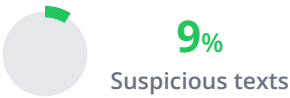




Andhika Wahyu Ramadhan - 19102070093, jurnal bab 1-5.plagi
ID : fc7e98fb488ddf2172b0b0a3b062dfe582e0f6f6



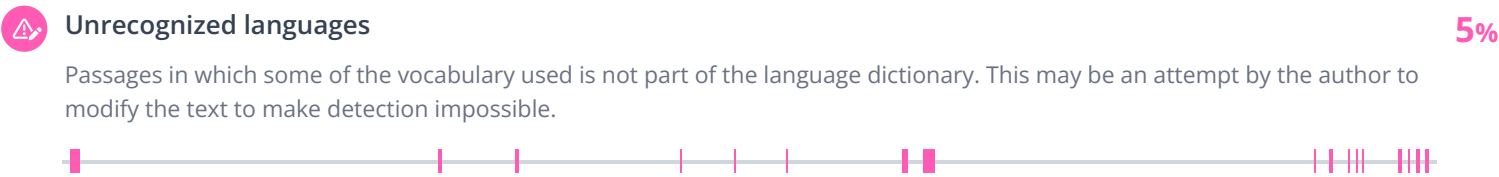
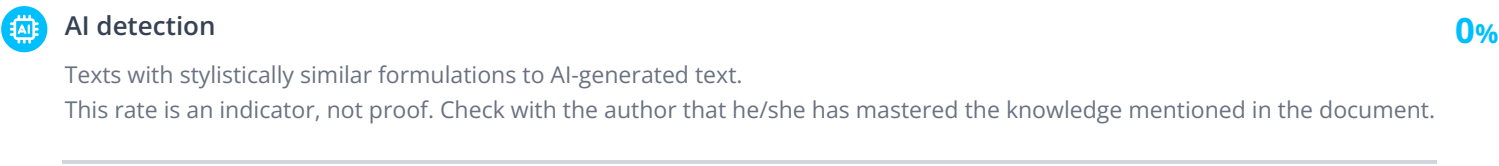
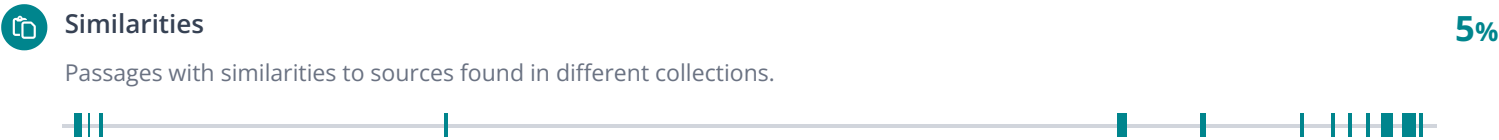
File name : Andhika Wahyu Ramadhan - 19102070093, jurnal bab 1-5.plagi.txt Original file size : 173.75 KB Number of words : 4,397 Number of characters : 32419	Submitter : UMSIDA Perpustakaan Submission date : May 22, 2026 Upload type : interface analysis end date : May 22, 2026
---	--

Summary (section 1/3)

Location of suspect texts in the document :



Included in the suspicious text score :



Not included in the percentage of suspicious texts :



 Similarities

5%

Passages with similarities to sources found in different collections.



Main source detected

No.	Description	Similarities	Locations
1	 repository.unismabekasi.ac.id repository.unismabekasi.ac.id/9242/7/DAFTAR%20PUSTAKA.pdf ↗	1%	
4	 ieomsociety.org ieomsociety.org/proceedings/2022orlando/166.pdf ↗	<1%	
6	 Dr. Agung Edi Rustanto, M.A. - Google Scholar scholar.google.com/citations?user=QhZ0T84AAAAJ&hl=id ↗	<1%	

Source with incidental similarities

No.	Description	Similarities	Locations
2	 archive.umsida.ac.id archive.umsida.ac.id/index.php/archive/preprint/download/2396/16924/19594 ↗	<1%	
3	 Pengaruh Urgensi dan Kenyamanan Belanja Online Menjelang Lebaran... doi.org/10.61132/jumaket.v2i3.834 ↗	<1%	
5	 wiwin yuliani - Google Scholar scholar.google.com/citations?user=Qjy72dgAAAAJ&hl=id ↗	<1%	
7	 Artikel Firda Mahasiswa UMSIDA #bc8b66 👤 Comes from my group	<1%	
8	 Imelda Aprileny - Google Scholar scholar.google.com/citations?user=ZipWoZ4AAAAJ&hl=id ↗	<1%	
9	 Kualitas Pelayanan dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Pada... dx.doi.org/10.24198/responsive.v5i1.39338 ↗	<1%	
10	 ejournal.ahmaddahlan.ac.id ejournal.ahmaddahlan.ac.id/index.php/melati/article/download/171/153/1149 ↗	<1%	
11	 Pengaruh Reword Dan Punishment Terhadap Kinerja Karyawan Dengan... doi.org/10.62379/jebd.v3i3.4248 ↗	<1%	
12	 Responsive: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Bidang Administrasi, Sosial,... scholar.google.com/citations?user=-SL_YglAAAAJ&hl=en ↗	<1%	

