

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN PADA EIJI CUTS
BARBERSHOP BANDUNG**

**EFFECT OF SERVICE QUALITY AND PRICE ON
COSTUMERSATISFACTION IN EIJI CUTS
BARBERSHOP BANDUNG**

Febtra Aditya Nasrul¹, Farah Oktafani²

^{1,2}Prodi Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom

¹febradhitya@gmail.com, ²farahokt@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi dengan semakin tingginya kesadaran pria dalam berpenampilan menarik dan rapi disetiap kesempatan terutama di potongan rambut, memberikan dampak positif pada perkembangan barbershop. Semakin banyak nya barbershop di kota Bandung mengakibatkan meningkatnya persaingan antara barbershop yang satu dengan yang lainnya. Persaingan tersebut menuntut barbershop untuk saling berpacu dalam peningkatan kualitas layanan, variasi jasa dan harga, serta dituntut menguasai keterampilan memberikan keahlian dan menyediakan kelengkapan peralatan yang sangat representatif. Eiji cuts barbershop Bandung merupakan salah satu barbershop yang memanfaatkan perkembangan usaha barbershop saat ini. Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Eiji cuts barbershop Bandung.

Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Menggunakan teknik non probability sampling dengan jenis purposive sampling. Sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 100 orang yang menggunakan jasa Eiji cuts barbershop Bandung, untuk analisis data menggunakan teknik analisis regresi linier berganda.

Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan pada Eiji cuts barbershop Bandung berada pada kategori sangat baik dengan persentase sebesar 84.3%. Sedangkan dari faktor Harga berada pada kategori baik dengan persentase sebesar 81.1%. Hasil analisis deskriptif penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan dan Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Eiji cuts barbershop Bandung baik secara parsial maupun simultan.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Pelanggan.

Abstract

This research is motivated by the increasing awareness of men in looking attractive and neat on every occasion, especially in haircuts, giving a positive impact on the development of barbershop. More and more barbershop in the city of Bandung resulted in increased competition between one barbershop with another. The competition requires barbershops to race against each other in improving service quality, service variations and prices, and are required to master the skills of providing expertise and providing equipment that is highly representative. Eiji cuts barbershop Bandung is one barbershop that utilizes the development of barbershop businesses today. This study aims to see the effect of Service Quality and Price on Customer Satisfaction on Eiji cuts barbershop Bandung.

The method used is a quantitative method with the type of descriptive research. Using non probability sampling with the type of purposive sampling. Samples taken in this study were 100 people who used the services of Eiji cuts barbershop Bandung, for data analysis using multiple linear regression analysis techniques.

From the results of this study it can be concluded that the Service Quality at Eiji Barbershop Bandung cuts is in the very good category with a percentage of 84.3%. While the price factor is in the good category with a percentage of 81.1%. The results of the descriptive analysis of this study are that Service Quality and Price have a significant effect on Customer Satisfaction on Eiji barbershop Bandung cuts both partially and simultaneously.

Keywords: Service Quality, Price, Customer Satisfaction.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan dan perubahan zaman saat ini membuat kita pada kemajuan yang sangat pesat, seperti dalam bidang teknologi, sosial budaya, ekonomi dan lain-lain. Seiring berkembangnya zaman juga berpengaruh terhadap kebutuhan manusia yang semakin meningkat. Meningkatnya taraf hidup masyarakat, maka gaya hidup masyarakat pun akan semakin berkembang. Kesadaran masyarakat akan pentingnya kesehatan dan penampilan telah melahirkan gaya hidup cantik, sehat, dan bugar. Hal ini membuat masyarakat semakin peduli dengan penampilan dan berlomba-lomba untuk memperbaiki penampilan mereka (www.kompasiana.com).

