

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN JASA *THELUC HAIRSTUDIO BARBERSHOP* SIDOARJO

Muhammad Ghufron

Pendidikan Tata Niaga, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya
Muhammadghufron@mhs.unesa.ac.id

Abstrak

Penampilan model gaya rambut Salah satu faktor yang sangat diperhatikan bagi kebanyakan orang terlebih di zaman modern ini. Tidak heran banyak kedai pangkas rambut modern *barbershop* semakin tumbuh pesat sebagai peluang bisnis terutama di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap keputusan menggunakan jasa *theluc hairstudio barbershop* Sidoarjo. Sampel didapatkan dari perhitungan rumus Slovin sebanyak 90 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan teknik pengambilan sampel yang digunakan teknik *non probability sampling*. Teknik analisis penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS versi 16. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, secara parsial kualitas layanan berpengaruh positif terhadap keputusan menggunakan jasa, harga berpengaruh positif terhadap keputusan menggunakan jasa. Sedangkan secara simultan kualitas layanan dan harga memiliki pengaruh terhadap keputusan menggunakan jasa.

Kata Kunci : Kualitas Layanan, Harga dan Keputusan menggunakan jasa

Abstract

Appearance of a hairstyle model One of the factors that is highly considered by most people, especially in modern times. No wonder many barbershop modern barbershop shops are growing rapidly as a business opportunity especially in Indonesia. This study aims to determine the effect of service quality and price on the decision to use the services of theluc hairstudio barbershop sidoarjo. Samples obtained from the calculation of Slovin formula as many as 90 respondents. Data collection techniques using questionnaires and sampling techniques used non-probability sampling techniques. The analysis technique of this research is multiple linear regression analysis using SPSS version 16. The results of this study indicate that, partially the quality of service has a positive effect on the decision to use services, the price has a positive effect on the decision to use services. Whereas simultaneously service quality and price have an influence on the decision to use services.

Keywords : Service Quality, Price and Decision to use services

PENDAHULUAN

Kemajuan ekonomi dari masa ke masa berkembang dengan sangat cepat, khususnya dibidang bisnis jasa. Mereka dituntut agar menciptakan inovasi dan ciri khasnya sendiri untuk menarik konsumen. Keputusan konsumen untuk memilih suatu layanan jasa tentunya dipengaruhi terhadap kualitas jasa, produk serta harga yang diberikan oleh perusahaan itu sendiri. Pada masa kini penampilan menarik dan juga rapi sangat digandrungi oleh para pria. Untuk penampilan aktivitas sehari-hari ataupun untuk menarik perhatian lawan jenis. Salah satu yang paling penting dari penampilan pria yaitu model rambut, hal ini tentu saja membuat jasa potong rambut atau *Barbershop* semakin tumbuh pesat. Mengenai gaya, penampilan rambut akan terus berkembang mengikuti perkembangan zaman dan menemani keseharian agar selalu tampil *trendy*. gaya rambut yang menarik menjadi gaya hidup kebanyakan orang untuk memuaskan akan penampilan

diri dan keinginan untuk mendapatkan pujian dari orang lain. Kini usaha *Barbershop* di tanah air memiliki banyak peminat hal itu merupakan peluang yang sangat baik kedepannya, dengan melihat sudah ribuan *Barbershop* yang berdiri di seluruh Indonesia. Kepuasan yang tinggi dari konsumen ini merupakan diskonfirmasi positif (Lovelock, 2011).

Konsumen biasanya akan memilih menggunakan jasa *Barbershop* yang sesuai dengan apa yang mereka harapkan. Misalkan kualitas layanan yang diberikan oleh *barbershop* tersebut sangat bagus, Serta didampingi dengan harga yang terjangkau. Hasil yang didapatkan oleh konsumen pun biasanya sesuai dengan yang mereka inginkan, Terlebih dengan gaya hidup yang semakin modern. Gaya rambut pun terus berkembang mengikuti zaman. *Barbershop* mampu memberikan semua pelayanan yang diinginkan oleh konsumen. *Barbershop* merupakan bisnis jasa yang sedang naik daun. Tidak hanya dikota-kota besar di

daerah-daerah kecil pun gerai-gerai *Barbershop* banyak ditemui. Lokasinya pun tersebar dari yang berada di dalam *mall* hingga yang memiliki gerai khusus *Barbershop* sendiri.