No.		Description	Similarities	Locations
13		Anindhyta Budiarti - Google Scholar scholar.google.com/citations?user=sAaBA1UAAAAJ&hl=id ↗	<1%	
14		Dwi Sukma Donoriyanto - Google Scholar scholar.google.com/citations?user=YAOALsgAAAAJ&hl=id ↗	<1%	
15		Mengenal Rumus Lemeshow dan Cara Menghitung Sampelnya www.detik.com/edu/detikpedia/d-7176509/mengenal-rumus-lemeshow-dan-cara-... ↗	<1%	
16		Document from another user #2c643a  Comes from another group	<1%	



2,7



7



10



10



The Influence of Service Quality and Price on Consumer Loyalty at ELKAP.CO Barbershop [Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Di Barbershop ELKAP.CO]

Andhika Wahyu Ramadhan¹⁾, Boy Isma Putra ^{*,2)}

1)Program Studi Teknik Industri, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

2)Program Studi Teknik Industri, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

*Email Penulis Korespondensi: boy@umsida.ac.id

Abstract. This research is caused by the decline in consumer loyalty at Barbershop ELKAP.CO due to price increases, so it plans to analyze the effect of service quality and price on consumer loyalty. The research requires a quantitative approach with multiple linear regression analysis methods, data accumulation through questionnaires to 100 respondents with a purposive sampling technique. The results of the study show that service quality and price have a positive and significant impact on consumer loyalty both partially and simultaneously, with service quality as the highest factor. It is summarized that consistently improving service quality and determining appropriate prices in this study increase consumer loyalty and maintain business sustainability.

Keywords: Service Quality; Price; Consumer Loyalty; Multiple Linear Regression.

Abstrak. Penelitian ini disebabkan oleh penurunan loyalitas konsumen pada Barbershop ELKAP.CO akibat kenaikan harga, sehingga berencana untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap loyalitas konsumen. Penelitian memerlukan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis regresi linier berganda, akumulasi data melalui kuesioner terhadap 100 responden dengan teknik purposive sampling. Hasil penelitian melihat bahwa kualitas layanan dan harga berdampak positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen baik secara parsial maupun simultan, dengan kualitas layanan sebagai faktor yang paling tertinggi. Dirangkum bahwa peningkatan kualitas layanan secara konsisten serta menentukan harga yang sesuai dalam penelitian ini meningkatkan loyalitas konsumen dan menjaga berkesinambungan usaha.

Kata Kunci: Kualitas Layanan; Price; Consumer Loyalty; Multiple Linear Regression.

Pendahuluan

Elkap barbershop merupakan perusahaan di bidang jasa potong rambut yang berdiri pada tahun 2015. Elkap barbershop merupakan pelopor barbershop di Sidoarjo. Pada saat itu, barbershop di Sidoarjo belum memiliki banyak kompetitor sehingga dapat memanfaatkan momentum yang sangat tepat untuk membangun citra sebagai barbershop pertama di Sidoarjo. Elkap barbershop memberikan varian pelayanan yang sangat variatif yang meliputi berbagai macam jenis kelompok usia dan bentuk pelayanan yang berbeda. Dengan adanya berbagai macam pilihan pelayanan yang berbeda di kelompok usia guna untuk memenuhi kepuasan pelanggan.

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 yang awalnya di Rp. 60.000 menjadi Rp. 100.000. Ini dilakukan untuk menambah kualitas layanan Elkap barbershop untuk menjadi pembeda dengan pelaku usaha lainnya. Namun dengan adanya perubahan harga justru pelanggan Elkap barbershop semakin menurun hingga 30%.

Menurut Budiarti, (2021) [1] Mengatakan harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Jika harga tidak cocok pada customer maka dipastikan kepuasan pelanggan menurun begitupun sebaliknya jika harga yang ditawarkan sesuai dengan customer maka kepuasan pelanggan akan cenderung naik. pada penjelasan Pratama, (2024) [2] . Pada kasus yang terjadi di Elkap barbershop yang menaikkan harga secara besar-besaran juga mempengaruhi kepuasan pelanggan. Menurut Marsya, (2025) [3] Harga merupakan elemen penting dalam strategi pemasaran dan harus senantiasa dilihat hubungannya dengan strategi pemasaran. Kenaikan harga yang hampir 35% ini mengakibatkan menurunnya jumlah customer loyal dan juga kepuasan pelanggan juga makin menurun hingga 30% Jumlah kerugian yang dialami Elkap Barbershop dari bulan Mei sampai dengan bulan Juli mencapai 79juta 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.

