

## Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan

<sup>1</sup>M. Zidan Supandi, <sup>2</sup>Ida Bagus Eka Artika, <sup>3</sup>Erviva Fariantin

<sup>1,3</sup>Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi AMM, <sup>2</sup>Universitas Mahasaraswati

[surpandizidan@gmail.com](mailto:surpandizidan@gmail.com), [guseka960@gmail.com](mailto:guseka960@gmail.com), [erviva65@gmail.com](mailto:erviva65@gmail.com)

(082341934764)

### Abstract

*This study aims to determine the significant effect of service quality, price perception, and customer satisfaction on customer loyalty at the Semet Barbershop Telagawaru Village Labuapi District. The population in this study were all Semet Barbershop customers with a sample of 40 respondents. The research method used in this study is a quantitative approach. This research is an associative type, using the classical assumption test and multiple linear regression. The results of this study indicate that partially the service quality variable has no significant effect on customer loyalty with a t count of  $0,007 < t$  table of  $1,68709$ . Perceived price partially has no significant effect on customer loyalty with a t count of  $-1,043 < t$  table of  $1,68709$ . While customer satisfaction partially has a significant effect on customer loyalty with a t count of  $5,740 > t$  table of  $1,68709$ . Based on the simultaneous test of service quality variables, price perceptions, and customer satisfaction have a significant effect on customer loyalty with an f count of  $39,256 > f$  table of  $2,87$  with a significance of  $0,000$  at Semet Barbershop Telagawaru Village Labuapi District.*

**Keywords :** Service quality, Price Perception, Customer Satisfaction and Customer Loyalty

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh signifikan dari variabel kualitas pelayanan, persepsi harga, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Semet Barbershop Desa Telagawaru Kecamatan Labuapi. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Semet Barbershop dengan sampel sebanyak 40 responden. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Penelitian ini berjenis asosiatif, dengan menggunakan uji asumsi klasik dan regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai t hitung  $0,007 < t$  tabel  $1,68709$ . Persepsi harga secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai t hitung  $-1,043 < t$  tabel  $1,68709$ . Sedangkan kepuasan pelanggan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai t hitung  $5,740 > t$  tabel  $1,68709$ . Berdasarkan uji secara simultan variabel kualitas pelayanan, persepsi harga, dan kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai f hitung  $39,256 > f$  tabel  $2,87$  dengan signifikansi  $0,000$  pada Semet Barbershop desa Telagawaru kecamatan Labuapi.

**Kata kunci :** Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan.

## PENDAHULUAN

Perkembangan zaman di era globalisasi ini membuat ekonomi, teknologi dan budaya juga mengikuti kemajuan yang signifikan sehingga menimbulkan kebutuhan manusia yang semakin tinggi. Meningkatnya perekonomian berimbas pada meningkatnya pertumbuhan bisnis di Indonesia. Pertumbuhan bisnis dalam beberapa tahun terakhir diwarnai dengan berbagai macam persaingan di segala bidang usaha, tidak terkecuali pada bidang bisnis jasa

potong rambut pria atau yang lebih dikenal saat ini dengan nama *barbershop*. *Barbershop* merupakan salah satu jenis usaha yang sangat di gandrungi saat ini. Dengan momentum kembalinya era rambut klimis, membuat fenomena menjamurnya usaha *barbershop* di berbagai daerah di Indonesia tak terbendungkan lagi. Tidak hanya di perkotaan saja, di pedesaan pun terdapat banyak sekali usaha *barbershop* yang keberadaannya cukup penting bagi para kaum adam. Menurut Asosiasi *Barbershop* Indonesia, pelaku usaha *barbershop* di tanah air akan tumbuh sebesar 30% pada tahun 2017.