Dari tahun ke tahun *barbershop* di Indonesia ini terus tumbuh karena banyak yang menyadari bahwa bisnis potong rambut modern (*barbershop*) ini mempunyai peluang yang sangat bagus untuk bersaing dengan berbagai bisnis jasa lainnya. Sehingga pertumbuhan yang terjadi menyeluruh keseluruhan daerah Indonesia, bahkan merata di seluruh kota-kota kecil ataupun desa juga tidak luput dengan adanya pertumbuhan bisnis jasa *barbershop* ini. Pertumbuhan *barbershop* ini dikarenakan adanya sikap dan minat konsumen untuk memakai pelayanan jasa di sebuah *barbershop* dipengaruhi dengan beberapa hal seperti tempat yang nyaman dan juga promosi. Pelayanan tempat yang nyaman serta promosi di suatu jasa *barbershop* biasanya bisa menjadi faktor apakah konsumen akan menggunakan jasa *barbershop* itu kembali atau tidak. Konsumen biasanya akan menggunakan *barbershop* yang layanannya bagus dan memuaskan, harganya murah serta mempunyai promo yang menarik. Di kota Sidoarjo pun ada beberapa *barbershop* yang sering dikunjungi oleh anak-anak muda maupun orang tua. Salah satunya adalah *theluc hairstudio barbershop*.

Theluc Hairstudio Barbershop salah satu *Barbershop* yang mempunyai fasilitas-fasilitas lengkap yang membuat konsumen merasa nyaman saat berkunjung. *Theluc Hairstudio Barbershop* memberikan harga yang terjangkau dengan pelayanan yang sangat cepat karena karyawan yang sudah ahli dibidang *Barberman* sehingga konsumen tidak perlu khawatir oleh pelayanan yang diberikan. Selain itu konsumen dapat berkonsultasi tentang masalah rambut dengan karyawan yang sangat ramah dan juga dengan respon yang sangat cepat. Di *barbershop* konsumen akan merasakan kualitas layanan yang tidak bisa didapatkan di tempat pangkas rambut biasa. Konsumen akan menikmati fasilitas seperti ruangan yang dingin ber AC, kemudian internet gratis untuk menunggu antrean selanjutnya sehingga konsumen tidak akan jenuh jika harus menunggu giliran yang cukup lama.

Theluc hairstudio barbershop juga mempunyai layanan konsultasi tanya jawab Online di sosial media Instagram yang dapat konsumen dapatkan tanpa harus mendatangi tempat jasa tersebut. Tentunya dengan topik seputar masalah rambut, dengan layanan tersebut memudahkan konsumen untuk bisa menemukan jawaban dari permasalahan rambut yang sedang mereka hadapi. Selain itu *theluc hairstudio barbershop*

juga memberikan *rewards* kepada konsumen yang memotong rambutnya sebanyak lima kali, berupa produk minyak rambut gratis (*pomade*) atau potong rambut gratis satu kali. Selain itu *Theluc Hairstudio Barbershop* juga menerima kursus barber dan salon bersertifikat untuk orang-orang yang ingin menjadi seorang *Barberman* yang profesional.

Pemenuhan kebutuhan serta keinginan konsumen harus dilakukan dengan pelayanan terbaik agar konsumen merasa puas dengan mengimbangi harapan mereka (Tjiptono & Gregorius, 2012). Konsumen lebih menyukai pelayanan yang cepat dan juga efektif. *Service* yang diberikan oleh penyedia jasa akan bisa dirasakan langsung oleh konsumen, sehingga besar persentase konsumen berhenti menggunakan jasa tersebut jika layanan yang diberikan oleh penyedia jasa kurang memuaskan.. sebaliknya jika kualitas layanan sudah mencapai harapan, maka konsumen akan menggunakan jasa tersebut kembali.