Menjaga penampilan merupakan hal yang penting bagi seseorang, karena tidak bisa dipungkiri penampilan adalah citra diri yang berperan terhadap penilaian orang lain. Saat ini menjaga penampilan bukan hanya wanita saja tetapi pria juga harus menjaga penampilan agar terlihat menarik dan rapi. Bahkan menjaga penampilan sudah menjadi kebutuhan bagi wanita dan pria. Sesuai dengan kebutuhan manusia sehari-hari, selain dari makanan dan minuman, penampilan merupakan salah satu kebutuhan yang sangat harus dipenuhi dalam kehidupan sehari-hari salah satu penampilan yang dimaksud yakni potongan rambut. (www.kompasiana.com).

Barbershop merupakan sebuah perusahaan yang menawarkan jasa layanan potong rambut khusus pria. Berbeda dengan pangkas rambut tradisional, barbershop menawarkan sensasi potong rambut yang berbeda, mulai dari tampilan fisik barbershop yang trendi, tata interior yang menarik hingga penawaran fasilitas tambahan seperti pijat, hingga cat rambut. Berbagai layanan ini membuat minat masyarakat Indonesia dalam cukur rambut semakin meningkat dan membuat bisnis barbershop semakin meningkat (www.cnbcindonesia.com).

Melihat banyaknya barbershop di Bandung mengakibatkan meningkatnya persaingan antara barbershop yang satu dengan yang lainnya. Persaingan tersebut menuntut barbershop untuk saling berpacu dalam peningkatan kualitas layanan, variasi jasa dan harga, serta dituntut menguasai keterampilan memberikan keahlian dan menyediakan kelengkapan peralatan yang sangat representatif. Kondisi ini sangat wajar ditengah pesatnya perkembangan barbershop di kota Bandung.

Eiji cuts barbershop Bandung salah satu barbershop yang memanfaatkan perkembangan usaha barbershop saat ini. Eiji cuts barbershop Bandung merupakan barbershop modern yang menawarkan konsep eksklusif kepada para pelanggannya. Fasilitas yang diberikan kepada konsumen adalah jasa

pemotongan rambut, penataan rambut, serta memberikan pelayanan merapikan jenggot dan kumis setelah proses pemotongan rambut.

Menurut peneliti setelah melakukan survei pada Eiji cuts barbershop bandung kepuasan pelanggan pada Eiji cuts barbershop masih terdapat kekurangan dalam memenuhi kepuasan pelanggan yaitu, menjadikan Eiji cuts barbershop Bandung sebagai pilihan utama dan tidak akan menggunakan jasa kembali dan harga yang diberikan Eiji cuts barbershop bandung masih belum terjangkau, dan lebih mahal dari pesaing.

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Eiji Cuts Barbershop Bandung”**.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pemasaran

Menurut The American Assocation, pemasaran merupakan serangkaian kegiatan dan proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan, dan betukar penawaran yang memiliki nilai bagi setiap pelanggan, klien, mitra dan masyarakat pada umumnya. Kutipannya sebagai berikut, “Marketing is the activity, set of institutions, and processes for creating, communicating, delivering, and exchanging offerings that have value for customers, clients, partners, and society at large”. (Kotler dan Keller, 2016:27).

2.2 Jasa

Menurut Kotler dalam Fandy Tjiptono (2014:26) jasa adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat intangible (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Kemudian menurut Priansa (2017:36) Jasa merupakan aktifitas ekonomi.

2.3 Kualitas Pelayanan

Menurut Wyckof dalam Tjiptono (2014:268) kualitas jasa merupakan tingkat keunggulan (excellence) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dengan kata lain, terdapat dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa : jasa yang diharapkan (expected service) dan jasa yang dipersepsikan (perceived service). Implikasinya, baik buruknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.

