

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DI BARBERSHOP ELKAP.CO

Oleh:

Andhika Wahyu Ramadhan

191020700093

TEKNIK INDUSTRI

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

JUNI 2026



Pendahuluan

Pada perkembangan bisnis di dunia pelayanan jasa di era saat ini menjadi marak karena orang tau customer yang cenderung ingin serba instant dan mudah, Dengan maraknya perusahaan dibidang jasa potong rambut pada saat itu elkap barbershop memberikan varian pelayanan yang sangat variativ.

Namun seiring berjalannya waktu pelaku usaha barbershop semakin banyak karena dinilai ramai peminat dan mudah dijalankan. Dengan adanya persaingan yang sangat ketat Elkap barbershop mengambil Langkah menaikkan harga yang cukup signifikan yaitu

Rp. 60.000



Rp. 100.000

Penurunan Penghasilan Elkap Barbershop

Dengan adanya perubahan harga justru pelanggan Elkap barbershop semakin menurun hingga 30%.

Kenaikan harga yang hampir 35% ini mengakibatkan menurunnya jumlah customer loyal dan juga kepuasan pelanggan makin menurun hingga 30% . Jumlah kerugian yang dialami Elkap Barbershop dari bulan Mei sampai dengan bulan Juli mencapai 79 juta rupiah (table data). Namun dalam proses transisi ini pihak pelaku usaha berupaya menaikkan standar pelayanan dan servicenya guna menjamin jasa yang diberikan masih tetap worthit untuk digunakan oleh customer loyal.

Bulan	Penghasilan	Growth (Rp)	Growth (%)
Mei	Rp. 200.850.000	Rp .25.974.251	29,05
Juni	Rp. 140.595.000	-Rp .60.255.000	-30
Juli	Rp. 120.911.700	-Rp .19.683.300	-14

Pertanyaan Penelitian (Rumusan Masalah)

Berdasarkan latar belakang, identifikasi, dan masalah, maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian yaitu :
Apakah kualitas layanan dan Harga berpengaruh terhadap loyalitas konsumen ?

