

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA “ SEVEN BARBERSHOP” DI BIREUEN

Khairun Nisa¹⁾, Nursakinah Ritonga²⁾

^{1,2}Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Malikussaleh
Email : nursakinahrtg@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of service quality and price on customer satisfaction at Seven barbershops in Bireuen. The data used in this research is primary data of 100 Seven Barbershop consumers. The sampling technique used is a technique based on convenience. The method used to analyze the relationship between the independent variables and the dependent variable is a multiple linear regression method. The results of the research partially show that service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction, price has a positive and significant effect on customer satisfaction.

Keywords: *Quality of service, Price, Consumer Satisfaction*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Seven barbershop di Bireuen. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer sebanyak 100 Konsumen Seven Barbershop. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu teknik berdasarkan kemudahan. Metode yang digunakan untuk menganalisis hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen adalah metode regresi linier berganda. Hasil penelitian secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci: Kualitas pelayanan, Harga, Kepuasan Konsumen.

PENDAHULUAN

Konsumen sebagai individu atau kelompok yang membeli atau memakai suatu produk atau jasa dari produsen tertentu. Penggunaan produk atau jasa terus mengalami peningkatan dari masa ke masa sesuai dengan perkembangan zaman dan meningkatkan jumlah penduduk serta adanya pergeseran gaya hidup. Kondisi ini menuntut produsen untuk meningkatkan dan mengembangkan skala usaha sesuai dengan keinginan konsumen.

Kepuasan konsumen menjadi salah satu indikator bagi manajemen untuk selalu bersaing dengan penyedia jasa (layanan) yang lain, sehingga kepuasan konsumen identik dengan kualitas produk (jasa). Dengan demikian, untuk mencapai kepuasan konsumen bisa diukur dari bagaimana pihak penyedia jasa (layanan) mampu memberikan kualitas produknya sesuai dengan yang konsumen butuhkan,

Barbershop merupakan sebuah inovasi atau perkembangan dari fashion, di mana dulunya *barbershop* sering disebut dengan tukang cukur. Belakangan ini di Kabupaten Bireuen banyak muncul *barbershop* dengan konsep yang berbeda mengikuti perkembangan jaman.

Perbandingan harga pada *barbershop* di Kabupaten Bireuen yaitu sebagai berikut :

Tabel 1.1 Perbandingan Harga di Tiga *Barbershop* di Kabupaten Bireuen

No	Barbershop	Harga	
		Dewasa	Anak-Anak
1	Seven Barbershop	Rp. 35.000,-	Rp. 25.000,-
2	Raden The Barber	Rp. 40.000,-	Rp. 30.000,-
3	Capt De Barber	Rp. 40.000,-	Rp. 35.000,-

Dari tabel 1.1 diatas dapat dijelaskan bahwa terdapat perbedaan harga yang cukup jauh, dimana pada *Seven barbershop* harga yang harus dibayarkan untuk dewasa yaitu sebesar Rp. 35.000 dan untuk anak-anak Rp. 25.000. Akan tetapi, Raden The Barber untuk dewasa harga yang harus dibayarkan yaitu Rp. 40.000 sedangkan untuk anak-anak Rp. 30.000 ribu. Berbeda dengan penetapan harga pada Capt De Barber yaitu Rp. 30.000 untuk dewasa dan Rp. 20.000 untuk anak-anak. Dengan demikian bisa dikatakan bahwa harga di *Seven barbershop* masih tergolong murah jika dibandingkan dengan Raden The Barber dan Capt De Barber.

Berikut peneliti melakukan pra survei pada 30 Konsumen yang menggunakan jasa pangkas pada *Seven barbershop* sebagai berikut :

Tabel 1.2 Survei Awal Pada 30 Konsumen

No	Pernyataan	Puas		Tidak Puas	
		Jumlah	%	Jumlah	%
1	Saudara merasa puas karena harga pangkas <i>seven barbershop</i> sesuai dan terjangkau	10	34%	20	66%
2	Saudara akan selalu menggunakan jasa <i>seven barbershop</i> karena mampu memberikan kepuasan sesuai dengan kebutuhan saudara	15	50%	15	50%
3	Saudara akan merekomendasikan <i>seven barbershop</i> pada keluarga dan rekan karena pelayanan dan harga yang disediakan sangat memuaskan	8	26%	22	74%
4	Kualitas pelayanan yang diberikan sangat memuaskan saudara	12	40%	18	60%

Sumber : Hasil Olahan Penulis (2022)

Berdasarkan survei awal yang dilakukan pada 30 konsumen *seven barbershop* terkait dengan kepuasan konsumen yang diukur dari beberapa pernyataan menunjukkan bahwa 34 % konsumen puas dengan harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas namun 66 % atau 20 responden justru tidak puas, Kemudian pada pernyataan selanjutnya 50 % atau 15 konsumen merasa puas sehingga akan melakukan atau menggunakan jasa *seven barbershop* kembali sementara 50% tidak puas.