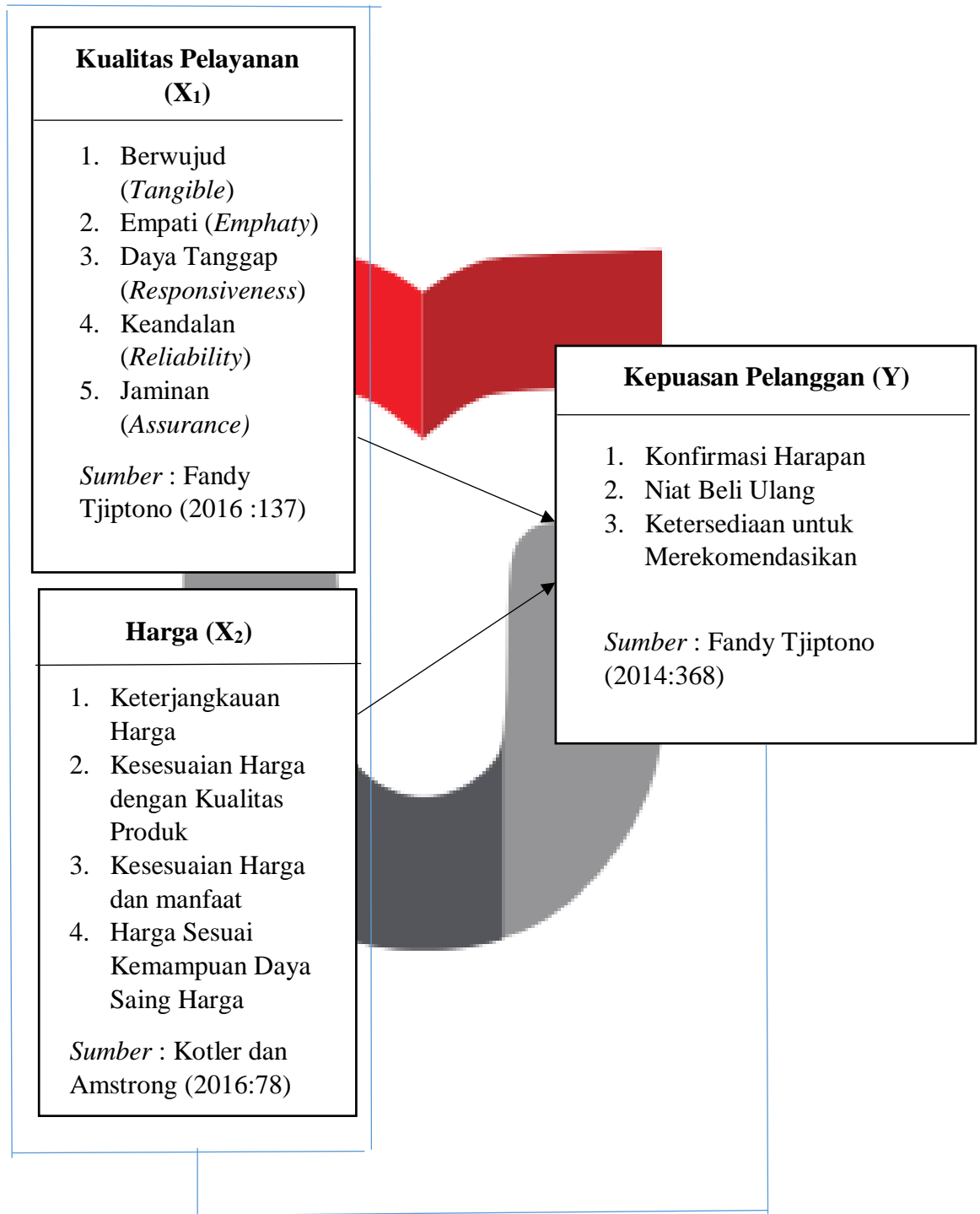
2.4 Harga

Menurut Kotler dan Amstrong dalam priansa (2017:10) harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat memiliki atau menggunakan produk yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar menawar atau ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli. Menurut Kotler dan Keller (2016:510) Menyatakan bahwa harga adalah satu-satunya elemen pemasaran yang menghasilkan pendapatan, sementara lain menghasilkan biaya.

2.5 Kepuasan Pelanggan

Menurut Howard & Sheth dalam Tjiptono (2014:353) mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan adalah situasi kognitif pembeli berkenaan dengan kesepadanan atau ketidaksepadanan antara hasil yang didapatkan dibandingkan dengan pengorbanan yang dilakukan.

