

c) Belajar

Belajar dapat didefinisikan sebagai perubahan-perubahan perilaku yang terjadi sebagai hasil akibat adanya pengalaman. Proses belajar terjadi karena adanya interaksi antara manusia yang dasarnya bersifat individual dengan lingkungan khusus tertentu. Hasil dari proses belajar adalah perubahan psikologis yang akan berpengaruh terhadap perilaku seseorang. Kaitannya dengan perilaku konsumen adalah bahwa proses belajar akan menjadi pengalaman yang mempengaruhi pada pembelian berikutnya. Apabila konsumen merasa terpuaskan, maka ia akan mengkonsumsi kembali produk yang dikonsumsinya tersebut, setiap kali melakukan pembelian. Sebaliknya apabila tidak terpuaskan maka konsumen akan beralih kepada produk lain yang memberikan kepuasan. Demikian pula dengan menggunakan jasa rawat inap rumah sakit, bila mereka merasa terpuaskan, maka selanjutnya pasien tersebut akan kembali sewaktu memerlukan jasa pengobatan dan kesehatan.

d) Kepribadian dan Konsep diri

Kepribadian dapat didefinisikan sebagai pola sikap individu yang dapat menentukan tanggapan untuk bertindak laku.

Ada tiga unsur pokok dalam kepribadian individu yaitu:

- 1) Pengetahuan, yaitu unsur-unsur yang mengisi akan dan alam jiwa seseorang manusia yang sadar, secara nyata terkandung dalam otaknya.
- 2) Perasaan, yaitu suatu keadaan dalam kesadaran manusia yang karena pengaruh pengetahuannya dinilainya sebagai keadaan positif dan negatif.

E = adalah kesalahan maksimum yang diperbolehkan dan dapat ditolelir oleh peneliti.

Dimana:

0,25 merupakan nilai proporsi dari bagian populasi yang diambil berdasarkan gender perempuan dalam penelitian ini, $\alpha = 5\%$ merupakan tingkat kesalahan data yang ditoleransi dalam jenis penelitian ini, maka terdapat 5 peluang dari 100 dimana kita akan menolak hipotesis ini padahal kita seharusnya menerimanya dengan kata lain kita merasa yakin sekitar 95% (tingkat keyakinan) bahwa kita membuat keputusan benar, berdasarkan table z dengan tingkat keyakinan 95% maka skor z (daerah kritis) dari sebuah statistik sampel akan terletak di 1,96. dalam penelitian ini peneliti menggunakan besar eror 0.1 yaitu besarnya error terhadap sampel yang ditoleransi oleh peneliti sebesar 0,1 sehingga besarnya kesalahan dalam ukuran sampel diharapkan tidak terlalu besar atau dapat diminimasi.

Dengan perhitungan sebagai berikut:

$$N = \frac{\bar{p}}{p} (1 - \bar{p}) \left(\frac{z}{e} \right)^2$$

$$N = 0,5 (1 - 0,5) \left(\frac{1,96}{0,1} \right)^2$$

$$N = 0,25 (384,16)$$

$$N = 96,04 \approx 96 \text{ (pembulatan)}$$

Dengan menggunakan probabilitas $\alpha = 5\%$ dan standart deviasi tidak lebih dari 0,1. untuk memudahkan dalam pengambilan sampel maka dibulatkan menjadi 96, jadi responden yang diambil sebanyak 96.

Dari hasil perhitungan indeks evaluasi konsumen pengguna jasa salon Ocha dapat diketahui besarnya indeks konsumen (A_o) adalah sebesar 0,555. Hal ini berarti evaluasi konsumen terhadap Salon Ocha adalah netral. Hasil ini terlihat dari besarnya indeks evaluasi tersebut antara -0,8 sampai 0,8.

Evaluasi responden terhadap atribut kenyamanan suasana tertinggi dengan indeks evaluasi 1.365 (positif) berdasarkan keyakinan konsumen atribut ini menduduki peringkat 1 dan evaluasi menduduki peringkat 3.