Harga merupakan jumlah nominal yang ditetapkan oleh sebuah perusahaan untuk mematok jasa dan produk mereka. sehingga pelanggan wajib membayarkan dengan harga yang sudah ditetapkan ketika melakukan pembelian. Nominal harga bisa menjadi strategi perusahaan dan peran utama di dalam sebuah pemasaran sehingga dapat bersaing dengan perusahaan sejenis. Tentunya harga yang sangat terjangkau dapat disukai oleh kebanyakan konsumen, karena harga tersebut yang tidak terlalu menguras kantong mereka.

Keputusan untuk melakukan sebuah pembelian biasanya sudah dipikirkan oleh konsumen dengan melakukan pertimbangan keputusan sebelumnya. Dengan pencarian detail informasi produk dan jasa yang ingin didapatkan dengan membandingkan produk atau jasa tersebut. kemudian diseleksi untuk dilakukan keputusan pembelian, karena konsumen sangat bergantung kepada kualitas dan juga harga dari produk atau jasa itu sendiri. maka perbandingan antara perusahaan yang lain harus dilakukan. Agar terhindar dari penyesalan karena telah melakukan keputusan pembelian yang salah.

Dengan berbagai perkembangan tren *fashion* yang semakin bervariasi pada saat ini tentunya gaya rambut menjadi hal yang sangat diprioritaskan karena rambut penampilan yang paling diperhatikan. Bisnis jasa *barbershop* memiliki minat yang sangat tinggi terbukti dengan banyak berdirinya *barbershop-barbershop* baru setiap tahunnya. Dimana ini akan menjadi prospek yang bagus bagi pelaku jasa dibidang *fashion hairstyle* terutama di Indonesia.

METODE PENELITIAN

Metode dalam penelitian ini menggunakan deskriptif kuantitatif, dengan populasi sebanyak 885 orang. Konsumen *theluc hairstudio barbershop* yang berumur 17-45 tahun yang melakukan pembelian sebanyak dua kali menjadi karakteristik penelitian. Sampel dalam penelitian ini yaitu sebanyak 90 orang, dengan pengambilan sampel menggunakan rumus Slovin. Data yang sudah terkumpul kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis regresi linier berganda.

HASIL PENELITIAN

Data dari penelitian yang dilakukan pada 26 Desember 2018-selesai, yang diperoleh responden sebanyak 90. Data ini berupa karakteristik responden dan deskripsi data variabel bebas yaitu kualitas layanan (X^1) dan harga (X^2) serta variabel terikat keputusan pembelian (Y). Berdasar data yang terkumpul dan di uji, berikut adalah hasil dari uji asumsi klasik : Pada uji Normalitas nilai *sig. asymp* sebesar $0,143 > 0,05$ yang artinya nilai residual terdistribusi normal. Dari hasil uji multikolinieritas nilai *tolerance* dari kedua variabel $0,691$ dan nilai VIF $1,448 < 10$ maka dapat diartikan tidak terdapat multikolinieritas. Pada uji heteroskedastisitas terdapat hasil dari uji yang dilakukan bahwa bahwa titik menyebar secara tidak beraturan, yang menandakan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas. Pada uji linieritas nilai DW sebesar $1,759 > DL = 1,474$ disimpulkan maka memenuhi dari uji linieritas.

