

**PENGARUH *SERVICESCAPE* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN**

**(Studi Kasus: Pelanggan Titi Anam Salon Bandung)**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen  
Universitas Pendidikan Indonesia



Disusun Oleh :

Widya Oktafiani

1501050

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS PENDIDIKAN EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA  
BANDUNG**

**2019**

**PENGARUH *SERVICESC* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN  
(STUDI KASUS: PELANGGAN TITI ANAM SALON BANDUNG)**

**Oleh:  
Widya Oktafiani**

Sebuah skripsi yang ditujukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis

©Widya Oktafiani 2019

Universitas Pendidikan Indonesia

Juli 2019

Hak Cipta dilindungi undang-undang

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian, Dengan dicetak ulang, difoto copy, atau cara lainnya tanpa izin dari penulis.

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

**“Pengaruh *Servicescape* Terhadap Kepuasan Pelanggan  
(Studi Kasus: Pelanggan Titi Anam Salon Bandung)”**

**Widya Oktafiani**

**1501050**

Skripsi ini telah disetujui dan disahkan oleh :

1. Dosen Pembimbing I

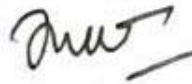


05/08/19

**Dr. Vanessa Gaffar, SE.Ak MBA**

**NIP.197403072002122005**

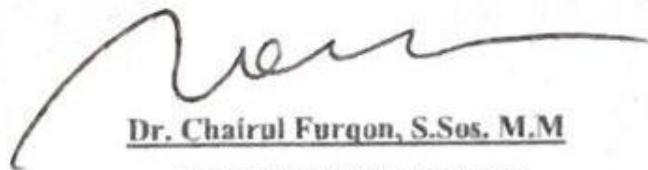
2. Dosen Pembimbing II



**Dr. Ayu Krishna Yulawati S.Sos., MM**

**NIP. 197307252003122002**

3. Ketua Program Studi



**Dr. Chairul Furqon, S.Sos. M.M**

**NIP. 197206152003121009**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS PENDIDIKAN EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA  
BANDUNG**

**2019**

## ABSTRAK

**Widya Oktafiani. (1501050) “Pengaruh *Servicescape* Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada pelanggan Titi Anam Salon Bandung)”.  
Dibawah bimbingan Dr. Vanessa Gaffar, SE.,Ak.,MBA dan Dr. Ayu Krishna Yuliawati S.Sos.,MM.**

Perkembangan salon saat ini membuat persaingan semakin ketat sehingga perusahaan salon akan berusaha untuk mempertahankan target pasar salah satunya dengan menerapkan strategi *servicescape* dalam mencapai kepuasan. Titi Anam Salon adalah salah satu salon yang telah menerapkan strategi ini untuk meningkatkan kepuasan pelanggannya. Adapun beberapa tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran mengenai *servicescape* pada Titi Anam Salon, mengetahui tingkat kepuasan pelanggan pada Titi Anam Salon dan pengaruh *servicescape* terhadap kepuasan pelanggan.

Metode penelitian yang digunakan adalah *explanatory survey* dengan jenis penelitian deskriptif dan verifikatif serta sampel yang digunakan sebanyak 100 responden yang telah menggunakan layanan jasa Titi Anam Salon. Teknik analisis yang digunakan adalah uji normalitas, koefisien korelasi sederhana dan analisis regresi sederhana dengan bantuan *SPSS 24.0 for Windows*. Pengujian hipotesis menggunakan uji t-test untuk melihat pengaruh secara parsial dari hubungan antara kedua variabel yang diteliti.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *servicescape* pada Titi Anam Salon dipersepsikan pelanggan berada pada kategori baik, sedangkan kepuasan pelanggan berada pada kategori cukup puas artinya pelanggan merasa cukup dengan keadaan *servicescape* salon tersebut. Hasil penelitian lainnya menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara *servicescape* terhadap kepuasan pelanggan.