Berkiblat pada kondisi tersebut membuat para pelaku usaha *barbershop* dituntut untuk mampu bersaing dengan menciptakan strategi bisnis yang tepat serta mampu mengembangkan model bisnis yang mereka miliki dengan sebaik mungkin. Suatu bisnis juga harus meningkatkan loyalitas pelanggan untuk meningkatkan laba perusahaan. Salah satu cara untuk mencegah pelanggan beralih ke kompetitor lain adalah dengan memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan. Selain kualitas pelayanan, harga merupakan hal yang diperhatikan pelanggan saat membeli suatu barang atau jasa. Dan tidak kalah pentingnya kepuasan pelanggan pun sangat mempengaruhi minat pelanggan terhadap suatu usaha yang ada. penelitian Agiesta (2021) menilai bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan penelitian lain dari Putra (2016) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Semet *barbershop* berlokasi di Jl. Gunung Pengsong, desa Telagawaru, kecamatan Labuapi, kabupaten Lombok Barat, NTB. Owner Semet *barbershop* mulai merintis usahanya sejak enam tahun silam atau tepatnya pada tahun 2017. Pada tahun 2020 para kompetitor mulai bermunculan bahkan dengan lokasi yang hampir berdekatan. Hal tersebut terjadi karena para pelaku usaha pangkas rambut tradisional yang dulunya hanya memotong rambut menggunakan gunting dan alat cukur manual beralih menggunakan mesin listrik dan juga merubah tampilan tokonya menjadi baru seperti *barbershop* yang sedang trend saat ini.

Berikut ini data jumlah pelanggan yang menggunakan jasa pangkas rambut dari Semet *Barbershop* desa Telagawaru kecamatan Labuapi tahun 2022:

**Jumlah Pelanggan Semet Barbershop Tahun 2022**

NO	BULAN	JUMLAH PELANGGAN
1	JANUARI	400
2	FEBRUARI	420
3	MARET	448
4	APRIL	560
5	MEI	600
6	JUNI	420
7	JULI	400
8	AGUSTUS	392
9	SEPTEMBER	390
10	OKTOBER	374
11	NOVEMBER	365
12	DESEMBER	360

*Sumber : owner Semet Barbershop*

Berdasarkan tabel jumlah pelanggan Semet Barbershop desa Telagawaru pada tahun 2022 mengalami kenaikan. Kenaikan yang signifikan terjadi pada bulan april dan bulan mei, hal ini dikarenakan pada bulan tersebut bertepatan dengan bulan suci Ramadhan sehingga banyak pelanggan yang memotong rambutnya pada bulan tersebut. Namun, pada bulan agustus sampai bulan desember cenderung mengalami penurunan jumlah pelanggan. Penurunan ini disebabkan oleh banyaknya pelanggan yang merasa kurang puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Semet Barbershop serta kenaikan harga yang terjadi. Dimana harga sebelumnya adalah Rp. 13.000 per kepala kini naik menjadi Rp. 15.000 per kepala.

**METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah asosiatif, penelitian asosiatif dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Semet Barbershop desa Telagawaru kecamatan Labuapi. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi dan kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Semet Barbershop yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Sedangkan sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 40 responden dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *nonprobability sampling*.

Jenis data dalam penelitian ini menggunakan data kualitatif dan kuantitatif, sumber data dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Teknik analisis data menggunakan uji instrument, uji asumsi klasik, uji analisis regresi linier berganda, dan uji hipotesis.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji validitas digunakan untuk mengetahui ketetapan dan kelayakan setiap butir kuesioner yang diajukan sehingga suatu variabel dapat diidentifikasi. Dalam penelitian ini cara menentukan valid atau tidaknya suatu instrumen dengan membandingkan  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel. Nilai  $r$  tabel dalam penelitian ini adalah 0,320 dengan hasil uji sebagai berikut:

### Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Item Pernyataan	$r$ hitung	$r$ tabel	Keterangan
1	Kualitas Pelayanan (X1)	P 1	0,851	0,320	Valid
2		P 2	0,524	0,320	Valid
3		P 3	0,807	0,320	Valid
4		P 4	0,686	0,320	Valid
5		P 5	0,686	0,320	Valid
1	Persepsi Harga (X2)	P 1	0,888	0,320	Valid
2		P 2	0,830	0,320	Valid
3		P 3	0,844	0,320	Valid
4		P 4	0,844	0,320	Valid
1	Kepuasan Pelanggan (X3)	P 1	0,831	0,320	Valid
2		P 2	0,877	0,320	Valid
3		P 3	0,844	0,320	Valid
4		P 4	0,947	0,320	Valid
5		P 5	0,838	0,320	Valid
1	Loyalitas Pelanggan (Y)	P 1	0,913	0,320	Valid
2		P 2	0,881	0,320	Valid
3		P 3	0,930	0,320	Valid
4		P 4	0,937	0,320	Valid