Tabel 1. Rekapitulasi Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi Linier Berganda		Uji T		Uji F	
	Beta	T	Sig	F	Sig
constant	3.011				
X1	.200	2.654	0,009	26.906	0,000
X2	.506	4.208	0,000		

Dari tabel tersebut terdapat persamaan regresi linier berganda yang dihasilkan : $Y=3.011 + 0,200 + 0,506$ dari nilai konstan sebesar 3.011 yang menunjukkan variabel bebas kualitas layanan dan harga pengaruh secara positif. Dari model analisis dapat dilihat nilai constant 3.011 (bernilai positif) ini berarti apabila variabel kualitas layanan (X^1) dan harga (X^2) tidak mengalami perubahan tetap terjadi adanya keputusan pembelian (Y). Dari hasil regresi linier berganda diperoleh besarnya koefisien regresi variabel kualitas layanan (X_1) sebesar 0,200 (bernilai positif). artinya jika

variabel kualitas layanan mengalami peningkatan atau semakin baik, maka semakin baik pula pada keputusan pembelian di *theluc hairstudio barbershop* Sidoarjo. Sedangkan hasil uji dari variabel harga (X_2) 0,506 (bernilai positif). Yang berarti apabila variabel dari harga tersebut mengalami peningkatan atau semakin baik, maka berdampak semakin baik pula pada keputusan pembelian di *theluc hairstudio barbershop* Sidoarjo.

Hasil uji T didapat T hitung variabel kualitas layanan (X_1) yaitu sebesar 2.654 didukung nilai signifikansi $0,009 < 0,05$ atau 5% artinya H_0 ditolak, H_1 diterima. Hasil uji T variabel harga (X_2) yaitu 4.208 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ atau 5% artinya H_0 ditolak H_2 diterima. Untuk hasil uji F didapat F hitung sebesar 26.906 didukung pula dengan tingkat signifikansi 0,000. Dari paparan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel kualitas layanan dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan jasa di *theluc hairstudio barbershop* sidoarjo.

PEMBAHASAN

Kualitas Layanan (X_1) Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa *Theluc Hairstudio Barbershop*.

Penelitian ini bertujuan sejauh mana kualitas layanan pada jasa *Theluc Hairstudio Barbershop* memberikan kualitas terbaik dan mewujudkan eksistensi mereka ke pesaing. Dengan cara mengukur menggunakan indikator berwujud (*tangible*) sehingga dapat diperoleh pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan menggunakan jasa *Theluc Hairstudio Barbershop*. Berwujud (*tangible*) yang diberikan oleh *Theluc Hairstudio Barbershop* Sidoarjo, meliputi, fasilitas yang lengkap seperti ruang tunggu beserta internet gratis, pendingin ruangan, serta perlengkapan peralatan yang berkualitas bagus lainnya.

keandalan (*reliability*) yang diberikan oleh *Theluc Hairstudio Barbershop* Sidoarjo meliputi, keahlian dalam memberikan pelayanan yang tepat dan juga cepat sesuai keinginan konsumen karena karyawan *Theluc Hairstudio Barbershop* Sidoarjo sudah terlatih. Daya tanggap (*responsiveness*) yang diberikan *Theluc Hairstudio Barbershop* Sidoarjo meliputi, cepat memberikan informasi kepada konsumen jika ada promo, memberikan informasi jenis wajah yang cocok untuk jenis potongan rambut tertentu. jaminan (*assurance*) yang diberikan oleh *Theluc Hairstudio Barbershop* Sidoarjo meliputi, mempunyai pengetahuan secara menyeluruh tentang potongan model rambut, pengetahuan jenis kulit kepala, pengetahuan model rambut yang lagi *hits* atau *ngetrend* serta menyediakan layanan pengaduan jika terjadi masalah pada jenis rambut konsumen. Kelima,

empati (*emphaty*) merupakan kepedulian staf serta perhatian khusus. empati (*emphaty*) yang diberikan oleh *TheLuc Hairstudio Barbershop* Sidoarjo meliputi, memberikan informasi jenis potongan rambut yang cocok bagi jenis wajah konsumen tanpa konsumen bertanya terlebih dahulu, selalu menyapa konsumen yang baru datang serta selalu menanyakan kabar konsumen.