Batasan Masalah

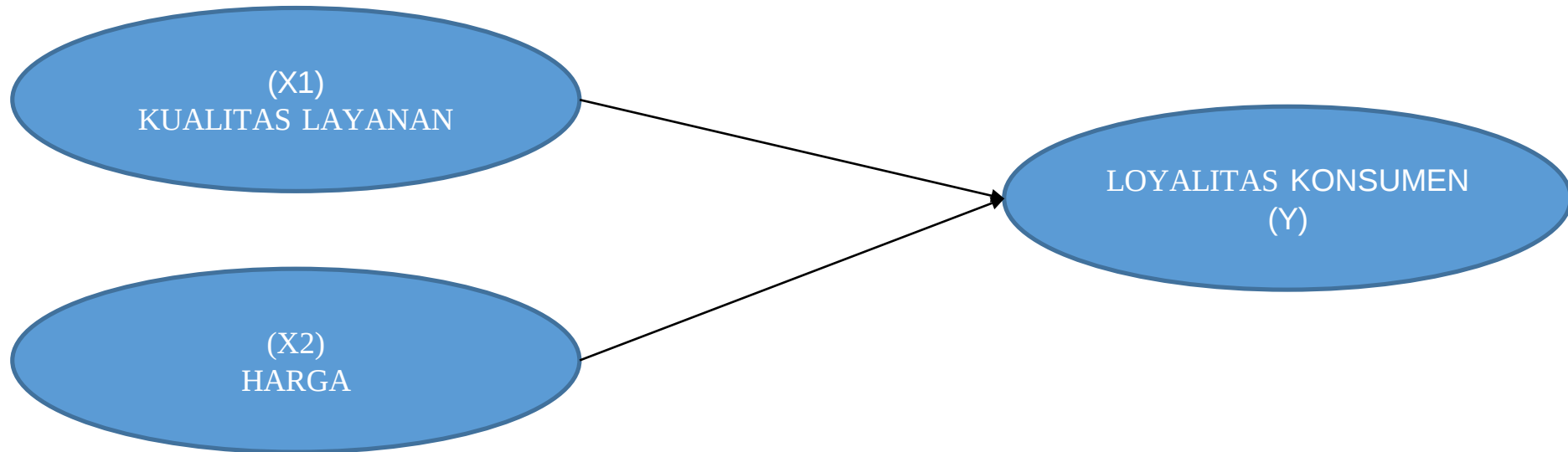


TUJUAN

- Tujuan penelitian ini yaitu mengidentifikasi masalah yang ada pada Elkap Barbershop berupa aspek kepuasan pelanggan dan harga yang cenderung naik yang bertujuan untuk mengembalikan loyalitas customer loyal

Metode Penelitian

- Desain penelitian ini adalah deskripsi kuantitatif. Pendekatan ini digunakan untuk melihat objek penelitian dan profil responden. Pendekatan kuantitatif juga digunakan untuk mengukur hubungan dan pengaruh antara variabel



Populasi dan Sampel

Populasi di elkap barbershop yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti dan teknik yang digunakan untuk pengambilan sampel menggunakan metode purpose sampling, merupakan metode pengambilan sampel yang memberikan peluang sama bagi setiap unsur dari populasi untuk dipilih menjadi sampel. Dalam penelitian ini sample ditentukan dengan rumus lemeshow. Pada taraf signifikan 5% dengan tingkat percaya 95% (1,96). Setelah dilakukan perhitungan dengan rumus lemeshow maka diperoleh sampel sebanyak 96,04 responden yang merupakan konsumen jasa Elkap Barbershop.