2.6 Kerangka Pemikiran



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

3. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah menggunakan penelitian deskriptif dengan metode kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017:147) Penelitian deskriptif adalah yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2017:8). Pada penelitian ini peneliti ingin mengetahui bagaimana pengaruh variabel independen (variabel yang mempengaruhi) yaitu (X_1) kualitas pelayanan pada Eiji cuts barbershop Bandung dan (X_2) tentang harga pada eiji cuts barbershop Bandung yang berpengaruh pada (Y) Kepuasan pelanggan..

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2017:80) populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek atau subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek itu. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang telah menggunakan jasa Eiji cuts barbershop Bandung yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti.

3.2.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2017:81) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka penelitian dapat menggunakan sampel dari populasi itu.

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Analisis Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah pelanggan yang telah menggunakan jasa Eiji cuts barbershop Bandung. Gambaran karakteristik pelanggan yang telah menggunakan jasa Eiji cuts barbershop Bandung dalam penelitian ini dijelaskan berdasarkan screening question, usia, pendidikan, pekerjaan, pendapatan per bulan, dan frekuensi dalam 2 bulan memotong rambut di Eiji cuts barbershop. Data diperoleh dari penyebaran kuesioner oleh peneliti kepada responden. Berikut disajikan identitas dari 100 konsumen yang telah menggunakan jasa Eiji cuts barbershop Bandung berdasarkan kriteria masing-masing.

4.2 Analisis Regresi Linear Berganda

Untuk melihat pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1) dan Harga (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada Eiji cuts barbershop Bandung digunakan analisis regresi linier berganda dengan persamaan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2$$

Hasil pengolahan *software SPSS 23.0* untuk analisis regresi berganda disajikan pada tabel berikut :

Analisis Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations
	B	Std. Error	Beta			Zero-order
1 (Constant)	.649	.197		3.295	.001	
Kualitas Pelayanan (X1)	.349	.088	.367	3.958	.000	.628
Harga (X2)	.389	.087	.413	4.455	.000	.645

a. Dependent Variable: Proses Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel di atas, diperoleh bentuk persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = 0.649 + 0.349 X_1 + 0.389 X_2$$

1. Dari persamaan regresi linier berganda diatas diperoleh nilai konstanta sebesar 0.649. Artinya, jika variabel Kepuasan Pelanggan (Y) pada Eiji cuts barbershop Bandung tidak dipengaruhi oleh kedua variabel bebasnya yaitu Kualitas Pelayanan (X₁) dan Harga (X₂), maka besarnya rata-rata Kepuasan Pelanggan (Y) pada Eiji cuts barbershop Bandung akan bernilai 0.649.
2. Nilai koefisien regresi untuk variabel Kualitas Pelayanan (X₁) sebesar 0.349 dengan arah positif, artinya jika variabel Kualitas Pelayanan (X₁) meningkat sebesar satu satuan akan menyebabkan meningkat pula Kepuasan Pelanggan (Y) pada Eiji cuts barbershop Bandung sebesar 0.349.
3. Nilai koefisien regresi untuk variabel Harga (X₂) sebesar 0.389 dengan arah positif, artinya jika variabel Harga (X₂) meningkat sebesar satu satuan akan menyebabkan meningkat pula Kepuasan Pelanggan (Y) pada Eiji cuts barbershop Bandung sebesar 0.389.

4.3 Koefisien Determinasi

Besarnya pengaruh Kualitas Pelayanan (X₁) dan Harga (X₂) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada Eiji cuts barbershop Bandung dapat ditunjukkan oleh koefisien.