Sumber : Data Diolah SPSS, Tahun 2023

Berdasarkan table hasil uji validitas dapat diketahui bahwa hasil uji validitas terhadap butir-butir pernyataan dari variabel kualitas pelayanan, persepsi harga, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan dinyatakan valid karena memiliki nilai koefisien korelasi hitung diatas 0,320. Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa pada butir-butir pernyataan diatas tersebut dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

Uji Reliabilitas digunakan untuk menguji konsistensi dari suatu instrument penelitian. Uji Reliabilitas diukur dengan uji *Cronbach's Alpha* yaitu suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60. Adapun hasil uji reliabilitas sebagai berikut:

### Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Batas Reliabilitas	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,756	0,60	Reliabel
Persepsi Harga (X2)	0,872	0,60	Reliabel
Kepuasan pelanggan (X3)	0,916	0,60	Reliabel
Loyalitas Pelanggan (Y)	0,934	0,60	Reliabel

Sumber : Data Diolah SPSS, Tahun 2023

Berdasarkan tabel hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari batas nilai reliabilitas yaitu 0,60 sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel kualitas pelayanan, persepsi harga, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan pada Semet Barbershop yang digunakan dalam penelitian ini dapat dikatakan reliabel.

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah sampel data distribusi normal atau tidak. Uji normalitas dilakukan dengan *Kolmogorov-smirnov* dengan ketentuan bila nilai signifikan hitung > 0,05 berarti data berdistribusi normal dan sebaliknya bila nilai signifikan hitung < 0,05 berarti data tidak berdistribusi normal. Hasil uji normalitas sebagai berikut:

### Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,000000
	Std. Deviation	,46159672
Most Extreme Differences	Absolute	,124
	Positive	,104
	Negative	-,124
Test Statistic		,124
Asymp. Sig. (2-tailed)		,120 <sup>c</sup>

Sumber : Data Diolah Spps, Tahun 2023

Berdasarkan table hasil uji normalitas dapat dijelaskan bahwa hasil signifikan sebesar 0,120 lebih besar dari 0,05 dan dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas yaitu kualitas pelayanan, persepsi harga dan kepuasan pelanggan. Untuk mengetahui ada atau tidaknya gejala multikolinearitas dapat dilihat dari

VIF dan *tolerance*. Jika nilai VIF kurang dari 10 dan toleransi lebih dari 0,1 maka tidak terjadi multikolinieritas. Adapun hasil uji multikolinieritas sebagai berikut:

### Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients <sup>a</sup>								
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta	T	Sig.	Tolerance	VIF	
1 (Constant)	,060	,505		,120	,906			
X1	,002	,218	,001	,007	,995	,293	3,413	
X2	-,193	,185	-,159	-1,043	,304	,279	3,590	
X3	1,138	,198	1,004	5,740	,000	,213	4,701	

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data Diolah SPSS, Tahun 2023

Berdasarkan hasil pengolahan data pada table uji multikolinieritas bahwa variabel bebas yaitu kualitas pelayanan, persepsi harga, dan kepuasan pelanggan menunjukkan nilai VIF < 10 dan nilai tolerance > 0,1, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel bebas dalam penelitian ini dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas.

Uji heteroskedastisitas adalah uji yang bertujuan untuk mengetahui apakah didalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari nilai residual suatu pengamatan ke nilai residual pengamatan lainnya. Dalam penelitian ini menggunakan uji Park yang apabila nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut residual > 0,05 maka dapat dikatakan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Adapun hasil uji heteroskedastisitas sebagai berikut:

### Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Sig	Kesimpulan
(Constant)	0,052	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Kualitas Pelayanan	0,142	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Persepsi Harga	0,134	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Kepuasan Pelanggan	0,076	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

Sumber : Data Diolah SPSS, Tahun 2023

Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel menggunakan uji park menunjukkan bahwa nilai signifikansi dari variabel independen dengan absolut residual > 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji regresi linear berganda bertujuan untuk mengetahui hubungan yang terbangun antara variabel penelitian, apakah hubungan yang terbangun positif atau negatif. Dalam penelitian ini uji regresi berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Semet Barbershop desa Telagawaru kecamatan Labuapi. Berdasarkan hasil pengolahan data yang telah dilakukan, maka dapat diketahui hasil analisis regresi berganda sebagai berikut:

### Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	,060	,505		,120	,906
	X1	,002	,218	,001	,007	,995
	X2	-,193	,185	-,159	-1,043	,304
	X3	1,138	,198	1,004	5,740	,000