Semakin baik kualitas dari pelayanan yang diberikan perusahaan maka semakin baik pula sambutan konsumen untuk mengapresiasi dengan positif suatu usaha tersebut. Hasil dari penelitian ini sama dengan penelitian yang dilakukan Fahri (2015), pada variabel layanan secara parsial mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan jasa. Hal ini memberikan jawaban bahwa kualitas layanan yang diberikan oleh *TheLuc Hairstudio Barbershop* Sidoarjo sudah dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan mereka.

Pengaruh harga (X_2) Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa *TheLuc Hairstudio Barbershop*.

Dari penelitian yang dilakukan mendapatkan hasil yang menyatakan bahwa, variabel harga memiliki pengaruh terhadap keputusan menggunakan jasa *TheLuc Hairstudio Barbershop*. Pengukuran yang menggunakan indikator kesesuaian harga mempunyai pengaruh yang paling besar yaitu 67,8% keputusan untuk menggunakan jasa dan indikator kesesuaian harga yang memiliki pengaruh terkecil dalam keputusan pembelian yaitu sebesar 53,3%. "Saya merasa harga yang ditetapkan *theluc hairstudio barbershop* sesuai dengan hasil potongan rambut yang diinginkan" Konsumen menganggap bahwa harga yang ditawarkan oleh *theluc hairstudio barbershop* sangat terjangkau dan sangat sesuai dengan keinginan konsumen. Selanjutnya "Saya merasa harga yang ditetapkan *theluc hairstudio barbershop* sesuai dengan kualitas pelayanan" konsumen menganggap di *theluc hairstudio barbershop* mempunyai paket hemat yang tentunya akan membuat konsumen semakin loyal menggunakan jasa *theluc hairstudio barbershop*. Berikut ini adalah kondisi harga pada jasa pada *theluc hairstudio barbershop* Sidoarjo : harga *theluc* dapat dijangkau oleh konsumen, harga *theluc* dapat bersaing dengan penyedia layanan jasa perawatan rambut sejenis, harga *theluc* dapat memberikan kenyamanan pada konsumen dengan harga yang terjangkau, konsumen tidak akan terlalu mempertimbangkan kembali karena harga yang telah ditawarkan sudah termasuk hemat dari pada penyedia jasa yang lain.

Kartu member juga mempengaruhi keputusan pembelian di *TheLuc Hairstudio Barbershop* Sidoarjo,

karena konsumen yang ingin mendapatkan rewards yang dijanjikan oleh *TheLuc Hairstudio Barbershop* Sidoarjo sehingga mereka melakukan pembelian berulang sampai *rewards* tersebut didapatkan. Penelitian ini sama dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Sulistiyo (2015), dimana harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan ini menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh keputusan pembelian pada *TheLuc Hairstudio Barbershop*.

Pengaruh Kualitas Layanan (X_1) dan Harga (X_2) Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa (Y) Secara Simultan.

Hasil dari penelitian yang dilakukan peneliti memberikan jawaban bahwa pada variabel bebas kualitas layanan dan variabel harga memiliki pengaruh yang positif terhadap variabel terikat yaitu keputusan menggunakan jasa. Pembuktian dapat dilihat dari F hitung yaitu sebesar 26.906 didukung pula tingkat signifikansi 0.000. Pada Variabel kualitas layanan dapat dilihat dari hasil penelitian bahwa konsumen masih mengharapkan pelayanan terbaik di dalam memilih sebuah pelayanan jasa. Kualitas layanan juga bisa menjadikan sebuah faktor penting terjadinya kemajuan atau kemunduran di dalam manajemen suatu bisnis. Konsumen akan setia dengan kualitas layanan yang membuat mereka nyaman dan enggan untuk beralih kepada penyedia jasa yang lain.