Tabel 1 Penurunan Penghasilan Elkap Barbershop

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

Penelitian ini mengkaji bahwa pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap loyalitas konsumen barbershop untuk mensupport perkembangan jasa lokal. Dalam perspektif Sustainable Development Goals (SDGs), Memiliki perkembangan Ekonomi, Usaha layak dan Produksi yang Bertanggung Jawab, loyalitas konsumen berpengaruh untuk menjaga konsistensi usaha, memajukan daya saing, serta menciptakan pertumbuhan ekonomi yang berkepanjangan. Peningkatan kualitas layanan yang konsisten dan menentukan harga yang wajar tidak hanya berdampak pada kepuasan dan loyalitas konsumen, tetapi juga memajukan praktik usaha yang beretika, efisien, dan berorientasi jangka panjang. Dengan demikian, penelitian ini menyampaikan kontribusi akademik dan praktis dalam memperkuat peran sektor jasa barbershop sebagai bagian dari pembangunan ekonomi berkelanjutan berbasis SDGs.

Berdasarkan penelitian sebelumnya yang meneliti tentang kualitas layanan menunjukkan bahwa adanya pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan tidak signifikan dikarenakan pelanggan belum tidak bisa loyal jika belum merasakan kepuasan terhadap service yang telah diberikan sesuai dengan penjelasan Aprileny, (2022) [4]. Jika pelanggan puas akan memberikan citra yang baik bagi pemesanan selanjutnya dan menciptakan pemesanan berulang. Karena adanya lima dimensi pokok dalam kualitas pelayanan seperti Bukti Fisik (tangibles), Keadaan (Reliability), Daya Tanggap (responsiveness), Jaminan (assurance). Dan Empati (empathy) sesuai dengan penjelasan Diana, (2023) [5].

Penelitian lain yang meneliti tentang harga mengatakan bahwa harga juga akan mempengaruhi pelanggan untuk memutuskan untuk melakukan pembelian atau tidak terhadap sebuah barang atau jasa. Jika harga dan kualitas seimbang maka loyalitas pelanggan akan semakin naik sesuai dengan penjelasan Rochim, (2022) [6]. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan dan harga, baik secara parsial maupun simultan, terhadap loyalitas konsumen pada barbershop sebagai dasar dalam merumuskan strategi peningkatan daya saing dan keberlanjutan usaha jasa merupakan penjelasan dari Istiyawari, (2021) [7]. diharapkan dapat menjadi solusi terhadap fenomena penurunan jumlah pelanggan dan omzet yang terjadi, sehingga dapat mendorong peningkatan kembali ke kondisi semula.

Permasalahan yang cukup menghambat pengembangan bisnis ini menimbulkan sebuah pertanyaan yang dimana apakah kualitas layanan dan harga berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui dan menganalisa akar permasalahan terkait penurunan loyalitas konsumen di Elkap Barbershop dengan variabel variabel yang pengaruh terhadap loyalitas konsumen. Akhir dari penelitian ini adalah memberikan rekomendasi strategis mengenai strategi perbaikan kualitas layanan dan penyesuaian harga guna mengembalikan kepercayaan konsumen.

Metode

Tempat dan Waktu

Penelitian ini dilakukan di Elkap Barbershop yang beralamat di Jl. Trunojoyo No. 27, Sidoklumpuk, Kec. Sidoarjo, Jawa Timur dengan waktu penelitian selama 6 bulan.

Metode Penelitian

Desain penelitian ini adalah deskripsi kuantitatif. penghampiran ini digunakan untuk melihat objek penelitian dan profil responden. Menurut Sarofa, (2022) Penghampiran kuantitatif juga dipakai untuk menemukan hubungan dan pengaruh antara variabel yang diuji baik secara langsung ataupun tidak langsung [9]. Percobaan ini menggunakan Analisis Regresi Linier berganda untuk mengetahui sejauh mana pengaruh variabel Independen (x) kualitas Layanan (x1) dan Harga (x2) Variable Dependen (y) Loyalitas Konsumen.

Populasi dan Sampel

Populasi dari penelitian ini adalah konsumen jasa dari Elkap Barbershop yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Dalam penelitian ini, Teknik pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling. metode purposive sampling merupakan metode mengangkat sampel yang menyampaikan peluang sama bagi setiap unsur dari populasi untuk dipilih menjadi sampel. Dalam penelitian ini sample ditentukan dengan rumus lemeshow merujuk kutipan dari Rustanto, (2022) [10]. 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.

z2. $P(1 - P)$

$$n =$$

$$n =$$

d^2

$$(1,96)^2 \cdot 0,5(1 - 0,5)$$

$$(0,1)^2$$

$n =$

$$3,8416 \cdot 0,25$$

$$0,01$$

$$n = 96,04 \approx 100$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel yang dicari

z = Skor z pada kepercayaan 95% = 1,96 p = Maksimal estimasi = 0,5

d = Sampling error = 10% = 0,1

Dari rumusan tersebut dapat dihitung bahwa responden penelitian ini adalah 96,04 dan dibulatkan menjadi 100 responden.

Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini pengumpulan data dilakukan dengan Teknik kuesioner. Kuesioner adalah Teknik pengumpulan data yang diberikan kepada responden untuk memberikan jawaban yang mampu mendapatkan nilai yang baik serta teruji.

Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menerapkan system analisis data SPSS (Statistic Program For Social Sciense).

