

ABSTRAK
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA MEX BARBERSHOP
DI KOTA KUPANG

OLEH:

THOMAS RONALDO PINAT

19410329

Persaingan usaha jasa pada era saat ini semakin meningkat, termasuk pada usaha barbershop yang berkembang pesat di Kota Kupang. Kondisi tersebut menuntut setiap pelaku usaha untuk mampu memberikan pelayanan yang berkualitas dan menetapkan harga yang sesuai agar dapat menciptakan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan salah satu faktor penting yang menentukan keberhasilan suatu usaha karena pelanggan yang puas cenderung melakukan kunjungan ulang serta merekomendasikan jasa yang digunakan kepada orang lain. Oleh karena itu, kualitas pelayanan dan persepsi harga menjadi dua faktor yang perlu diperhatikan oleh perusahaan dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kualitas pelayanan merupakan kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan melalui aspek keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Sementara itu, persepsi harga merupakan penilaian pelanggan terhadap tingkat kewajaran dan kesesuaian harga yang dibayarkan dibandingkan dengan manfaat yang diperoleh. Kepuasan pelanggan sendiri merupakan tingkat perasaan senang atau kecewa yang dirasakan pelanggan setelah membandingkan antara harapan dengan kinerja layanan yang diterima.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan pada Mex Barbershop di Kota Kupang. Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Mex Barbershop yang berjumlah 4.624 pelanggan. Teknik pengambilan sampel menggunakan accidental

sampling dengan jumlah sampel sebanyak 63 responden yang dihitung menggunakan rumus Slovin. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada pelanggan yang pernah menggunakan jasa Mex Barbershop.

Teknik analisis data yang digunakan meliputi analisis deskriptif dengan metode Three Box Method, uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linear berganda, uji parsial (uji t), uji simultan (uji F), dan uji koefisien determinasi (R^2) dengan bantuan program Statistical Package for the Social Sciences (SPSS). Analisis deskriptif menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memperoleh nilai indeks rata-rata sebesar 76,48 yang termasuk dalam kategori tinggi. Variabel persepsi harga memperoleh nilai indeks rata-rata sebesar 77,02 yang juga termasuk kategori tinggi. Sedangkan variabel kepuasan pelanggan memperoleh nilai indeks rata-rata sebesar 74,98 yang berada pada kategori tinggi.

Hasil analisis regresi linear berganda menghasilkan persamaan regresi:

$$Y = -0,638 - 0,031X_1 + 1,055X_2$$

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa variabel persepsi harga memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan variabel kualitas pelayanan memiliki arah pengaruh negatif namun sangat kecil.

Hasil uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai t hitung sebesar -0,219 dan nilai signifikansi sebesar 0,827 yang lebih besar dari 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan pada Mex Barbershop belum mampu memberikan pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Kondisi ini dapat terjadi karena pelanggan lebih mempertimbangkan faktor lain dalam menilai kepuasan mereka.

Sebaliknya, variabel persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai t hitung sebesar 7,655 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin baik persepsi pelanggan terhadap harga yang ditetapkan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan. Pelanggan menilai bahwa harga yang ditawarkan Mex Barbershop telah sesuai dengan manfaat, kualitas layanan, dan hasil yang diperoleh.

Hasil uji simultan (uji F) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan persepsi harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai F hitung sebesar 308,875 yang lebih besar dari F tabel sebesar 3,15 serta nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kedua variabel independen memiliki kontribusi yang signifikan dalam menjelaskan kepuasan pelanggan.

Selanjutnya, hasil uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan nilai sebesar 0,911 atau 91,1%. Hal ini berarti bahwa variasi kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan dan persepsi harga sebesar 91,1%, sedangkan sisanya sebesar 8,9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa persepsi harga merupakan faktor yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Mex Barbershop Kota Kupang, sedangkan kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan secara parsial. Oleh karena itu, pihak Mex Barbershop perlu mempertahankan kebijakan harga yang sesuai dengan manfaat yang diterima pelanggan serta terus meningkatkan kualitas pelayanan agar dapat mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan di masa mendatang.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Kepuasan Pelanggan.