Selanjutnya peringkat ke 2 indeks evaluasi konsumen adalah atribut atribut tata ruang/dekorasi nilai indeks 1.333 (positif) berdasarkan keyakinan atribut ini menduduki peringkat ke 3 dan evaluasi menduduki peringkat ke 2.

Pada peringkat ke 3 indeks evaluasi konsumen adalah atribut lokasi strategis sebesar 0.948 berdasarkan keyakinan atribut ini menduduki peringkat 1 sedangkan evaluasi menduduki peringkat ke 7.

Atribut peralatan salon mempunyai indeks evaluasi konsumen sebesar 0,896 (positif) menduduki peringkat ke 4, berdasarkan keyakinan atribut ini menduduki peringkat 2 dan evaluasi menduduki peringkat 7.

Atribut pelayanan konsultasi menduduki peringkat ke 5 dengan indeks evaluasi sebesar 0,875 (netral), berdasarkan keyakinan atribut ini menduduki peringkat 4 dan evaluasi menduduki peringkat 6.

Atribut keramahan dalam pelayanan menduduki peringkat ke 6 dengan indeks evaluasi sebesar 0.729, (netral) berdasarkan keyakinan atribut ini menduduki peringkat 14 dan evaluasi menduduki peringkat 5.

kelompok responden yang berpenghasilan kurang dari Rp. 500.000 menyikapi pada atribut lokasi strategis.

Sedangkan bagi responden yang berpenghasilan Rp. 500.000 – 1.000.000 telah menyikapi positif pada seluruh seluruh atribut. Atribut yang mempunyai penilaian tertinggi adalah atribut tataruang/dekorasi dan terendah adalah kebersihan salon. Dengan demikian kecenderungan kelompok responden ini menyikapi pada atribut tata ruang/dekorasi.

Pada kelompok responden yang berusia lebih Rp. 1.000.000 telah memberikan sikap positif pada seluruh atribut. Atribut yang mempunyai penilaian tertinggi adalah tata ruang/dekorasi, sedangkan terendah adalah harga murah. Dengan demikian kecenderungan responden ini menyikapi pada atribut tata ruang/dekorasi.

Dari hasil uji Signifikansi menunjukkan semua atribut tidak signifikan. Artinya bahwa berdasarkan penghasilan responden sikap konsumen terhadap semua atribut mempunyai sikap yang sama. Berdasarkan tabel semakin tinggi penghasilan maka semakin tinggi sikap konsumen terhadap atribut lokasi tata ruang/dekorasi.

4.3 Implikasi dan Pembahasan

Hasil temuan penelitian ini mempunyai beberapa implikasi diantaranya :

- a. Adanya sikap konsumen yang tergolong positif pada jasa Salon Ocha, hal ini membuktikan bahwa konsumen yang menggunakan jasa Salon Ocha ini memberikan sikap yang baik. Hal ini disebabkan pemilik Salon Ocha selalu memperhatikan dan meningkatkan atribut-atribut jasa yang meliputi:

Berdasarkan tingkat penghasilan tidak ada perbedaan sikap. Pelayanan yang diberikan kepada semua konsumen sama. Hal ini ditunjukkan adanya respon positif yang diberikan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan Salon Ocha.

potongan harga yang sesuai, dan tentunya akan berdampak positif bagi pihak salon.

Adapun atribut-atribut yang dianggap netral oleh konsumen hendaknya dipertahankan oleh pihak salon Ocha, yaitu terdapat atribut-atribut: kenyamanan suasana yang mempunyai skor indeks tertinggi dan diikuti oleh tata ruang/dekorasi, lokasi yang strategis, peralatan salon, pelayanan konsultasi, keramahan dalam pelayanan, pelayanan kebutuhan konsumen, pelayanan yang berkualitas, pelayanan yang sesuai dengan konsumen, kebersihan salon disarankan agar setiap harinya dapat dibersihkan.

Dan disarankan bagi pihak salon Ocha untuk selalu menanamkan sikap “kepuasan pelanggan adalah kunci keberhasilan suatu usaha”, karena tujuan utama dari berdirinya suatu usaha adalah untuk memperoleh keuntungan yang sebanyak-banyaknya, dan yang dapat memberikan keuntungan tersebut adalah konsumen/pelanggan tersebut.