Tabel 4.9

Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.705 ^a	.497	.487	.37803

a. Predictors: (Constant), Harga (X2), Kualitas Pelayanan (X1)

b. Dependent Variable: Kepusan Pelanggan (Y)

Berdasarkan Tabel 4.9, diketahui bahwa nilai koefisien korelasi (R) yang diperoleh sebesar 0.705. Nilai R tersebut selanjutnya digunakan untuk perhitungan koefisien determinasi.

$$\begin{aligned} \text{KD} &= R^2 \times 100\% \\ &= (0.705)^2 \times 100\% \\ &= 49.7\% \end{aligned}$$

Artinya variabel Kualitas Pelayanan (X_1) dan Harga (X_2) memberikan pengaruh sebesar 49.7% terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada Eiji *cuts barbershop* Bandung. Sisanya sebesar 50.3% merupakan kontribusi variabel lain selain Kualitas Pelayanan (X_1) dan Harga (X_2).

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Eiji *cuts barbershop* Bandung, maka diperoleh beberapa kesimpulan untuk menjawab beberapa pertanyaan pada penelitian ini. Kesimpulan yang didapat oleh peneliti adalah sebagai berikut :

- a. Kualitas Pelayanan pada Eiji *cuts barbershop* Bandung berada pada kategori sangat baik dengan penilaian sebesar 84.3%.
- b. Harga pada Eiji *cuts barbershop* Bandung berada pada kategori baik dengan penilaian sebesar 81.1%.
- c. Kepuasan Pelanggan pada Eiji *cuts barbershop* Bandung berada pada kategori baik dengan penilaian sebesar 77.3%.
- d. Kualitas Pelayanan dan Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Eiji *cuts barbershop* Bandung secara simultan. Apabila Kualitas Pelayanan dan Harga semakin tinggi, maka akan meningkatkan Kepuasan Pelanggan pada Eiji *cuts barbershop* Bandung semakin tinggi juga. Besar pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Eiji *cuts barbershop* Bandung adalah sebesar 49.7%. dan sisanya sebesar 50.3% dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti di penelitian ini.
- e. Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Eiji *cuts barbershop* Bandung secara parsial. Apabila Kualitas Pelayanan dan Harga semakin tinggi, maka akan meningkatkan Kepuasan Pelanggan pada Eiji *cuts barbershop* Bandung semakin tinggi juga. Besar pengaruh yang diberikan oleh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Eiji *cuts barbershop* Bandung adalah sebesar 23.1%.
- f. Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Eiji *cuts barbershop* Bandung secara parsial. Apabila Harga semakin tinggi, maka akan meningkatkan Kepuasan Pelanggan pada Eiji *cuts barbershop* Bandung semakin tinggi juga. Besar pengaruh yang diberikan oleh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Eiji *cuts barbershop* Bandung adalah sebesar 26.6%.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2015). *Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth*. England: Pearson Education, Inc.
- Darmawan, Deni. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Bandung : Aditama.
- Kaura, V., Durga Prasad, C. S., & Sharma, S. (2015). Service quality, service convenience, price and fairness, customer loyalty, and the mediating role of customer satisfaction. *International Journal of Bank Marketing*, 33(4), 404–422.
- Kotler, P.&Amsrong, G. (2016). *Principle of Marketing (cet.ke-16)*. Harlow:Pearson Education Limited
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. (2016), *Marketing Management, 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc*
- Kotler, Philip dan Kevin Keller. (2012). *Marketing Managament 14th*. Perason Education
- Kuncoro, E. A. dan Riduwan. 2013. *Cara Menggunakan dan Memakai Path Analysis (Alalisis Jalur)*. Bandung: Alfabeta.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa, edisi 3*. Jakarta: Salemba Empat
- Priansa, Donni Juni. 2017. *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta
- Tjiptono, Fandy dan Anastasia. (2016), *Pemasaran dan Aplikasi*. Penerbit : CV. Andi Offset : Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa, Cetakan ke-4*. Yogyakarta: C. V Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2016. *Service Quality & Statisfaction*. Yogyakarta. Andi.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (cet. Ke-25)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (cet. Ke-26)*. Bandung: Alfabeta.

INTERNET

www.kompasiana.com

www.cnbcindonesia.com

www.lifestyle.sindonews.com

www.infobdg.com