**Kata Kunci: *Servicescape*, Kepuasan Pelanggan, Titi Anam Salon**

## ABSTRACT

**Widya Oktafiani. (1501050) “The Influence of Servicescape on Customer Satisfaction (Case Study on Customer Titi Anam Salon Bandung)”. Under the guidance of Dr. Vanessa Gaffar, SE.,Ak.,MBA and Dr. Ayu Krishna Yuliawati S.Sos.,MM.**

*The development of salons now makes competition even tighter so that salon companies will try to maintain the target market, one of them is by implementing servicescape strategies in achieving satisfaction. Titi Anam Salon is one salon that has implemented this strategy to maintain customer satisfaction. The goals that want to be achieved is to describe about servicescape on Titi Anam Salon, also to knowing the level of customer satisfaction on Titi Anam Salon and the influence of servicescape on customer satisfaction.*

*The research method used is explanatory survey with the type of descriptive and verification research and the sample used as many as 100 respondents who have used services of Titi Anam Salon Bandung. The analysis technique used is normality test, simple correlation coefficient and simple regression analysis with the help of SPSS 24.0 for Windows. Hypothesis testing uses t-test to see the effect partially of the relationship between the two variables studied.*

*The results showed that the servicescape of the Titi Anam Salon was perceived by customers to be in the good category, while customer satisfaction was in the quite satisfied category, meaning that the customer felt sufficient with the salon's servicescape. The results of other studies indicate a positive and significant influence between servicescape on customer satisfaction.*

**Keyword: Servicescape, Customer Satisfaction, Titi Anam Salon**

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT. Atas segala limpahan rahmat, anugerah, karunia dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “**Pengaruh *Servicescape* Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus: Pelanggan Titi Anam Salon Bandung).**”

Shalawat beserta salam tak lupa tercurahkan kepada junjungan Nabi Besar kita Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, para sahabat dan pengikutnya hingga akhir zaman. Aamiin. Adapun tujuan skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat untuk menempuh ujian Sarjana Ekonomi program studi Manajemen pada Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis Universitas Pendidikan Indonesia.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat kekurangan, dikarenakan keterbatasan kemampuan penulis. Untuk itu penulis memohon maaf atas kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk lebih meningkatkan kemampuan dan kualitas penelitian.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin selesai tanpa dukungan, bimbingan, bantuan, serta doa dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. R. Asep Kadarohman, M.Si, selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia.
2. Bapak Prof. Dr. H. Agus Rahayu, MP, selaku Dekan Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis Universitas Pendidikan Indonesia.
3. Bapak Dr. Chairul Furqon, S.Sos., M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis Universitas Pendidikan Indonesia yang senantiasa memberikan arahan, masukan, dan petunjuk sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu Dr. Vanessa Gaffar, SE., AK., MBA, selaku pembimbing I yang senantiasa membimbing, meluangkan waktu serta memberikan masukan, arahan, petunjuk dan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu Dr. Ayu Krishna Yuliawati, S.Sos., MM, selaku pembimbing II yang senantiasa membimbing, meluangkan waktu serta memberikan