Terkait kesediaan untuk merekomendasikan terdapat 26 % yang bersedia untuk merekomendasikan kepada keluarga dan rekan sementara 74 responden tidak bersedia merekomendasikan hal ini karena konsumen tidak mendapatkan kepuasan dari pelayanan yang diberikan. Dari 30 responden menunjukkan bahwa 12 responden puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan sementara 18 konsumen merasa tidak puas atas pelayanan yang diberikan. Penelitian ini juga menarik untuk di teliti pada *Seven barbershop* karena *Seven barbershop* merupakan salah satu barber yang sudah di dirikan sejak tahun 2010 sampai sekarang dan memiliki layanan yang lebih lengkap. Hingga saat ini *Seven barbershop* sudah memiliki cabang di Banda Aceh.

KAJIAN PUSTAKA

Kepuasan Konsumen

Kepuasan merupakan suatu respon emosi seseorang terhadap suatu hal yang tengah dihadapinya. Emosi berarti menunjukkan perasaan suka atau tidak suka terhadap suatu hal. Kepuasan merupakan kebutuhan dasar yang dapat digambarkan sebagai suatu hal yang

menyenangkan (David, 2015). Sementara menurut Daga (2017), kepuasan konsumen merupakan respons yang ditunjukkan oleh konsumen terhadap pelayanan atau kinerja (hasil) yang diterima, kemudian konsumen akan membandingkan kinerja (hasil) dengan harapan yang diinginkannya.

Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen berupa tanggapan pemenuhan konsumen yang muncul karena adanya penilaian terhadap karakteristik produk atau jasa yang disediakan dapat memenuhi tingkat pemakaian yang memberikan kenyamanan konsumen yang menggunakan produk atau jasa tersebut. Menurut Meithiana (2015) faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu sebagai berikut:

1. *Warranty costs.*
2. Penanganan terhadap komplain dari pelanggan.
3. *Market Share.*
4. *Costs of poor quality.*
5. *Industry reports.*
6. Guiltinan mengemukakan bahwa salah satu manfaat dari kepuasan pelanggan ini adalah dapat meningkatkan loyalitas pelanggan

Indikator Kepuasan Konsumen

Tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja dibawah harapan, maka konsumen akan sangat kecewa. Menurut Daga (2017) indikator pembentuk kepuasan terdiri dari:

1. Re-purchase: Membeli kembali, dimana pelanggan tersebut akan kembali kepada perusahaan untuk mencari barang / jasa.
2. Menciptakan Word-of-Mouth: Dalam hal ini, pelanggan akan mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain
3. Menciptakan Citra Merek: Pelanggan akan kurang memperhatikan merek dan iklan dari produk pesaing.
4. Menciptakan keputusan Pembelian pada Perusahaan yang sama: Membeli produk lain dari perusahaan yang sama

Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono dalam Meithiana , (2015) definisi kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan yang dibarengi dengan keinginan konsumen serta ketepatan cara penyampaianya agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan tersebut. Menurut Meithiana (2015), Semakin berkualitas produk dan jasa yang diberikan, maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan semakin tinggi. Bila kepuasan pelanggan semakin tinggi, maka dapat menimbulkan keuntungan bagi badan usaha tersebut. Salah satu cara utama mempertahankan sebuah perusahaan jasa adalah memberikan jasa dengan kualitas pelayanan yang lebih tinggi dari pesaing secara konsisten dan memenuhi harapan pelanggan

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan

Kegiatan ekonomi yang menciptakan dan memberikan manfaat bagi konsumen pada waktu dan tempat tertentu, sebagai hasil dan tindakan mewujudkan perubahan yang diinginkan dalam diri atau atas nama penerima jasa tersebut. Faktor-faktor yang memengaruhi kualitas layanan agar dapat menyediakan layanan yang melebihi standar menurut Utami (2016) adalah:

1. Memberi informasi dan pelatihan; karyawan toko atau penyedia jasa harus memahami barang dagangan yang ditawarkan, maupun kebutuhan pelanggan sehingga dengan informasi ini karyawan dapat menjawab pertanyaan dan menyarankan produk ke pelanggan.
2. Menyediakan dukungan emosional; layanan penyedia jasa harus mempunyai dukungan untuk menyampaikan layanan yang diinginkan oleh pelanggan.
3. Meningkatkan komunikasi internal dan menyediakan pendukung; ketika melayani pelanggan, karyawan sering harus mengatur konflik antara kebutuhan pelanggan dan kebutuhan perusahaan. Ketika karyawan yang bertanggung jawab diberi untuk menyediakan layanan diberi hak untuk membuat keputusan penting, biasanya kualitas layanannya justru meningkat.
4. Menyediakan perangsang; beberapa ritel menggunakan perangsang, seperti membayar komisi pengawas, memberikan komisi untuk target penjualan untuk memotivasi karyawan, dan perangsang ini dapat memotivasi tingginya kualitas layanan.

Indikator Kualitas Layanan

Menurut Fatihudin dan Firmansyah (2019), kualitas jasa merupakan tingkat kesesuaian persyaratan pelanggan. Dimensi kualitas pelayanan jasa menurut Fatihudin dan Firmansyah (2019), sebagai berikut:

1. *Reliability*
2. *Responsiveness*
3. *Assurance*
4. *Emphaty*
5. *Tangibles*

Harga

Menurut Kotler dalam Meithiana (2015), harga adalah sejumlah nilai atau uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa untuk jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaatmanfaat harga yang telah menjadi faktor penting yang mempengaruhi pilihan pembeli. Menurut Ismanto (2020), Harga adalah jumlah yang dibayarkan oleh konsumen untuk membeli atau mengganti produk. Jumlah yang harus dibayar pelanggan untuk produk yang diinginkan adalah ukuran utama dari sistem ekonomi di mana harga mempengaruhi distribusi faktor produksi.

Faktor Yang Mempengaruhi Harga

Faktor lain yang mempengaruhi keputusan penetapan harga perusahaan adalah harga pesaing dan kemungkinan reaksi pesaing atau tindakan penetapan harga yang dilakukan perusahaan. Seorang konsumen cenderung membeli suatu produk akan mengevaluasi serta nilai dari produk pembanding sejenis yang lainnya.

Menurut Fatihudin dan Firmansyah factor penetapan harga adalah sebagai berikut :

1. *Skimming Pricing*
2. *Penetration Pricing*
3. *Prestige Pricing*

Indikator Harga

Menurut Fatihudin dan Firmansyah, (2019) dimensi harga adalah sebagai berikut:

1. Harga merupakan pernyataan nilai dari suatu produk.
2. Harga merupakan aspek yang tampak jelas (*visible*) bagi para pembeli.
3. Harga adalah determinan utama permintaan.
4. Harga bersifat fleksibel, artinya bisa disesuaikan dengan cepat.
5. Harga mempengaruhi citra dan strategi positioning.

METODE PENELITIAN

Lokasi Penelitian ini adalah Pada Konsumen Seven barbershop untuk periode Agustus sampai dengan Oktober. Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah semua konsumen Seven barbershop dimana jumlahnya tidak diketahui secara pasti karena keterbatasan peneliti. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *accidental sampling* yaitu pengambilan sampel berdasarkan kebetulan atau pengambilan sampel berdasarkan spontanitas, artinya siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang ditemui itu cocok dengan sumber data dan bersedia dijadikan responden pada saat dilakukan penyebaran kuesioner. Penelitian ini menggunakan Pendekatan kuantitatif, Jenis Metode penelitian yaitu metode survei.