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data Diolah SPSS, Tahun 2023

Berdasarkan tabel hasil uji analisis regresi linear berganda dapat dirumuskan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,060 + 0,002 X_1 - 0,193 X_2 + 1,138 X_3$$

Nilai konstanta sebesar 0,060 merupakan keadaan ketika variabel loyalitas pelanggan belum dipengaruhi oleh variabel lainya seperti variabel kualitas pelayanan, persepsi harga dan kepuasan pelangga. Jika variabel independen tidak ada maka variabel loyalitas pelanggan tidak mengalami perubahan. Nilai koefisien regresi  $\beta_1$  sebesar 0,02 artinya menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel kualitas pelayanan maka akan meningkatkan loyalitas pelanggan sebesar 0,02, dengan asumsi bahwa vaiabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.

Nilai koefisien  $\beta_2$  sebesar -0,193 artinya menunjukkan bahwa variabel persepsi harga mempunyai pengaruh negatif terhadap loyalitas pelanggan yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel persepsi harga maka akan mengakibatkan menurunnya variabel loyalitas pelanggan sebesar -0,193 dengan variabel lainnya adalah tetap. Nilai koefisien regresi  $\beta_3$  sebesar 1,138 artinya menunjukkan bahwa variabel kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan yang berarti bahwa setiap kenaikan

1 satuan variabel kepuasan pelanggan maka akan meningkatkan loyalitas pelanggan sebesar 1,138 dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.

Untuk menguji hipotesis pertama maka dilakukan Uji t yaitu untuk menguji pengaruh secara parsial, bagaimana pengaruh masing-masing variabel independen yang ditampilkan dalam bentuk persamaan regresi. Uji t menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Pada penelitian ini kriteria dalam melakukan uji t adalah jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka artinya  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak atau variabel bebas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Sedangkan jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka artinya  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima atau variabel bebas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

### Hasil Uji t

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,060	,505		,120	,906
	X1	,002	,218	,001	,007	,995
	X2	-,193	,185	-,159	-1,043	,304
	X3	1,138	,198	1,004	5,740	,000

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data Pengolahan SPSS, Tahun 2023

Berdasarkan tabel hasil uji t dapat dilihat bahwa nilai t hitung dari variabel kualitas pelayanan (X1) sebesar 0,007 dengan signifikansi 0,995, karena  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $0,007 < 1,68709$ ) maka secara parsial variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan Semet Barbershop. Nilai t hitung dari variabel persepsi harga (X2) sebesar -1,043 dengan signifikansi 0,304, karena  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $-1,043 < 1,68709$ ) maka secara parsial variabel persepsi harga memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan Semet Barbershop. Nilai t hitung dari variabel kepuasan pelanggan (X3) sebesar 5,740 dengan signifikansi 0,000, karena  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $5,740 > 1,68709$ ) maka secara parsial variabel kepuasan pelanggan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan Semet Barbershop.

Untuk menguji hipotesis kedua maka dilakukan Uji-F bertujuan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen yaitu kualitas pelayanan, persepsi harga dan kepuasan pelanggan memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen yaitu loyalitas

pelanggan. Pengujian ini menggunakan kriteria jika nilai  $f$  hitung  $>$   $f$  tabel maka secara simultan variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Adapun  $f$  tabel yang digunakan adalah 2,87 yang didapat dari tabel  $f$  dengan acuan  $df_1$  ( $N_1$ ) = 3 dan  $df_2$  ( $N_2$ ) = 36. Adapun hasil uji simultan atau uji-F sebagai berikut:

### Hasil Uji Simultan (Uji-F)

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	27,184	3	9,061	39,256	,000 <sup>b</sup>
	Residual	8,310	36	,231		
	Total	35,494	39			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

Sumber : Data primer diolah SPSS 23

Berdasarkan tabel hasil uji F menunjukkan bahwa diperoleh nilai  $f$  hitung sebesar 39,256 sedangkan  $f$  tabel sebesar 2,87 maka dapat dikatakan bahwa  $f$  hitung lebih besar dari  $f$  tabel yaitu  $39,256 > 2,87$  sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya bahwa variabel kualitas pelayanan (X1), persepsi harga (X2), dan kepuasan pelanggan (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y).