masukan, arahan, petunjuk dan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Bapak dan Ibu Dosen beserta staff Program Studi Manajemen yang telah mendidik dan membekali ilmu kepada penulis baik selama masa perkuliahan maupun diluar perkuliahan.
7. Kedua orang tua tercinta dan tersayang, Mamah Kasmi dan Papah Sukarso. Terima kasih banyak atas segala ketulusan yang ada di dalam setiap doa, sujud, ridho serta kasih sayang yang tiada henti, selalu memberikan nasihat, dukungan, semangat sekaligus menjadi teman untuk bercerita dan berkeluh kesah baik senang maupun sedih. Sangat bangga dan bersyukur memiliki orang tua seperti Mamah dan Papah. Skripsi ini saya persembahkan khusus untuk kedua orang tua tercinta dan tersayang.
8. Adik tersayang, Refiana Dwi Rahayu. Terima kasih atas segala dukungan, semangat, canda dan tawa kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Partner tersayang, Riyan Permana. Terima kasih atas segala cerita perkuliahan yang menyenangkan dari semester tiga hingga sekarang, kehadiranmu menjadi penyemangat untuk senantiasa menyadarkan penulis akan suatu tujuan dalam hidup salah satunya membahagiakan kedua orang tua. Tidak lupa doa, dukungan, masukan serta canda dan tawa yang selalu ada sangat berarti bagi penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Semoga akan selamanya. Aamiin.
10. Sahabat dari semester awal perkuliahan, Ditta D Hanifah, Monna Fathya dan Widya Prams. Terima kasih atas dukungan, semangat, canda dan tawa kepada penulis selama ini. Sayang kalian, semoga sukses selalu.
11. Pertemanan ngopi, Dian Anggraeni, Nada Kirana, Rengganis Puspa, Sandra Tiara, Sarah Maulida, Wafa Shafiya dan Yova Subagjani. Terima kasih atas dukungan, semangat, canda dan tawa kepada penulis selama ini. Kalian terbaik.

12. Sahabat dari SMA, Fanny Fitrah. Terima kasih atas dukungan, semangat, canda dan tawa kepada penulis selama ini. Terbaik, sukses selalu.
13. Teman seperbimbingan, Ernie Agustina dan Friska Permata Sari. Terima kasih atas dukungan, semangat, bantuan dan motivasi kepada penulis selama ini.
14. Pertemanan semasa 40 hari, Nurulloh Hidayah, Puja Maretha dan Yuliana Devi. Terima kasih atas semangat, dukungan dan motivasi kepada penulis selama ini.
15. Teman-teman konsentrasi Manajemen Pemasaran 2015. Terima kasih atas semangat dan dukungan selama perkuliahan ini.
16. Teman-teman Manajemen 2015, yang namanya tidak dapat disebutkan satu-satu. Terima kasih atas keceriaan, tawa, suka dan duka yang telah kita bagi bersama dalam setiap kenangan. Senang bisa mengenal kalian semua, semoga kesuksesan menyertai kalian.

Akhir kata, penulis ucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berperan serta dalam penyusunan skripsi ini dari awal sampai akhir. Semoga Allah SWT senantiasa meridhai segala usaha kita. Aamiin.

Bandung,      Juli 2019

Penulis



## DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
1.4.1 Akademis .....	7
1.4.2 Praktis .....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS.....	8
2.1 Kajian Pustaka .....	8
2.1.1 Konsep Kepuasan Pelanggan.....	8
2.1.2 Konsep Jasa.....	13
2.1.3 Konsep <i>Servicescape</i> .....	16
2.2 Teori Penghubung.....	24
2.2.1 Pengaruh <i>Servicescape</i> terhadap Kepuasan Pelanggan.....	24
2.3 Penelitian Terdahulu .....	26
2.4 Kerangka Pemikiran.....	30
2.5 Hipotesis .....	34
BAB III METODE PENELITIAN .....	35
3.1 Objek Penelitian.....	35
3.2 Metode Penelitian dan Desain Penelitian.....	35
3.2.1 Metode Penelitian .....	35
3.2.2 Desain Penelitian.....	36
3.3 Operasional Variabel .....	37
3.4 Jenis, Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	47