Jenis Dan Sumber Data

Data penilitian ini bersumber dari sumber data primer dan data sekunder, data primer menggambarkan data yang diperoleh secara langsung seperti wawancara, observasi serta kuesioner. Pada penelitian ini sumber data diterima langsung dari hasil kuesioner yang didapatkan dari konsumen barbershop. Sedangkan data sekunder memperkuat landasan teori dan menjadi acuan di peneletian terdahulu, sumber data sekunder yaitu seperti buku.

Uji Instrumen

Uji instrument merupakan uji untuk membenarkan semua variable. Pada penelitian ini memamakai kuesioner yang telah dilakukan pada Elkap Barbershop. Uji instrument terdiri dari uji validitas dan uji realibilitas.

Uji Validitas Data

Dalam Uji Validitas menunjukkan bahwa butir soal dan data peneletian yang dikumpulkan untuk menghasilkan keefektifan poin soal. Kaitkan skor item dengan jumlah item tersebut. Jika koefisien antara jumlah total makalah adalah 0,3 atau lebih tinggi, Makalah dianggap valid. Apabila jika korelasinya kurang dari 0,3, maka makalaah tersebut dianggap tidak valid.

$$(n \overline{XY} - (\overline{X})(\overline{Y}))$$

r_{xy}

$$\sqrt{\frac{n \sum X^2 - (\sum X)^2}{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2}}$$

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien korelasi antara skor butir dan skor total X = Skor item/butir pertanyaan

Y = Skor total

n = Jumlah responden

Uji Realiabilitas Data

Menurut Putra, (2015) Uji Realiabilitas bertujuan untuk mengetahui keandalan bahan ajar. Yang dimaksud instrument

andal ialah instrument yang dapat dipakai dalam berbagai cara untuk mendapatkan objek dan data yang sama [14].

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sigma^2_b}{\sigma^2_t} \right)$$

$$k-1$$

Keterangan:

α : Koefisien reliabilitas instrumen k : jumlah item/ Pernyataan

σ^2_b : jumlah varians tiap item

σ^2_t : varians total Diagram Alir Penelitian

Pada tahap ini, Menurut Ardiansyah, (2025) Tentang kegiatan yang akan berlangsung selama proses penelitian, dari penelitian kepustakaan hingga studi lapangan, pengumpulan data, dan analisis data, hingga selesai [15].. Pada Gambar 1 untuk penjelasan lanjut tentang diagram alir penelitian.

Gambar 1 Diagram Alir Penelitian

Gambar 1 menjelaskan tentang kegiatan yang dilakukan, yaitu sejak kegiatan dimulai, identifikasi masalah, proses pengumpulan data, proses pengolahan data serta analisa yang didapatkan, sampai kesimpulan dan saran untuk pihak yang bersangkutan.

Hasil dan Pembahasan

Gambaran Umum Objek Penelitian Karakteristik Responden

Karakteristik responden merupakan gambaran umum tentang responden yang diteliti. Responden merupakan konsumen Barbershop ELKAP.CO. Berdasarkan data yang sudah terkumpul dari penyebaran kuisioner diperoleh gambaran umum responden penelitian ini dari profesi dan usia.

Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi

Karakteristik profesi responden dalam penelitian ini dikelompokkan berdasarkan pekerjaan atau profesi konsumen.

Data yang didapat dari hasil penelitian dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi

Profesi Jumlah Prosentase (%)

Pelajar/Mahasiswa 43 43

Guru 5 5

PNS 15 15

TNI/Polri 18 18

Wiraswasta 7 7

Lain-lain 12 12

Total 100 100

Berdasarkan tabel 2 diatas dapat diketahui bahwa dari 100 orang responden sebagai konsumen di Barbershop ELKAP.CO didominasi dari kalangan pelajar/mahasiswa dengan presentase sebesar 43%. Dominasi pelajar/mahasiswa terjadi karena mereka memiliki kebutuhan potong rambut yang lebih tinggi, didorong oleh

tuntutan penampilan rapi, mengikuti tren, serta frekuensi potong rambut yang lebih sering dibandingkan kelompok lainnya.

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Karakteristik usia responden terdiri 4 kalangan usia dengan rentang terendah usia < 20 Tahun dan rentang usia tertinggi > 40 Tahun. Data hasil penelitian dipertimbangkan dari usia responden dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Jenis Kelamin Jumlah Prosentase (%)

< 20 Tahun 59 59

21 – 30 Tahun 25 25

31 – 40 Tahun 16 16

> 40 Tahun 10 10

Total 100 100

Berdasarkan tabel 3 diatas dapat diketahui bahwa dari 100 orang responden yang merupakan konsumen di Barbershop ELKAP.CO cenderung berusia dibawah 20 tahun dengan jumlah 59 orang responden atau sebesar 59%. Hal ini sejalan dengan data berdasarkan profesi sebelumnya yang menunjukkan dominasi pelajar/mahasiswa, sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas konsumen berasal dari kelompok usia muda yang memiliki kebutuhan lebih tinggi

terhadap perawatan dan penataan rambut

Gambaran Distribusi Frekuensi Kualitas Layanan

Variabel bebas yang pertama pada penelitian ini adalah kualitas pelayanan dengan indikator Kehandalan (Reliability), Daya tangkap (Responsiveness), Jaminan (Assurance), Empati (Empathy) dan Bukti Langsung (Tangible). Berdasarkan hasil dari jawaban 100 kuisioner yang telah diisi oleh responden mengenai kualitas pelayanan di Barbershop ELKAP.CO diperoleh hasil berikut:

Tabel 4 Distribusi Frekuensi Kualitas Pelayanan

Variabel Item Pertanyaan Skor Skor Indikator Mean

STS TS N S SS

X1.1 0 0 1 46 53 452 4.52

Kualitas Pelayanan (X1) X1.2 0 0 9 62 29 420 4.20

X1.3 0 0 5 48 47 442 4.42

X1.4 0 0 5 36 59 454 4.54

X1.5 0 0 8 44 48 440 4.40

Skor Rata-rata 4.41

Berdasarkan tabel 4, diketahui bahwa jawaban responden terhadap variabel kualitas pelayanan yaitu dengan jumlah rata-rata adalah 4.41 yang masuk dalam kategori tinggi, yang berada pada kisaran nilai 4,20 – 5,00. Variabel Kualitas pelayanan dipengaruhi oleh kelima indikator yaitu Kehandalan (Reliability), Daya tangkap (Responsiveness), Jaminan (Assurance), Empati (Empathy) dan Bukti Langsung (Tangible). Dari kelima indikator tersebut, indikator Empati (Empathy) yang memiliki nilai paling tinggi, hal ini menunjukkan bahwa Pegawai Barbershop ELKAP.CO selalu menanyakan kebutuhan model rambut pelanggan sebelum dipotong yang membuat para konsumen lebih nyaman. Harga

Variabel bebas yang kedua pada penelitian ini adalah Harga dengan indikator kemiringan harga, Kesamaan harga dengan kualitas produk, Daya saing harga, Kesesuaian harga dengan manfaat. Berdasarkan hasil dari jawaban 100 kuisioner yang telah diisi oleh responden mengenai harga di Barbershop ELKAP.CO diperoleh hasil berikut:

Tabel 5 Distribusi Frekuensi Harga

Variabel Item Pertanyaan Skor Skor Indikator Mean

STS TS N S SS

X2.1 0 2 34 46 18 380 3.80

Harga (X2) X2.2 0 0 16 60 24 408 4.08

X2.3 0 4 25 56 15 382 3.82

X2.4 0 0 23 58 19 396 3.96

Skor Rata-rata 3.91

Berdasarkan tabel 5, diketahui bahwa jawaban responden terhadap variabel harga yaitu dengan jumlah rata-rata adalah 3,91 dan kategori tinggi atau baik, yang berkisaran nilai 3,41 – 4,20. Variabel harga dipengaruhi oleh keempat indikator ialah kesamaan harga, Kecocokan harga dengan kualitas produk, Daya saing harga, Kesesuaian harga dengan manfaat. Dari empat indikator tersebut, indikator Kesesuaian harga dengan kualitas produk yang memiliki nilai paling tinggi, hal ini menunjukkan bahwa harga yang ditawarkan Barbershop ELKAP.CO sesuai dengan pelayanan yang diberikan.

Loyalitas Pelanggan

Variabel terikat pada penelitian ini adalah Loyalitas Pelanggan dengan indikator Melakukan pembelian ulang, Merekomendasikan kepada orang lain, Kesiediaan membayar lebih tinggi dan Penyampaian komplain. Berdasarkan hasil dari jawaban 100 kuisioner yang kembali dan telah diisi oleh responden mengenai loyalitas pelanggan di Barbershop ELKAP.CO diperoleh hasil berikut:

Tabel 6 Distribusi Frekuensi Loyalitas Pelanggan

Variabel Item Pertanyaan Skor Skor Indikator Mean

STS TS N S SS

Y.1 0 0 5 70 25 420 4.20

Loyalitas Pelanggan (Y) Y.2 0 0 26 60 14 388 3.88

Y.3 0 5 5 76 14 399 3.99

Y.4 0 0 50 28 22 444 4.44

Skor Rata-rata 4.12

Berdasarkan tabel 6, terdapat jawaban responden terhadap variabel kualitas pelayanan yaitu dengan jumlah rata-rata adalah 4,12 dikategorikan tinggi atau baik, yang berada pada kisaran nilai 3,41 – 4,20. Faktor Kualitas pelayanan ditaklukkan oleh keempat indikator yaitu Melakukan pembelian ulang, Merekomendasikan kepada orang lain, Kesiediaan membayar lebih tinggi dan Penyampaian komplain. Dari keempat indikator tersebut, indikator Kesanggupan membayar lebih tinggi yang mempunyai nilai paling tinggi, hal ini menunjukkan bahwa konsumen Barbershop ELKAP.CO akan tetap loyal meskipun mendapatkan tawaran yang lebih murah ditempat lain.

