi dari Gunawan, Mukoffi, Sumarno & Sulistyowati (2018), dimana kualitas pelayanan di era informasi dan teknologi setiap perusahaan kepada konsumen.

De Salon adalah salah satu UMKM di wilayah Tlogomas dan pada saat ini sedang ramai di kunjungi oleh konsumen dari tahun ke tahun minat konsumen semakin bertambah. Banyaknya pelanggan terutama dikalangan mahasiswi Universitas Tribhuwana Tunggadewi, namun demikian De Salon mengalami masalah yaitu bagaimana meningkatkan kepuasan konsumen. Peneliti ingin mengetahui lebih dalam lagi tentang De Salon. Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti mengambil judul "Pengaruh Physical Evidence, People, dan Proses Terhadap Kepuasan Konsumen Pada De Salon Tlogomas" (Studi Mahasiswi Universitas Tribhuwana Tunggadewi Malang).

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian di atas maka dapat dirumuskan masalah dan pembahasan yang ingin dibahas adalah:

1. Bagaimana pengaruh physical evidence (x1), terhadap kepuasan konsumen pada De Salon Tlogomas Malang ?
2. Bagaimana pengaruh people (x2), terhadap kepuasan konsumen pada De Salon Tlogomas Malang ?
3. Bagaimana pengaruh process (x3), terhadap kepuasan konsumen pada De Salon Tlogomas Malang ?

4. Bagaimana pengaruh kepuasan konsumen (y), pada De Salon Tlogomas Malang ?

### **1.3. Tujuan penelitian**

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh physical evidence (x1), terhadap kepuasan konsumen pada De Salon Tlogomas Malang.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh people (x2), terhadap kepuasan konsumen pada De Salon Tlogomas Malang.
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh proses (x3), terhadap kepuasan konsumen pada De Salon Tlogomas Malang.
4. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kepuasan konsumen (y), pada De Salon Tlogomas Malang.

### **1.4. Manfaat penelitian**

1. Bagi penelitian untuk memberikan pengetahuan dan wawasan yang berkaitan dengan penerapan agar memberikan motivasi. dalam rangka penyusunan skripsi.
2. Bagi Perusahaan penelitian ini adalah bisa bermanfaat untuk bahan evaluasi sekaligus untuk memperbaiki kinerja manajemen serta berorientasi perusahaan.
3. Bagi Rekan Mahasiswi sebagai salah satu bacaan sebagai pertimbangan terutama bagi para mahasiswi yang akan menyusun skripsi dengan topik yang sama.
4. Bagi Pihak Lain untuk memberikan kontribusi referensi dalam menambah pengetahuan sebagai bahan perbandingan dan pertimbangan, yang

nantinya dapat dimanfaatkan oleh lembaga dan penelitian lainnya dalam memecahkan masalah yang berkaitan pada kajian yang sama.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agusty, Ferdinand. (2016). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Skripsi, Tesis Dan Di Sertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro. Hal. 85
- Annisa, Rahadiyarsi, Loekito., & La, Diadhan, Hukama. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. Internasional Journal Of Social Science And Business*. Vol.1 No.4. pp.265-270.
- Ardhana, Oldy. (2010). *“Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan ( Studi Kasus Pada Bengkel Caesar Semarang). Skripsi*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Agustiawan, Nyoman Triyadi Dan Ni Ketut Rasmini (2016). *“Pengaruh Sistem Berbasis Akrua. Teknologi Informatika Dan Sistem Pengendalian Intern Pemerintah Pada Kualitas Laporan Keuangan Dengan Kompetensi Sumber Daya Manusia Sebagai Moderasi”*. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udanaya*. Vol. 5 No.10. Pp 34-39.
- Abidin, Basri Ikhwan. (2011). *Manajemen Resiko Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Peresedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Brown, C.V. (2015). *Managemen Informasi Teknologi. (6<sup>th</sup> Edition)*. New Jersey :Pearson Prenticehall.
- Buchari, Alma. (2019). *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Farida, L.N. (2017). *Pengaruh Bukti Fisik, Keandalan dan Ketanggapan Terhadap Keputusan Pelanggan Salon Mangani*. Nganjuk. Vol.1 No.07. hal. 52
- Fakhri, Syahir, Abdul Quddus., & Herry Hudrasyah. (2014). *The Influence Of Service Quality Dimensiones On Customer Satisfaction And Costomer Loyalty*. Bandung. *Journal Of Business And Management*. Vol.3, No.5.
- Gunawan, C. I., Mukoffi, A., Sumarno, S. & Sulistyowati, Y. (2018), Model Strategi Kpps: Laporan Berbasis Daring Sebagai Pelayanan Perbankan Syariah Di Indonesia Dalam Menghadapi Kompetisi Di Era Informasi Dan Teknolog. *Referensi jurnal ilmu manajemen dan akuntansi*. Volume. 6. No.2. Pp 1-8.