3.4.1 Jenis dan Sumber Data.....	47
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data.....	47
3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling .....	48
3.5.1 Populasi.....	48
3.5.2 Sampel.....	48
3.5.3 Teknik Sampling.....	49
3.6 Uji Instrumen Penelitian .....	49
3.6.1 Uji Validitas .....	49
3.6.2 Uji Reliabilitas .....	52
3.7 Analisis Data.....	53
3.7.1 <i>Method of Successive Interval (MSI)</i> .....	54
3.7.2 Analisis Data Deskriptif.....	55
3.7.3 Analisis Data Tingkat Kepuasan.....	56
3.7.4 Analisis Data Verifikatif .....	58
3.8 Uji Hipotesis .....	60
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>62</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	62
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	62
4.1.2 Program Pemasaran Perusahaan .....	63
4.1.3 Gambaran Umum Responden .....	64
4.1.4 Gambaran <i>Servicescape</i> .....	67
4.1.5 Gambaran Kepuasan Pelanggan.....	80
4.1.6 Hasil Pengujian Statistik .....	96
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian .....	101
4.3 Keterbatasan Penelitian.....	105
<b>BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN .....</b>	<b>106</b>
5.1 Kesimpulan .....	106
5.2 Implikasi .....	107
5.3 Saran .....	107
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>109</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Jumlah Salon di Indonesia.....	1
Tabel 1. 2 Jumlah Salon Kecantikan dan <i>Barbershop</i> di Kota Bandung.....	2
Tabel 1. 3 Data Jumlah Pelanggan Titi Anam Salon .....	4
Tabel 1. 4 Hasil Pra-Penelitian Kepada Responden.....	4
Tabel 1. 5 Hasil Pra-Penelitian Kepada Responden.....	5
Tabel 2. 1 Tipologi <i>Servicescape</i> .....	23
Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu .....	26
Tabel 3. 1 Operasional Variabel .....	37
Tabel 3. 2 Jenis dan Sumber Data.....	47
Tabel 3. 3 Hasil Pengujian Validitas Instrumen Penelitian Variabel X ( <i>Servicescape</i> )... 50	
Tabel 3. 4 Hasil Pengujian Validitas Instrumen Penelitian Variabel Y (Kepuasan Pelanggan).....	51
Tabel 3. 5 Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel <i>Servicescape</i> dan Variabel Kepuasan Pelanggan.....	53
Tabel 3. 6 Skor Berdasarkan <i>Skala Likert</i> .....	54
Tabel 3. 7 Kriteria Nilai <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i> .....	58
Tabel 3. 8 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi .....	59
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia dan Pekerjaan .....	64
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia dan Penghasilan.....	65
Tabel 4. 3 Pengalaman Responden Berapa Kali Dalam Hitungan Menggunakan Layanan Jasa Titi Anam Salon Berdasarkan Penghasilan .....	65
Tabel 4. 4 Pengalaman Responden Mengetahui Layanan Jasa Titi Anam Salon Berdasarkan Usia .....	66
Tabel 4. 5 Pengalaman Responden Pernah Tidaknya Menggunakan Layanan Jasa Salon Lain Berdasarkan Pekerjaan .....	67
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Mengenai Kebersihan Lingkungan di Titi Anam Salon .....	68
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden Mengenai Temperatur Suhu di Titi Anam Salon.....	69
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden Mengenai Pencahayaan di Titi Anam Salon.....	69
Tabel 4. 9 Rekapitulasi <i>Ambient Dimension</i> .....	70
Tabel 4. 10 Tanggapan Responden Mengenai Keramahan Karyawan Titi Anam Salon. 70	
Tabel 4. 11 Tanggapan Responden Mengenai Kepedulian Karyawan Titi Anam Salon. 71	
Tabel 4. 12 Tanggapan Responden Mengenai Kerapihan Penampilan Karyawan Titi Anam Salon.....	72
Tabel 4. 13 Tanggapan Responden Mengenai Kejelasan Karyawan Titi Anam Salon dalam Memberikan Informasi.....	72
Tabel 4. 14 Rekapitulasi <i>Social Dimension</i> .....	73
Tabel 4. 15 Tanggapan Responden Mengenai Penataan Tata Letak Interior di Titi Anam Salon .....	74
Tabel 4. 16 Tanggapan Responden Mengenai Kenyamanan Ruang Perawatan di Titi Anam Salon.....	74

