

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN THE TJOEKOER PREMIUM BARBERSHOP DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

(Studi Kasus pada Pelanggan The Tjoekoer Premium Barbershop di Kota Padang)

Abdul Hamid¹, Reni Yuliviona², Mery Trianita³

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta

Email: dulhamid2802@gmail.com

PENDAHULUAN

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) merupakan salah satu bagian terpenting dari perekonomian Indonesia. Ada tiga jenis usaha yang bisa dilakukan UKM untuk menghasilkan laba yaitu usaha manufaktur, usaha dagang dan usaha jasa, salah satu jenis UKM yang bergerak dibidang usaha jasa adalah *barbershop* (Yudiatma F dan Triastity R, 2015)^[1]

Salah satu barbershop yang ada di Kota Padang yaitu The Tjoekoer Premium. Konsep utama *barbershop* ini adalah mengakomodasikan citra maskulin dan kenyamanan pelanggan dengan didukung kecakapan kester dalam menguasai berbagai model potongan rambut pria yang *up to date* dan *trendy*.

Loyalitas menurut F Tjiptono, 2011^[2] merupakan komitmen pelanggan terhadap toko, merek ataupun pemasok yang didasarkan atas sikap positif yang tercermin dalam bentuk pembelian berulang secara konsisten. Loyalitas merujuk kepada perasaan, atau ikatan emosional, yang membuat seseorang mau mengikatkan diri dengan suatu organisasi atau merek, meskipun ia bisa saja memperoleh produk yang lebih baik dari pesaing.

Kepuasan pelanggan adalah tingkat kepuasan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya (Sunnyoto, 2013)^[3].

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (F Tjiptono, 2012)^[4].

Harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan sejumlah uang berdasarkan nilai tersebut seseorang atau perusahaan bersedia melepas barang atau jasa yang dimiliki kepada pihak lain (Kotler & Keller, 2016)^[5].

Berdasarkan latar belakang di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Apakah kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan The Tjoekoer Premium Barbershop di Kota Padang dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening?

Sesuai dengan rumusan masalah, tujuan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan The Tjoekoer Premium Barbershop dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening.

METODE

Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan The Tjoekoer Premium Barbershop di Kota Padang. Populasi dalam penelitian ini adalah semua pelanggan yang menggunakan jasa The Tjoekoer Premium Barbershop di kota padang. Pengambilan jumlah sampel dilakukan dengan menggunakan rumus slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = Ukuran sampel/jumlah responden

N = Ukuran populasi

E = Presentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolerir; e=0,1

Jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 94 responden. Teknik pengambilan sampelnya adalah *purposive sampling*. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner penelitian kepada pelanggan. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Measurement Model Assessment* (MMA) dan *Structural Model Assessment* (SMA) menggunakan Smart PLS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan diperoleh ringkasan hasil terlihat pada Tabel 1 di bawah ini :

Tabel 1
Hasil Pengujian Hipotesis

Arah	Original Sample (O)	(STD EV)	T Statistis	P Value	Ket
H -> Kep. P	0.104	0.075	1.399	0.162	Ditolak
H -> LP	0.141	0.081	0.503	0.615	Ditolak
Kep. P -> LP	0.744	0.119	6.247	0.000	Diterima
KP -> Kep. P	0.831	0.035	23.871	0.000	Diterima
KP -> LP	0.051	0.146	0.349	0.000	Ditolak
H -> Kep. P -> LP	0.078	0.057	1.365	0.173	Ditolak
KP -> Kep. P -> LP	0.619	0.111	5.577	0.000	Diterima

Sumber: Data Primer Diolah, 2020

Pada tahapan pengujian hipotesis pertama ditemukan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hasil ini sejalan dengan pendapat Ni Putu Cempaka (2016)^[6].

Pada pengujian hipotesis kedua ditemukan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Hasil ini sejalan dengan penelitian yg dilakukan Laely (2016)^[7].

Pada hipotesis ketiga didapatkan hasil bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Temuan ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Gurowo, 2012)^[8].

Pada hasil pengujian hipotesis keempat bahwa kualitas pelayan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hasil ini sejalan dengan penelitian yg dilakukan oleh (Montolalu, Marcelitha, 2013)^[9].

Selanjutnya tahapan pengujian hipotesis kelima ditemukan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan karena objek penelitian ini bergerak dibidang jasa tetapi beberapa pelanggan tidak mempedulikan pelayanan melainkan hanya melihat hasil yang diterima yang memungkinkan pelanggan tersebut melakukan pengunjungan ulang. Hal ini sejalan dengan penelitian dari Hanifa dkk (2018)^[10].

Pada pengujian hipotesis keenam ditemukan hipotesis keenam ditemukan bahwa kepuasan pelanggan tidak memediasi hubungan antara harga dan loyalitas Sedangkan pada tahapan pengujian hipotesis ketujuh ditemukan bahwa kepuasan pelanggan memediasi hubungan antara kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan, hasil ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan Aditya & Kusumadewi (2017)^[11].

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan dapat diberikan kesimpulan yaitu dalam penelitian ini dari 7 hipotesis terdapat 4 hipotesis yang ditolak. Saran untuk pengelola *barbershop* ini adalah agar

lebih meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan dan lebih meningkatkan lagi tampilan yang ada pada *barbershop*. Selain itu bagi peneliti dimasa mendatang diharapkan mengembangkan variabel-variabel yang diteliti, karena tidak menutup kemungkinan dengan penelitian yang mencakup lebih banyak variabel akan dapat menghasilkan kesimpulan yang baik.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Yudiatma.F, R.T. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Arfa Barbershop Di Surakarta. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 15(3), 346–353.
- [2] Tjiptono, Fandy, & Chandra, G. (2011). *Service, Quality dan Satisfaction* (3rd ed.).
- [3] Sunyoto. (2013). *Dasar Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS.
- [4] Tjiptono, Fandy. (2012). *Service Management*. Yogyakarta: Andi.
- [5] Kotler, P,& Keller,K. L. (2016). Marketing Management. In *Global Edition* (Vol. 15E).
- [6] Ni Putu Cempaka (2016) Pengaruh Kewajaran Harga, Citra Perusahaan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pengguna Jasa Penerbangan Domestik Garuda Indonesia Di Denpasar. *Prosiding Seminar Nasional Hasil Penelitian- Denpasar*, 30 September 2016
- [7] Laely (2016). Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pada PT. Telkomsel di Kota Kediri. *Jurnal Ilmu Ekonomi & Manajemen* September 2016, Vol. 3 No.2. hal. 61 - 74
- [8] Gurowo, chiguvi dan. (2012). The impact of the recent banking crisis on customer loyalty in the banking sector. *The TQM Journal*, 24(6), 480–497.
- [9] Montolalu M.T (2013). The Impact Of Service Quality and Price to Customer Satisfaction and Customer Loyalty in Swiss-Belhotel Maleosan Manado. *Jurnal EMBA* Vol.1 No.4 Desember 2013, Hal. 1491-1498
- [10] Hanifa dkk (2018). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Gojek dengan Kepuasan PELanggan sebagai Variabel Mediasi pada Mahasiswa Universitas Negri Padang. Volume 1, Nomor 4, 5 Desember 2018
- [11] Kusumadewi & Aditya (2017). Peran Kepuasan Pelanggan Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 6, No. 9, 2017: 5061-5087 ISSN : 2302-8912