- Gunawan,C.I. (2016), *Strategi Manajemen Investasi Berbasis Syariah*. Purwokerto: CV. IRDH (Research & Publishing).
- Gunawan, C. I., Mukoffi, A., & Handayanto, A. J. (2017:25), *Strategi perbankan syariah menghadapi persaingan di Era MEA*. Purwokerto: CV. IRDH.
- Ghozali,Imam. (2015). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Edisi Kedua.Semarang:Badan Penerbit Universitas Di Ponogoro.
- Ghozali,Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*.Cetakan Keempat,Semarang:Badan Penerbit Viversitas Di Ponogoro.
- Husein Umar.(2019) *Metodepenelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*. Jakarta:Ranawali Persada.
- Iwan, Sidarta.,& Boy, Suzanto.(2015). *Pengaruh Kepuasan Transaksi Online Shopping Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Sikap Serta Prilaku Konsumen*. *Jurnal computech & bisnis*,vol.9 No.1.pp 23-36.
- Jayabrata, I. M., Brahmasari, A. I., & Brahma, R. B. A. I. ( 2016), *Analysis Of The Influence Patient Safety, Service Quality, Maeketing Mix, Toward Patient Satisfaction And Patient Loyalty For Inpatients Of Private*. *Internasional Journal Of Business And Management Invention*. Surabaya. Vol.5 No. 4. Pp 37-51.
- Kotler, P. A. G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. (Edisi Jilid 1). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L., (2016), *Manajemen Pemasaran* (Edisi Jilid 15). Jakarta: Erlangga.
- Laggeng Setyo Nugroho.(2015). *Kualitas,Harga,Lokasi,Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Distro(Distributor Outlet)*.P Clothing Rown Division Solo.
- Lupiyoadi. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Komputer*. Jakarta: Penerbit Selambe Empat
- Lovelock,c. (2011). *Pemasaran Jasa Persektif*. Edisi 7.Jakarta : Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat, dan Hamdani. (2019). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi II Jakarta: Penerbit selambe empat.
- Muh, J. I., Brahmasari, A.I., & Ida, Aju, Brahma, Ratih.( 2016). *Analysis of The Influence Patient Safety, Service Quality, Marketing Mix, Toward*

*Patient Satisfaction and Patient Loyalty for Inpatients of Private Hospitals.* Surabaya:Jurnal vol. 5 No 4 Tahun 2016.