Tabel 4. 17 Tanggapan Responden Mengenai Privasi Ruang Perawatan di Titi Anam Salon .....	75
Tabel 4. 18 Tanggapan Responden Mengenai Keunikan Bangunan Titi Anam Salon....	75
Tabel 4. 19 Tanggapan Responden Mengenai Pemakaian Warna yang Digunakan Titi Anam Salon.....	76
Tabel 4. 20 Tanggapan Responden Mengenai Penggunaan Gaya Dekorasi Ruang Perawatan di Titi Anam Salon .....	76
Tabel 4. 21 Rekapitulasi <i>Design Dimension</i> .....	77
Tabel 4. 22 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai <i>Servicescape</i> .....	78
Tabel 4. 23 Tanggapan Responden Mengenai Kinerja Kebersihan Lingkungan di Titi Anam Salon.....	80
Tabel 4. 24 Tanggapan Responden Mengenai Harapan Kebersihan Lingkungan di Titi Anam Salon.....	80
Tabel 4. 25 Tanggapan Responden Mengenai Kinerja Temperatur Suhu di Titi Anam Salon .....	81
Tabel 4. 26 Tanggapan Responden Mengenai Harapan Temperatur Suhu di Titi Anam Salon .....	81
Tabel 4. 27 Tanggapan Responden Mengenai Kinerja Pencahayaan di Titi Anam Salon	82
Tabel 4. 28 Tanggapan Responden Mengenai Harapan Pencahayaan di Titi Anam Salon .....	82
Tabel 4. 29 Tanggapan Responden Mengenai Kinerja Keramahan Karyawan Titi Anam Salon .....	83
Tabel 4. 30 Tanggapan Responden Harapan Keramahan Karyawan Titi Anam Salon ....	83
Tabel 4. 31 Tanggapan Responden Mengenai Kinerja Kepedulian Karyawan Titi Anam Salon .....	84
Tabel 4. 32 Tanggapa Responden Mengenai Harapan Kepedulian Karyawan Titi Anam Salon .....	84
Tabel 4. 33 Tanggapan Responden Mengenai Kinerja Kerapihan Penampilan Karyawan Titi Anam Salon.....	85
Tabel 4. 34 Tanggapan Responden Mengenai Harapan Kerapihan Penampilan Karyawan Titi Anam Salon.....	85
Tabel 4. 35 Tanggapan Responden Mengenai Kinerja Kejelasan Karyawan Titi Anam Salon dalam Memberikan Informasi .....	86
Tabel 4. 36 Tanggapan Responden Mengenai Harapan Kejelasan Karyawan Titi Anam Salon dalam Memberikan Informasi.....	86
Tabel 4. 37 Tanggapan Responden Mengenai Kinerja Penataan Tata Letak Interior di Titi Anam Salon.....	87
Tabel 4. 38 Tanggapan Responden Mengenai Harapan Penataan Tata Letak Interior di Titi Anam Salon.....	87
Tabel 4. 39 Tanggapan Responden Mengenai Kinerja Kenyamanan Ruang Perawatan di Titi Anam Salon.....	88
Tabel 4. 40 Tanggapan Responden Mengenai Harapan Kenyamanan Ruang Perawatan di Titi Anam Salon.....	88
Tabel 4. 41 Tanggapan Responden Mengenai Kinerja Privasi Ruang Perawatan di Titi Anam Salon.....	89