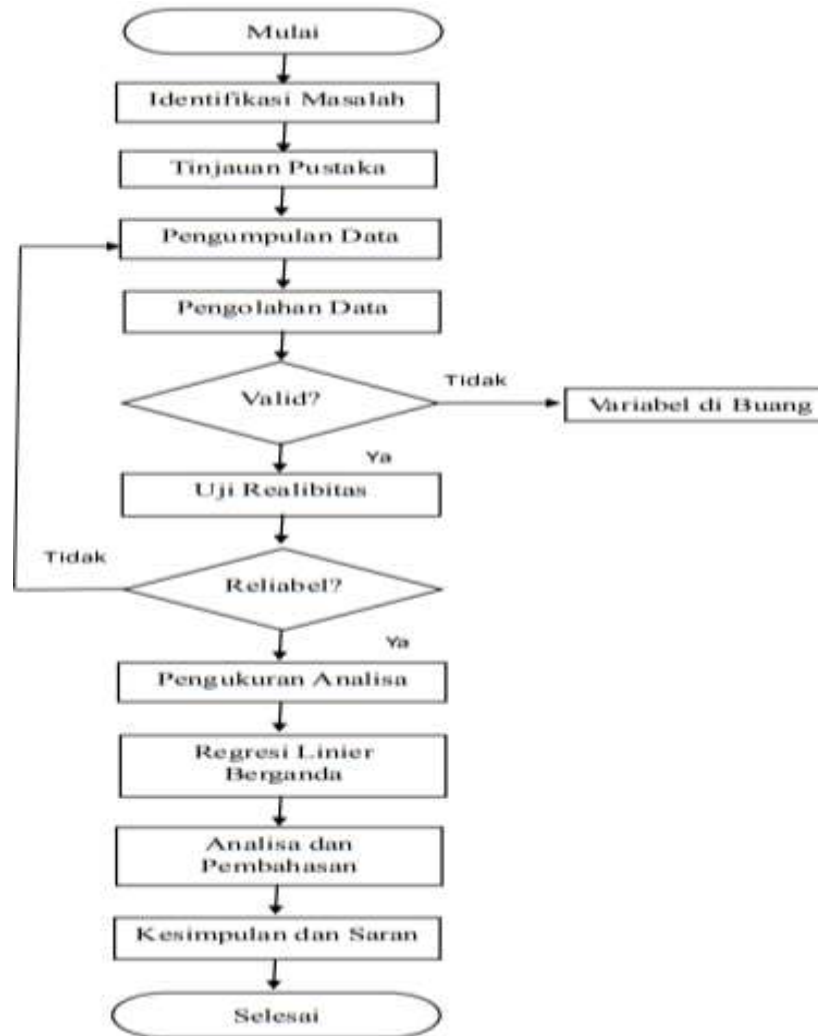
Teknik Pengumpulan Data

- Teknik pengumpulan data yang digunakan dengan teknik kuesioner. Kuesioner teknik pengumpulan data yang diberikan kepada responden untuk memberikan jawaban yang memperoleh hasil yang baik serta teruji.
- Teknik Analisa Data.
- Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menerapkan system analisis data SPSS (Statistic Program For Social Sciense)

Jenis Dan Sumber Data

- Data penelitian ini berasal dari sumber data primer dan data sekunder. Data yang diperoleh dari wawancara dan observasi kuosioner.
- Uji instrumen pada penelitian ini menggunakan kuesioner yang telah dilakukan pada Elkap Barbershop. Uji instrument terdiri dari uji validitas dan uji realibilitas.
- Uji validitas menunjukkan tingkat ketelitian antara data yang sebenarnya terjadi dengan butir soal dan data yang dikumpulkan oleh peneliti untuk menentukan keefektifan butir soal.

Diagram Alir Penelitian



Hasil

Analisis Regresi Berganda

Tabel 11 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.036	1.749		1.736	0.086
	Kualitas Pelayanan	0.470	0.067	0.561	7.057	0.000
	Harga	0.196	0.066	0.237	2.980	0.004
a. Dependen Variabel: Loyalitas Pelanggan						

Hasil

Uji T

Tabel 12 Hasil Uji T

Coefficients ^a				
Model		Standardized Coefficients	T	Sig.
		Beta		
1	(Constant)		1.736	0.086
	Kualitas Pelayanan	0.561	7.057	0.000
	Harga	0.237	2.980	0.004
Dependen Variabel: Loyalitas Pelanggan				

Hasil

Uji F

Tabel 13 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	110.027	2	55.013	30.852	0.000b
	Residual	172.963	97	1.783		
	Total	282.990	99			
a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan						
b. Predictors: (Constant), Kualitas pelayanan, harga						

Hasil Pembahasan

- Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan ELKAP.CO Barbershop.

Variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Berdasarkan hasil analisis statistik menjelaskan bahwa hipotesis pertama yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan terbukti. Hasil empiris menunjukkan adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat loyalitas pelanggan.

Hal ini dibuktikan dari hasil jawaban responden lebih dominan kepada indikator Empati (Empathy) dimana Pegawai Barbershop. ELKAP.CO selalu menanyakan kebutuhan model rambut pelanggan sebelum dipotong yang membuat para konsumen lebih nyaman. Selain itu, sikap empati ini mencerminkan kemampuan atau skill pegawai dalam membangun komunikasi yang baik dengan pelanggan, sehingga dapat meningkatkan loyalitas konsumen terhadap ELKAP.CO barbershop.

Hasil Pembahasan

- Harga berpengaruh terhadap Loyalitas pelanggan ELKAP.CO Barbershop.

Variabel harga memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Berdasarkan hasil analisis statistik menjelaskan bahwa hipotesis kedua yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan terbukti. Hasil empiris menunjukkan adanya pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan.

Hal ini dibuktikan dari hasil jawaban responden lebih dominan kepada kesesuaian harga dengan kualitas produk, hal ini menunjukkan bahwa harga yang ditawarkan Barbershop ELKAP.CO sesuai dengan pelayanan yang diberikan. Selain itu, persepsi harga yang wajar dan sesuai tersebut juga dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan serta mendorong keputusan pembelian ulang di masa mendatang dalam artian pelanggan memiliki loyalitas yang tinggi ketika mendapati harga yang ditawarkan sesuai dengan hasil dan kualitas yang diterima.

Cukup Sekian Dan Terima Kasih 😊