- Ngroho, R., & Japariato, E., (2013). Pengaruh People, Physical Evidence, Produk, Promotion, Price Dan Place Terhadap Tingkat Kunjungan Di Kafe Coffee Czies. *Jurnal Manajemen Pemasaran petra*. Vol. 1 No.2 hal. 1-9.
- Ngamte, K., (2013), *An investigation of the marketing mix factors influencing the purchasing behavior of Thai hair Salon owners regarding hair color products.*
- Permatasari, I, S. & R, Sugeng, B. (2018). *Pengaruh Physical Evidence, People, Process Terhadap Kepuasan Pelanggan di Salon Nico*. Sawojajar Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*. Vol.4 No 1.
- Ratih, Hurryati. (2015). *Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen*. Bandung:Alfabeta.
- Ratih, Hurryati. (2010). *Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen* .Bandung:Alfabeta.
- Ridwan,. (2015). *Skala pengukuran Variabel-variabel penelitian*. Bandung:Alfabeta.
- Rondonuwu, D. P.,(2013). *Kualitas Produk ,Harga Dan Kualitas Layanan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Mobil Missad Merah Pada (Pt.Wahana Wirawan Manado)*.Jurnal Emba.vol.1.No.4.Hal.718-728.
- Ramadhan, S. A., (2017), *Pengaruh People, Process Dan Physical Evidence Terhadap Kepuasan Konsumen ( studi kasus pada Nex Salon For Men Di Jalan Dr Mansyur)*. Skripsi. Ilmu Administrasi Niaga/ Bisnis, FISIP. Sumatra Utara.
- Susanti, R. D. A., (2017), *Brand Image Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Dan Menggunakan Produk Cream Wajah Garnier*.Vol. 14. No. 1.hal. 22.
- Susanti, R. D. A., (2013), *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pada Ugo Salon n"Spa*.Fakultas Ekonomi
- Sukotjo, Hendri dan Radix A, Sumanto.(2014). *Analisis Marketing Mix-7p (Produk, Price, Promotion,Place,Partisipant,Process,Dan Physical Evidence) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Klinik Kecantikan Teta di Surabaya*. Vol.1 .No.2.

- Sangadji, E. M. S. (2013). *Customer Behavior Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Sangadji, E. M.S. (2013). *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktik di sertai: Himpunan Jurnal peneliti*. YOGYAKARTA: Penerbit Andi.
- Sugiyono. (2014), *Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian*  
Sugiyono.(2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan RPD*. Bandung:Alfabeta.
- Sugiyono. (2010), *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif Kualitatif dan RPD*. Bandung:Alfabeta.
- Sugiyono. (2013), *Metode penelitian bisnis* . Bandung:Alfabeta.
- Sugiyono. (2013), *Stastitik Untuk Penelitian*. Bandung:Alfabeta.
- Sutoyo, D. & Susanti ,E ,F. (2015), *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Center For Academic Publishing Servis.
- Sukardi. (2018), Kepuasan Pelanggan terhadap Sepatu Merk Mitra di Kalangan Mahasiswi Politeknik TMKM dengan Metode Kualitatif dan Servqual. *jurnal. IKRAITH EKONOMIKA* Vol. 1 No. 2
- Sinambela, Lijan Poltak. (2011), *Reformasi Pelayanan Publik*. Jakarta:Bumi Aksara
- Tjiptono. F.(2019), *Manajemen jasa*. Edisi kedua:Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono. F., dan Anastasia, D. (2012: 64). *Pelanggan puas*.Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono.F. (2016), *Strategi Pemasaran* .Yogyakarta: Andi Offset.
- Wulan, S,W., Mawardi, K,M.,& Pangesuti,E. (2016). *Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Pembelian Serta Dampaknya Terhadap Krpuasan Pelanggan*. Jurnal Administrasi Bisnis. (JAB). Vol.38 No.2.hal. 75.
- Widiana.W.Dkk. (2013), *Tingkat Kepuasan Pelanggan dan Strategi Pengembangan Usaha Jasa Salon Kecantikan Keraton di Tangerang*.Manajenen IKM, Vol,8 No. 1. ISSN 2085-8418
- Zeithaml.Volaria A.Mary jo Bitner.(2016). *Service Marketing Intergreting Caustumer Focus across The Frim*:Me Graw Hill.

Zeithaml, Volaria A. Mary Jo Bitner dan Dwayne D. (2018) ) *Service Marketing  
Integrating Customer Focus Across The Firm 5th Edition*. New  
York: Me Graw Hill