Tabel 4. 42 Tanggapan Responden Mengenai Harapan Privasi Ruang Perawatan di Titi Anam Salon.....	89
Tabel 4. 43 Tanggapan Responden Mengenai Kinerja Keunikan Bangunan Titi Anam Salon .....	90
Tabel 4. 44 Tanggapan Responden Mengenai Harapan Keunikan Bangunan Titi Anam Salon .....	90
Tabel 4. 45 Tanggapan Responden Mengenai Kinerja Pemakaian Warna yang Digunakan Titi Anam Salon.....	91
Tabel 4. 46 Tanggapan Responden Mengenai Harapan Pemakaian Warna yang Digunakan Titi Anam Salon .....	91
Tabel 4. 47 Tanggapan Responden Mengenai Kinerja Penggunaan Gaya Dekorasi Ruang Perawatan di Titi Anam Salon .....	92
Tabel 4. 48 Tanggapan Responden Mengenai Harapan Penggunaan Gaya Dekorasi Ruang Perawatan di Titi Anam Salon .....	92
Tabel 4. 49 Rata-rata Skor Tingkat Harapan <i>Mean Importance Score (MIS)</i> .....	93
Tabel 4. 50 Rata-rata Skor Tingkat Kepuasan <i>Mean Satisfaction Score (MSS)</i> .....	94
Tabel 4. 51 <i>Weight Factor (WF)</i> .....	94
Tabel 4. 52 <i>Weight Score (WS)</i> .....	95
Tabel 4. 53 Uji Normalitas.....	97
Tabel 4. 54 <i>Output</i> Korelasi.....	98
Tabel 4. 55 Interpretasi Koefisien Korelasi .....	98
Tabel 4. 56 <i>Output</i> Pengaruh <i>Servicescape</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	99
Tabel 4. 57 <i>Output</i> Koefisien Regresi.....	100
Tabel 4. 58 Nilai Signifikasi Uji T.....	101

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Faktor Pendukung Memilih Layanan Jasa Salon .....	5
Gambar 2. 1 Karakteristik Jasa <i>Sumber: Kotler dan Armstrong (2014:260)</i> .....	14
Gambar 2. 2 Model <i>Servicescape Mary Jo Bitner</i> dalam <i>Zeithaml dan Bitner (2013:290)</i> .....	22
Gambar 2. 3 Kerangka Pemikiran.....	33
Gambar 2. 4 Paradigma Penelitian.....	34
Gambar 3. 1 Garis Kontinum.....	56
Gambar 4. 1 Hasil Kontinum <i>Servicescape</i> .....	79

## DAFTAR LAMPIRAN

- LAMPIRAN 1 ADMINISTRATIF DAN CATATAN BIMBINGAN
- LAMPIRAN 2 KUESIONER PENELITIAN
- LAMPIRAN 3 FORMAT KUESIONER TERTUTUP MENGGUNAKAN *GOOGLE DOCS*
- LAMPIRAN 4 DATA OLAHAN DAN OUTPUT SPSS
- LAMPIRAN 5 PERTANYAAN TERBUKA
- LAMPIRAN 6 DATA HASIL WAWANCARA
- LAMPIRAN 7 RIWAYAT HIDUP

## DAFTAR PUSTAKA

### **Website**

Data Jumlah Salon di Indonesia. *lifestyle.okezone.com*, 2017

Jumlah Salon Kecantikan dan Barbershop di Kota Bandung. *BPS Kota Bandung*, 2018

Customer Satisfaction (CSI) Model 2 Manajemen Pemasaran. *academia.edu*, 2019

### **Buku**

*Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane 2016. Marketing Management, 15<sup>th</sup> Edition, Pearson Education Limited.*

*Kotler, Philip and Gary Amstrong. 2012. Principles of Marketing Global 14<sup>th</sup> edition. New Jersey: Prentice.*

*Hurriyati, Ratih. 2010. Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen. Cetakan Ketiga. Bandung: CV. Alfabeta*

*Hoffman dan Bateson. 2011. Service Marketing, International Edition 4e. Colorado State University: Cengage Learning.*

*Lupiyoadi, Rambat. 2013. Manajemen Pemasaran Jasa (teori dan praktik), Edisi Pertama. Jakarta: Salemba Empat.*

*Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung Alfabeta.*

*Tjiptono, Fandy. 2014. Pemasaran Jasa. Andi: Yogyakarta.*

*Supranto, 2011. Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar. Cetakan Keempat. Jakarta: PT Rineka Cipta*

*Aritonang. L Lerbin. 2005. Pengukuran Kepuasan Pelanggan. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama*

### **Jurnal**

*Roscoe Hightower, Jr. & Mohammad Shariat. Servicescape's Hierarchical Factor Structure Model. Global Review of Business and Economic Research, Vol. 5 No. 2, (2009): 375-398.*

*Nur Hafuzah Juhari, et al. The Shopping Mall Servicescape Affects Customer Satisfaction. 3<sup>rd</sup> International Conference on Business and Economic Research (3<sup>rd</sup> ICBER 2012) ISBN: 978-967-5705-05-2*



- Kiran Raza*. Impact of Servicescape on customer satisfaction in Pakistan Restaurant Industry. *International Journal of Economics, Business and Social Science*, Volume: 1 Issue: 1 Pages: 47-66 (2013)
- Ingrid Y. Lin, et al.* Restaurant Servicescape Encounter and Perceived Congruency on Customers' Emotions and Satisfaction. *Journal of Hospitality Marketing and Management*, 19:819-841 (2010)
- Ahmad A.Al-Tit*. The Effect of Service and Food Quality on Customer Satisfaction and Hence Customer Retention. *Asian Social Science*, Vol. 11 No.23: 2015 ISSN 1911-2017 E-ISSN 1911-2025 Published by Canadian Center of Science and Education (2015)
- Erdina Novita Putri, et al.* Pengaruh Servicescape Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pelanggan Toko Oen Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol 62 No 1 September 2018.
- Rully Putri Utami, et al.* Pengaruh Servicescape Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Konsumen Heaven's Café and Boutique Bandung Tahun 2016). ISSN 2089-3590 EISSN 2303-2472, Vol 6 No 1 Tahun 2016.
- Meika Putra Pratama, et al.* Pengaruh Servicescape Terhadap Kepuasan Konsumen Kafe Roti Gempol Dan Kopi Anjis Cabang Jalan Bengawan Bandung). ISSN: 2355-9357 e-*Proceeding of Management*, Vol 2 No 1 April 2015.
- Taupan Setiady, et al.* Pengaruh Servicescape Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Floating Market Lembang. *Jurnal Manajemen Resort&Leisure*, Vol 12 No 1 April 2015.
- Ahmad Arief Ridlolloh*. Pengaruh Servicescape Terhadap Kepuasan Konsumen Di Kafe Lawangwangi Creative Space. ISSN: 2355-9357 e-*Proceeding of Management*, Vol 1 No 3 Desember 2014.
- Cempaka Dyah Pramita, et al.* Pengaruh Servicescape (Lingkungan Layanan) Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Pada Loyalitas Nasabah (Survei Pada Nasabah Tabungan Simpeda Pt. Bank Pembangunan Jawa Timur Tbk. Kantor Cabang Kediri). *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)* Vol. 26 No.2 September 2015.

*Amaldo Reza Siwi, Et Al. Pengaruh Servicescape Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Instalasi Rawat Jalan Pada Rumah Sakit Prof. Dr. R. D. Kandou Manado. ISSN: 2303-1174 Jurnal EMBA, Vol. 5 No. 2 Juni 2017.*

*Yenni Yuniarti, et al. Pengaruh Servicescape Terhadap Loyalitas Pelanggan Telkomsel. ISSN: 2338-123X Jurnal Digest Marketing, Vol.3 No. 1 Januari-Juli 2018.*

*Tito P. Pangkey. Analisis Servicescape Terhadap Loyalitas Pengunjung Pada Hotel Berbintang Di Manado (Studi Pada Hotel Quality Manado). ISSN: 2303-1174 Jurnal EMBA, Vol. 1 No. 3 September 2013.*