

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA, DAN KEPUASAN
PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
(Studi Pada Usaha *Barbershop* The Good Will Kota Banjarmasin)**

Muhaimin¹, Iman Setya Budi², M. Qoshid Al Hadi³

¹ Ekonomi Syariah, 60202, Fakultas Studi Islam, Universitas Islam Kalimantan MAB, NPM. 18510067

² Ekonomi Syariah, 60202, Fakultas Studi Islam, Universitas Islam Kalimantan MAB, NIK.061506777

³ Ekonomi Syariah, 60202, Fakultas Studi Islam, Universitas Islam Kalimantan MAB, NIK.0620111232

E-mail: mintechkt@gmail.com/085151455448

ABSTRAK

Pandemi Covid-19 tahun 2020 membuat ekonomi Indonesia mengalami penurunan dan bertumbuh kembali pada tahun 2021. Pertumbuhan ini dilihat dari meningkatnya jumlah konsumsi rumah tangga dan lapangan kerja. Kondisi ini membuat setiap perusahaan menciptakan peluang bisnis. Salah satu bisnis yang ikut tumbuh sejak pandemi Covid-19 berakhir adalah bisnis *barbershop*. Di Kota Banjarmasin, perkembangan bisnis *barbershop* semakin hari semakin meningkat, salah satunya *barbershop* The Good Will. Namun, belum pernah ada penelitian apakah instrumen kualitas pelayanan, persepsi harga, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan berpengaruh terhadap *barbershop* The Good Will sehingga *barbershop* tetap bertahan dan berkembang. Rumusan masalah adalah bagaimana pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga, kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada *barbershop* The Good Will. Tujuan Penelitian ini untuk mengetahui Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga, kepuasan pelanggan secara parsial dan simultan terhadap loyalitas pelanggan pada usaha *barbershop* The Good Will. Metode penelitian adalah jenis penelitian kuantitatif. Populasi dan sampel penelitian ini adalah konsumen *barbershop* The Good Will sebanyak 150 orang. Teknik analisis regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS versi 25. Hasil penelitian adalah (1) kualitas pelayanan, persepsi harga, dan kepuasan pelanggan bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, (2) Kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan, (3) Persepsi harga tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan (4) Kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: *Kualitas Pelayanan; Persepsi Harga; Kepuasan Pelanggan; Loyalitas Pelanggan; Barbershop The Good Will;.*

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiansa, Werdyan Indra. (2018). *Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Real7 Barbershop Yogyakarta*. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.
- CNBC Indonesia. (April, 2020). "Aprindo: Efek Corona, Penjualan Sektor Ritel Turun Hingga 90%". Diakses dari: https://www.cnbcindonesia.com/market/20200408174540-19-150696/aprindo-efek-corona-penjualan-sekor-ritel-turun-hingga-90?_gl/
- Firmansyah, A. F., Ismiyah, E., & Jufriyanto. M. (2021). *Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Barbershop Dengan Menggunakan Metode Service Quality dan Quality Function Deployment*, Jurnal JRSI, 7(1). Gresik: Universitas Muhammadiyah Gresik.
- Griffin, Jill. (2003). *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Pelanggan*. Jakarta: Airlangga.
- Hambarto, Billy. (2020). *Studi Perilaku Konsumen Dalam Memilih Barbershop di Surabaya Timur*. Surabaya: Universitas Widya Kartika.
- Haryono, Akhmad. (2019). *Panduan Potong Rambut dan Kewirausahaannya*, Jember: Universitas Jember.
- Hasan, Ali. (2010). *Marketing Bank Syariah*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Kana, Ani. Agus. (2008). *Mass Customization Sebuah Alternatif Untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. Jurnal Kompak, No.3. STIE Yogyakarta.
- Kurnia, Harvey, dkk. (2019). *Moxie Barbershop (Perencanaan Pendirian Usaha Waralaba Jasa Barbershop)*. Palembang: STIE Multi Data Palembang.
- Nagara, Achmad Odyk Akbar., & Emaputra, Andrean. (2020). *Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Barbershop dengan Metode Service Quality (Servqual) dan Importance Performance Analysis (IPA) Studi Kasus XYZ Barbershop*. Jurnal JRI, 2(2). Yogyakarta: Institut Sains & Teknologi AKPRIND.
- Nugroho, W. (2005). *Loyalitas Konsumen*. diakses dari <http://wnugros.blogspot.com/2005/11/loyalitas-konsumen.html>, diakses tanggal 27 Maret 2022.
- Riyadi, J. (2004). *Gerbang Pemasaran*. Jakarta: Gramedia.
- Sembiring, Ardhisa Egamuhti. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Richdjo Barbershop Malang)* Malang: Universitas Brawijaya.
- Sulistiyanto, F. X., & Munisih, Siti. (2015). *Pengaruh Persepsi Harga dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan Pedagang Besar Farmasi PT Sakapilar Semarang*. Jurnal Media Farmasi Indonesia., 13(1).
- Theja, Adrian. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan di Barbershop Hollowtrips Bandung*. Bandung: Universitas Katolik Parahyangan.
- Tjiptono, F., & Candra, G. (2011). *Service Quality Satisfication*. Yogyakarta: Andy.