Penetapan pada harga yang tidak seiring pada pelayanan yang didapat bisa membentuk persepsi buruk bagi pelanggan dan akan selalu teringat. besar kemungkinan akan menyebarluaskan kepada calon konsumen dengan apa yang telah mereka rasakan, dengan harga yang tidak sesuai dengan kualitas pelayanan. Ke tidak maksimalnya dalam memberikan pelayanan tentu akan merugikan bagi penyedia jasa *barbershop* itu sendiri dan akan menguntungkan bagi pesaing karena konsumen yang pindah menggunakan jasa lain yang serupa. Sebaliknya jika kualitas layanan baik secara maksimal serta sesuai dengan harga yang diharapkan, hal tersebut akan menciptakan loyalitas konsumen dengan sendirinya. Pelayanan yang membentuk kenyamanan konsumen didampingi oleh harga yang bersahabat akan menciptakan pembelian yang berulang. *TheLuc hairstudio barbershop* sendiri telah menjalankan kualitas layanan dengan baik didampingi harga yang terjangkau bagi semua kalangan serta berbagai promo yang menarik menjadikan *theluc hairstudio barbershop* salah satu penyedia jasa salon pria terbaik di daerah Sidoarjo.

Penelitian ini serupa dengan penelitian Ardhana (2010), bahwa pada variabel kualitas pelayanan dan harga terdapat pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil dari penelitian ini juga sesuai dengan pendapat Lupiyoadi & Hamdani (2006) kualitas pelayanan penentu sejauh mana penyedia jasa dapat memenuhi keinginan konsumen. Kotler dan Keller (2009) harga ialah elemen terpenting dalam sebuah pemasaran yang akan menghasilkan laba.

Secara bersama-sama (simultan), kualitas layanan dan juga harga mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan jasa *TheLuc Hairstudio Barbershop* Sidoarjo.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari hasil perolehan penelitian dan hasil uji hipotesis menyimpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan menggunakan jasa *TheLuc Hairstudio Barbershop*. Harga berpengaruh terhadap keputusan menggunakan jasa *TheLuc Hairstudio Barbershop*. Kualitas layanan dan harga secara bersamaan (simultan) berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada *TheLuc Hairstudio Barbershop* Sidoarjo.

Saran

Berdasarkan pada penelitian yang telah dilakukan izinkan penulis memberikan beberapa masukan terhadap manajemen *theLuc hairstudio barbershop*, sebagai berikut : 1) Pada kualitas layanan yang sudah baik diharapkan kecepatan layanan ditingkatkan kembali agar semakin baik. Seperti pemberian solusi dan menanggapi keluhan konsumen tentang masalah-masalah yang ada pada rambut mereka. 2) Pada harga di harapkan *TheLuc Hairstudio Barbershop* Sidoarjo mempertahankan harga yang sudah terjangkau. Kemudian memperbanyak lagi promo serta diskon, dimana hal tersebut yang menjadi daya tarik konsumen. 3) Diharapkan manajemen *TheLuc Hairstudio Barbershop* Sidoarjo selalu meningkatkan kinerja karyawan yang baru maupun yang sudah lama dan meningkatkan fasilitas menunggu demi kenyamanan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardhana, O. (2010). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan. (Studi Pada Bengkel Caesar Semarang). Universitas Diponegoro.
- Farli, (2015). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Layanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Salon *Headquarters Manado Towns Square*. *Jurnal EMBA* 1106 Vol.3 No.1 Maret 2015, Hal. 1106-1116.
- Kotler, P Dan Keller, K.L. (2009). Edisi Ketiga Belas Jilid 2. *Manajemen Pemasaran*. Terjemahan Oleh Bob Sabran MM. Jakarta: Erlangga.
- Lovelock, C., Wirtz, J., & Mussry, J. (2011). *Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi, Strategi Perspektif Indonesia*. Edisi Ketujuh Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, R Dan Hamdani, A. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Tjiptono, F. (2008). "Strategi Pemasaran" Edisi Ketiga. Yogyakarta : Andi