Untuk menguji hipotesis ketiga maka dilakukan Analisis koefisien determinasi ( $R^2$ ) yaitu untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Analisis koefisien determinasi digunakan untuk memperjelas variasi pengaruh variabel kualitas pelayanan (X1), persepsi harga (X2), dan kepuasan pelanggan (X3) terhadap loyalitas pelanggan (Y). Adapun hasil analisis koefisien determinasi sebagai berikut:

### Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,875 <sup>a</sup>	,766	,746	,48045

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

Sumber : Hasil Pengolahan data SPSS 23

Berdasarkan tabel hasil uji koefisien determinasi  $R^2$  dapat diketahuui bahwa nilai koefisien determinasi Adjusted R Square sebesar 0,746 (74,6%) artinya bahwa model regresi yang diperoleh mampu menjelaskan hubungan didalam variabel kualitas pelayanan, persepsi

harga, dan kepuasan pelanggan mempengaruhi loyalitas pelanggan sebesar 74,6% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lainnya diluar persamaan regresi ini atau variabel yang tidak diteliti.

### **Pengaruh kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Semet Barbershop**

Berdasarkan hasil penelitian diatas mengenai kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Semet Barbershop di desa Telagawaru kecamatan Labuapi, maka diperoleh hasil analisis data yang menunjukkan bahwa nilai dari  $t$  hitung  $< t$  tabel (  $0,007 < 1,68709$  ) dan nilai signifikansinya  $0,995 > 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima artinya variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Semet Barbershop. Dalam hal ini kualitas pelayanan yang diberikan oleh Semet Barbershop tidak mampu untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. Artinya bahwa setiap penurunan satu satuan kualitas pelayanan maka akan menurunkan loyalitas pelanggan pada Semet Barbershop. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Vinny Dwi Rahim Safavi dan Hawignyo dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Kartu Prabayar”. Dimana hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen kartu prabayar XL Axiata sebesar 2,4%.

### **Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Semet Barbershop**

Berdasarkan hasil penelitian diatas mengenai persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan pada Semet Barbershop di desa Telagawaru kecamatan Labuapi, maka diperoleh hasil analisis data yang menunjukkan bahwa nilai dari  $t$  hitung  $< t$  tabel (  $-1,043 < 1,68709$  ) dan nilai signifikansinya  $0,304 > 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima artinya variabel persepsi harga secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Semet Barbershop. Dalam hal ini persepsi harga yang diberikan oleh Semet Barbershop tidak mampu untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. Artinya bahwa setiap penurunan satu satuan persepsi harga akan menurunkan loyalitas pelanggan pada Semet Barbershop. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Angga Katmanto (2020) dengan judul “pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Warung Angkringan Oye pada Dukuh Macanan Baru Desa Karang Anom” dengan hasil penelitian harga tidak berpengaruh signifikan

terhadap loyalitas pelanggan Warung Angkringan Oye pada Dukuh Macanan Baru Desa Karang Anom.

### **Pengaruh kepuasan pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Semet Barbershop**

Berdasarkan hasil penelitian diatas mengenai kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Semet Barbershop di desa Telagawaru kecamatan Labuapi, maka diperoleh hasil analisis data yang menunjukkan bahwa nilai dari  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel (  $5,740 > 1,68709$  ) dan nilai signifikansinya  $0,000 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak artinya variabel kepuasan pelanggan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Semet Barbershop. Artinya jika kepuasan pelanggan pada semet Barbershop ditingkatkan maka loyalitas pelanggan akan meningkat, dan sebaliknya jika kepuasan pelanggan berkurang maka loyalitas pelanggan juga akan menurun. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Melania Desanti Rahayu (2019) dimana hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa variabel kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