Untuk menganalisis data berdasarkan masalah, tujuan, dan penelitian serta memperhatikan sifat-sifat data yang dikumpulkan maka analisis data dalam penelitian ini digunakan teknik analisis linear regresi untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Untuk menguji signifikansi pengaruh variabel terikat digunakan uji F dan uji t. Data yang diperoleh dari jawaban responden akan dibahas dan dianalisis dengan hubungan bantuan peralatan statistik yaitu model analisis linear regresi berganda yang pengolahannya dilakukan dengan komputersasi SPSS Versi 26 (*statistical package for social science*), adapun persamaan linear regresi berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \epsilon$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Konsumen

α = Konstanta

β = Koefisien regresi

X1 = Kualitas Pelayanan

X2 = Fasilitas

€ = Standar Error

HASIL PENELITIAN

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil yang positif menunjukkan bahwa *seven barbershop* mampu memberikan pelayanan yang baik sesuai dengan keinginan konsumen serta sigap dalam memberikan berbagai informasi yang dibutuhkan konsumen seperti informasi model rambut. Kepuasan konsumen terkait dengan kualitas pelayanan juga tercermin dari adanya karyawan yang kompeten dalam menata model rambut serta karyawan yang digunakan amah dan perhatian dalam memberikan pelayanan.

Seven barbershop menjadi sebuah tren dalam bidang gaya rambut pria dan tampil dengan kesan dan konsep yang lebih modern dibandingkan dengan pangkas rambut biasa dan lebih maskulin dibanding salon. Dalam hal pelayanan jasa yang ditawarkan pada umumnya, *seven barbershop* tidak hanya menawarkan jasa potong rambut saja, tetapi juga menawarkan jasa lain seperti cuci rambut, pijat, warna rambut, serta potong kumis/janggut sebagai pelengkap jasa yang membedakan dengan tempat potong rambut biasa. *Seven barbershop* dapat salah satu tempat pilihan para pria yang ingin mencukur rambutnya dengan gaya yang lebih trendi ditangan orang yang dianggap lebih mahir. Dalam hal memenuhi kebutuhan konsumen, kemampuan *seven barbershop* dalam mengolah berbagai gaya rambut menjadi salah satu nilai lebih yang dimiliki *seven barbershop* dalam memenuhi kebutuhan konsumen.

Dalam rangka meningkatkan kepuasan konsumen, pihak *Seven Barbershop* juga harus melakukan berbagai upaya untuk dapat memahami keinginan dan kebutuhan konsumen. Dalam memberikan pelayanan yang baik *Seven Barbershop* juga telah menggunakan peralatan pangkas yang lengkap dan terbaru dengan tampilan karyawan juga rapi dan menarik.

Hasil analisis dari kualitas pelayanan diketahui bahwa pelayanan yang diberikan oleh *Seven Barbershop* termasuk dalam kategori baik dan sesuai dengan pernyataan sebagian besar responden.

Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan konsumen

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil yang positif menunjukkan bahwa *seven barbershop* sudah menawarkan harga yang sangat terjangkau diseluruh kalangan. Adanya pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen mengindikasikan bahwa harga yang ditawarkan pada *seven barbershop* sesuai dengan kualitas hasil pangkas dimana harga mencerminkan keahlian dan kemampuan pangkas. Harga yang ditawarkan juga jelas untuk jenis usia konsumen.

Harga merupakan faktor yang menjadi perhatian utama konsumen dalam membeli suatu produk. Pihak resto harus pandai menetapkan harga jual untuk suatu produk. Dengan harga yang sesuai dan terjangkau akan membuat kepuasan konsumen semakin meningkat.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa harga menjadi pertimbangan konsumen dalam menggunakan jasa *seven barbershop*. Kesesuaian harga dengan keinginan konsumen pada akhirnya membuat konsumen loyal dalam menggunakan jasa *seven barbershop*.

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
2. Secara parsial harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
3. Secara simultan kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSAKA

- Daga, R. (2017), *Citra, Kualitas dan Kepuasan Pelanggan*. Global Research And Consulting Institute. Sulawesi Selatan
- Dessi dan Evyanto (2020), *Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Evitel Hotel Di Kabupaten Batam*, Prodi Manajemen, 2021
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Handayani, Sri. (2012). *Aspek Hukum Perlindungan Konsumen dalam Pelayanan Air Bersih pada PDAM Tirtasari Binjai*. Jurnal Non Eksakta (Volume 4 Nomor 1).
- Haryanto, E. (2013). *Kualitas Layanan, Fasilitas Dan Harga Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Layanan Pada Kantor Samsat Manado*. Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 1(3), 750–760.
- Meithiana. (2015). *Pemasaran dan kepuasan Pelanggan*. In *Syria Studies* (Vol. 7, Issue 1). Utomo Press, Jakarta
- Utami. 2016. *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan SFA Steak and Resto di Klodran Karanganyar*. Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan, Vol. 16, No. 3: 364371