Hasil Uji Instrumen Hasil Uji Validitas

Hasil uji validitas instrumen dari variabel Kualitas Pelayanan, Harga dan Loyalitas Pelanggan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 7 Hasil Uji Validitas

No Item R hitung R tabel Keterangan

1. X1.1 0,593 Valid
2. X1.2 0,763 Valid
3. X1.3 0,676 0,196 Valid
4. X1.4 0,638 Valid
5. X1.5 0,762 Valid
6. X2.1 0,682 Valid
7. X2.2 0,644 0,196 Valid
8. X2.3 0,800 Valid
9. X2.4 0,799 Valid
10. Y.1 0,709 Valid
11. Y.2 0,710 0,196 Valid
12. Y.3 0,795 Valid
13. Y.4 0,773 Valid

Berdasarkan tabel 7 hasil uji validitas diatas menentukan bahwa nilai rhitung semua instrumen lebih besar nilai rtabel (0,196) maka semua instrumen dinyatakan valid. Dapat disimpulkan bahwa, instrument variabel Kualitas Pelayanan, Harga dan Loyalitas konsumen dinyatakan valid.

Hasil Uji Reliabilitas

Hasil pengujian reliabilitas kepada variabel Kualitas Pelayanan, Harga dan Loyalitas konsumen dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 8 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel Cronbach's Alpha Keterangan

Kualitas Pelayanan 0,723 Reliabel

Harga 0,708 Reliabel

Loyalitas Pelanggan 0,729 Reliabel

Berdasarkan tabel 8 hasil uji reliabilitas intrumen meenentukan bahwa nilai cronbach's alpha semua variabel lebih dari 0,7. Dapat dirangkum bahwa instrumen variabel Kualitas Pelayanan, Harga dan Loyalitas Pelanggan pada kuisiонер dalam penelitian ini reliabel atau dapat dipercaya sebagai data penelitian.

Hasil Uji Asumsi Klasik Hasil Uji Multikolinearitas

Hasil uji multikolinieritas dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 9 Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel Tolerance VIF Keterangan

Kualitas Pelayanan 0,996 1,004 Tidak terjadi Multikolinieritas

Harga 0,996 1,004 Tidak terjadi Multikolinieritas

Berdasarkan tabel 9 dapat diketahui bahwa poin Tolerance dari setiap variabel adalah lebih tinggi dari 0,10 dan nilai VIF pada setiap variabel lebih rendah dari 10,00 maka, dapat dikategorikan bahwa variabel Kualitas Pelayanan, Harga dan Loyalitas Pelanggan tidak terjadi multikolinieritas.

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji heteroskedastisitas dapat dlihat pada scatterplot dibawah ini:

Gambar 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan hasil uji scatterplot diatas, grafik menunjukkan bahwa titik-titik pada grafik tidak membentuk sebuah pola, sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas pada variabel Kualitas Pelayanan, Harga dan Loyalitas Pelanggan.

Hasil Uji Normalitas

Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 10 Hasil Uji Normalitas

One Sample Kolmogrov-Smirnov Test

Unstandardized Residual

N 100

Normal Parametersa.b Mean 0.0000000
 Std. Deviation 1.32178075
 Most Extreme Differences Absolute 0.116
 Positive 0.069
 Negative -0.116
 Test Statistic Exact. Sig. (2-tailed) 0,116
 0,126

Berdasarkan tabel 10 hasil uji normalitas diatas dapat diketahui bahwa nilai Exact. Sig. (2-tailed) sebesar 0,126 artinya, $0,126 > 0,05$ maka dapat dinyatakan data berdistribusi secara normal. Dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan, Harga dan Loyalitas Pelanggan berdistribusi normal.

Analisis Regresi Berganda

Untuk mencari pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) menggunakan analisis statistik yaitu model analisis regresi berganda dengan menggunakan software SPSS 25. Adapun hasil analisis regresi dapat diketahui pada tabel berikut ini:

Tabel 11 Hasil Analisis Regresi Berganda
 Coefficientsa

Unstandardized Coefficients Standardized Coefficients

Model T Sig.

B Std. Error Beta

(Constant) 3.036 1.749 1.736 0.086

1

Kualitas Pelayanan 0.470 0.067 0.561 7.057 0.000

Harga 0.196 0.066 0.237 2.980 0.004

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil perhitungan diatas maka persamaan garis regresi berganda adalah sebagai berikut: $Y = 3,036 + 0,470 X_1 + 0,196 X_2 + e_1$

Keterangan:

Y = Loyalitas Pelanggan X_1 = Kualitas Pelayanan X_2 = Harga

Hasil persamaan regresi berganda diatas memberikan pengertian bahwa Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)

Koefisien regresi untuk variable Kualitas Pelayanan (X1) sebesar 0,470, memiliki signifikan dibawah 0,05 dan bertanda positif (+). Hal ini menunjukkan apabila Kualitas Pelayanan semakin meningkat maka Loyalitas Pelanggan akan semakin meningkat.