### **Pengaruh kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Semet Barbershop**

Berdasarkan hasil penelitian di atas mengenai pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga dan kepuasan pelanggan pada Semet Barbershop desa Telagawaru kecamatan Labuapi, maka diperoleh hasil dari analisis data uji  $f$  yang menunjukkan bahwa nilai dari  $f$  hitung lebih besar dari  $f$  tabel (  $39,256 > 2,87$  ) dengan nilai signifikansi  $0,000$  Sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_o$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya kualitas pelayanan, persepsi harga dan kepuasan pelanggan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Semet Barbershop desa Telagawaru kecamatan Labuapi. Hasil Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Maskur, Qomarian dan Nursaidah (2016) “Analisis pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Studi Kasus Pada Bengkel Mobil Larasati Lumajang”. Dengan hasil penelitian bahwa kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pelanggan semuanya berpengaruh signifikan ( $0,000$ ) secara simultan terhadap loyalitas pelanggan.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil Uji t (parsial) menunjukkan bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Semet Barbershop. Artinya kualitas pelayanan yang diberikan oleh Semet Barbershop tidak dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Berdasarkan hasil uji t (parsial) menunjukkan bahwa persepsi harga berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Semet Barbershop. Artinya persepsi harga yang diberikan oleh Semet Barbershop tidak dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Berdasarkan hasil uji t (parsial) menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Semet Barbershop. Artinya kepuasan pelanggan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan pada Semet Barbershop. Hasil Uji F (simultan) menunjukkan bahwa Kualitas pelayanan, persepsi harga dan kepuasan pelanggan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Semet Barbershop. Artinya kualitas pelayanan, persepsi harga dan kepuasan pelanggan yang diberikan oleh Semet Barbershop dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdilla, M., & Husni, E. (2018). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Barbershop 'X' Kota Padang. *Menara Ekonomi*, *IV*(1), 59–68.
- Fathin, A., Cahaya, Y. F., & Erasashanti, A. P. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Promosi Penjualan, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan (Studi kasus pada pengguna SIMCARD Telkomsel di Jabodetabek). *Seminar Nasional Riset Ekonomi Dan Bisnis 2022*, 284–307.
- Faza, K. (2022). *Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan barbershop di kecamatan baluung, kabupaten jember*.
- Gofur, A. (2019). 1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, *4*(1), 37–44.
- Huda, yudik koirul. (2022). Pengaruh harga, kualitas pelayanan dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan pada barbershop wish hairstudio di kediri. *Braz Dent J.*, *33*(1), 1–12.
- Katmanto, A. (2020). *Pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan warung angkringan oye (studi di dukuh macanan baru desa karang anom)*. *3*(1), 1–66. <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>
- Krisdayanto, Haryono, & Gagah, et al. (2018). *Analisis pengaruh harga, kualitas pelayanan,*

- fasilitas, dan lokasi terhadap keputusan konsumen di i cafe lina putra net bandungan. vol 4 no 4.*
- Maramis, Sepeng, & Soegoto, et al. (2018). *Pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Air Manado. vol 6 no 3.*
- Maskur et al. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Bengkel Mobil Larasati Lumajang). *Jurnal Sains Manajemen & Bisnis Indonesia*, VI(2), 212–221. <http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/SMBI/article/view/361>
- Nugraha, muhammad feraldi. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada scissors barbershop. *SMART Management Journal*, 1(1), 33–45. <https://doi.org/10.53990/smj.v1i1.25>
- Putra et al. (2021). *Pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian studi kasus pasa sick barbershop semarang. vol 7.*
- Putri, & Rastini. (2022). *Peran kepuasan konsumen memediasi pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan. (Studi pada konsumen teh gelas di kota denpasar). 11(10), 1771–1791.* <https://doi.org/https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2022.v11.i10.p02>
- Rahayu, M. D. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan (Studi pada Pelanggan Toko Kosmetik Aman Pekalongan). *Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, 2(1), 1–19.
- Rini. (2019). “*Pengaruh Kualitas Pelayan Dan Persepsi Harga Terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna Jasa Pelayanan Driver Grab*” (Studi kasus IAIN Metro).
- Riyanto, deny fajar. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan, citra merek dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan. In *SEIKO : Journal of Management & Business* (Vol. 5, Issue 1). [www.aisi.or.id](http://www.aisi.or.id)
- Safavi et al. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan dan citra merek terhadap kepuasan konsumen kartu prabayar. *Jurnal Manajemen*, 13(1), 142–150.
- Safitri, Sardana, Asdiansyuri, & Yulianti. (2022). *Pengaruh trust, price dan service quality terhadap repurchase intention studi kasus pada sinar bahagia supermarket di lombok timur. 2(1), 1–9.*
- Sudana, Anggreni, & Indrawan, et al. (2021). *Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian pada kober mie setan studi kasus pada kober mie setan Paguyangan. vol 22 no.* <https://doi.org/10.5281/zenodo.5574445>
- Wahyuni, et al. (2016). *Pengaruh motivasi kerja, kepuasan kerja dan komitmen organisasional terhadap kinerja pegawai negeri sipil (studi pada unit pelayanan teknis daerah panti sosial se-pulau lombok. vol 5 no 4.*