Koefisien regresi untuk variable Harga (X2) sebesar 0,196, memiliki signifikan dibawah 0,05 dan bertanda positif (+). Hal ini menunjukkan apabila harga semakin meningkat maka Loyalitas Pelanggan akan semakin meningkat. Berdasarkan persamaan regresi di atas dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X1) sangat dominan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan (Y), diikuti variabel Harga (X2). Dan faktor dominan yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah kualitas pelayanan yang ditunjukkan dengan nilai koefisiensi regresi paling besar dibanding variabel lain yaitu sebesar 0,470.

Uji T

Pengujian hipotesis model pertama yang digunakan dalam penelitian ini adalah untuk menguji H1 dan H2 atau untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) dengan taraf uji signifikansi (α) = 0,05, berikut pengujian hipotesis:

Tabel 12 Hasil Uji T

Coefficientsa

Model

Standardized Coefficients T Sig.

Beta

(Constant) 1.736 0.086

1

Kualitas Pelayanan 0.561 7.057 0.000

Harga 0.237 2.980 0.004

Dependen Variabel: Loyalitas Pelanggan

Pengujian H1: Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Barbershop ELKAP.CO. Berdasarkan tabel diatas, dapat diperoleh nilai thitung variabel Kualitas Pelayanan sebesar 7,057 dengan nilai signifikansi sebesar 0,005. Nilai signifikansi ini lebih kecil dari nilai batas signifikansi, yaitu sebesar 0,05. Selain itu, dengan melihat nilai koefisien yang bernilai positif, maka hipotesis yang memberitahu bahwa variabel Kualitas Pelayanan berdampak positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan diterima. Hal ini berarti

apabila Kualitas pelayanan semakin meningkat maka loyalitas pelanggan Barbershop ELKAP.CO akan semakin meningkat.

Pengujian H2: harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Barbershop ELKAP.CO. Berdasarkan tabel diatas, dapat diperoleh nilai thitung variabel Produk sebesar 2,980 dengan nilai signifikansi sebesar 0,004. Nilai signifikansi ini lebih kecil dari nilai batas signifikansi, yaitu sebesar 0,05. Selain itu, dengan melihat nilai koefisien yang bernilai positif, maka hipotesis yang memberitahu bahwa variabel harga berdampak positif dan signifikan kepada loyalitas pelanggan diterima. Hal ini berarti apabila harga semakin meningkat maka loyalitas pelanggan Barbershop ELKAP.CO akan semakin meningkat.

Uji F

Kriteria pengujian hipotesis dengan menggunakan statistik F adalah jika nilai Fhitung lebih besar dari Ftabel serta signifikan $F < 0.05$, maka hipotesis alternatif diperoleh, yang memberitahu bahwa seluruh variabel independen secara simultan dan signifikan menaklukkan variabel dependen (Siyoto & Sodik, 2019). Hasil analisis uji F dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 13 Hasil Uji F

ANOVAa

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
--	-------	----------------	----	-------------	---	------

Regression	110.027	2	55.013	30.852	0.000b
------------	---------	---	--------	--------	--------

1 Residual	172.963	97	1.783		
------------	---------	----	-------	--	--

Total	282.990	99			
-------	---------	----	--	--	--

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kualitas pelayanan, harga

Berlandaskan hasil uji F model awal pada tabel diatas, maka nilai Fhitung sebesar 30,852 lebih besar dari nilai ftabel sebesar 2,698 dengan tingkat bobot 0,000 atau $< 0,05$ maka secara simultan variabel kualitas pelayanan dan harga berdampak secara signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan ELKAP.CO Barbershop.

Pembahasan

Berlandaskan hasil dari penelitian yang dilakukan terhadap 100 orang responden, maka dapat diketahui bagaimana tanggapan para responden terhadap variabel-variabel yang diajukan dalam kuesioner. Tanggapan responden tersebut dijelaskan dalam pembahasan berikut:

Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan ELKAP.CO Barbershop. Variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Berdasarkan hasil analisis statistik mengetahui bahwa hipotesis pertama yang menentukan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan terbukti. Hasil empiris mengetahui bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat loyalitas pelanggan. Hal ini dihasilkan 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. Harga berpengaruh terhadap Loyalitas pelanggan ELKAP.CO Barbershop. Variabel harga memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Berdasarkan hasil analisis statistik menentukan bahwa hipotesis kedua yang mengetahui bahwa terdapat pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan terbukti.

Hasil empiris mengetahui bahwa pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan. maka 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. Hal ini didukung oleh hasil kuesioner mengenai loyalitas pelanggan, Dimana

indikator Kesiapan membayar lebih tinggi memiliki nilai paling tinggi, hal ini menunjukkan bahwa konsumen Barbershop ELKAP.CO akan tetap loyal meskipun mendapatkan tawaran yang lebih murah ditempat lain. Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Lagoan et al, 2023) Dimana kualitas pelayanan dan harga punya pengaruh positif dan signifikan terhadap parsial terhadap loyalitas pelanggan. Kualitas pelayanan dan harga punya pengaruh positif dan signifikan terhadap simultan terhadap loyalitas pelanggan.

Simpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa kualitas layanan dan harga berperan penting dalam menentukan loyalitas konsumen pada Barbershop ELKAP.CO, dimana kualitas layanan menjadi faktor yang paling dominan dalam membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan, sedangkan harga berfungsi sebagai penguat loyalitas ketika dinilai sesuai dengan manfaat yang diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa loyalitas konsumen terbentuk dari keseimbangan antara pengalaman layanan yang memuaskan dan persepsi nilai yang adil, sehingga strategi peningkatan kualitas layanan yang konsisten serta penetapan harga yang tepat menjadi kunci utama dalam menjaga keberlanjutan usaha. Ke depan, diperlukan pengembangan strategi yang lebih adaptif terhadap perubahan preferensi konsumen serta penelitian lanjutan dengan mempertimbangkan variabel lain seperti kepuasan dan kepercayaan pelanggan..

Ucapan Terima Kasih

Dalam penyusunan artikel ini tidak lepas bantuan dari berbagai pihak, terima kasih kepada UMSIDA dan Elkap.co Barbershop yang telah memberikan fasilitas dan bimbingannya sehingga artikel ilmiah ini bisa terselesaikan.

Referensi

- L. K. Dewi and A. Budiarti, "Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap loyalitas pelanggan dimediasi kepuasan pelanggan pada Queenstreetstore," *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, vol. 10, no. 5, 2021.
- M. I. Pratama, W. Sulistiyowati, A. S. Cahyana, and B. I. Putra, "Revitalizing Customer Satisfaction in Indonesia's Rice Industry: Revitalisasi Kepuasan Pelanggan di Industri Beras Indonesia," *Indonesian Journal of Innovation Studies*, vol. 25, no. 4, pp. 10–21070, 2024.
- A. Marsya, M. A. Musthofa, and N. Nurjali, "Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Keripik Pisang'merasa'di Kabupaten Tanjung Jabung Timur," *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, vol. 12, no. 1, pp. 39–52, 2025.
- I. Aprileny, A. Rochim, and J. A. Emarawati, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan," *Jurnal STEI Ekonomi*, vol. 31, no. 02, pp. 60–77, 2022.
- S. Diana and A. W. Zaini, "Nurturing Excellence: Leveraging Service Quality for Competitive Advantage in Islamic Boarding Schools," *Journal of Educational Management Research*, vol. 2, no. 1, pp. 13–28, 2023.
- I. Aprileny, A. Rochim, and J. A. Emarawati, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan," *Jurnal STEI Ekonomi*, vol. 31, no. 02, pp. 60–77, 2022.
- L. Istiyawari, M. R. Hanif, and A. Nuswantoro, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan," *Solusi*, vol. 19, no. 3, pp. 329–339, 2021.
- M. Astuti, A. Pratiwi, and D. R. Anggarini, "Pengaruh Sistem Reward Dan Punishment Terhadap Peningkatan Disiplin Kerja Karyawan Pt. Yamaha Lautan Teduh Interniaga Lampung," *TECHNOBIZ: International Journal of Business*, vol. 5, no. 1, pp. 59–67, 2022.
- A. Sarofa and A. Anwar, "ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PENGGUNA APLIKASI SICARIK DI PERPUSTAKAAN UIN SUNAN KALIJAGA MENGGUNAKAN EUCS," 2022.
- A. Caniago and A. E. Rustanto, "Kualitas Pelayanan dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Pada UMKM di Jakarta (Studi Kasus Pembelian Melalui Shopee)," *Responsive: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi, Sosial, Humaniora Dan Kebijakan Publik*, vol. 5, no. 1, pp. 19–25, 2022.
- H. Nainggolan and R. Dewantara, "Dampak promosi online serta mutu layanan pengiriman kepada loyalitas konsumen terhadap aplikasi grab," *Journal of Computer Science and Information Technology*, vol. 1, no. 1, pp. 44–58, 2023.
- E. Rosita, W. Hidayat, and W. Yuliani, "Uji validitas dan reliabilitas kuesioner perilaku prososial," *FOKUS: Kajian Bimbingan Dan Konseling Dalam Pendidikan*, vol. 4, no. 4, pp. 279–284, 2021.
- E. Rosita, W. Hidayat, and W. Yuliani, "Uji validitas dan reliabilitas kuesioner perilaku prososial," *FOKUS: Kajian Bimbingan Dan Konseling Dalam Pendidikan*, vol. 4, no. 4, pp. 279–284, 2021.
- S. Ramadhani, and B. I. Putra, "Menentukan Strategi Pemasaran Pada Produk Briket Dengan Metode Game Theory Untuk Meningkatkan Penjualan Di Ukm Kaisar Briket". *Spektrum Industri*, vol. 13, no. 2, pp. 115–228, 2015.
- M. Ardiansyah, P. Aprialdi, R. Ramadhan, and Sahrupi, "Analisis Faktor Penyebab Banjir Di Jalan Lingkar Selatan-Cilegon Menggunakan Metode Causal Loops Diagram". *Jurnal Tarapan Teknik Industri* vol. 6, no. 1, pp. 1–8, 2025.