**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN ZHENN BARBERSHOP PLAMONGAN SARI SEMARANG MENGGUNAKAN METODE DESKRIPTIF KUANTITATIF**

(Studi pada Zenn Barbershop,Semarang)



**Disusun oleh :**

**Ferry bagus saputra**

**G.211.19.0131**

**TEKNIK INFORMATIKA**

**FAKULTAS TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS SEMARANG**

**Judul**

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN ZHENN BARBERSHOP PLAMONGAN SARI SEMARANG MENGGUNAKAN METODE DESKRIPTIF KUANTITATIF

**Latar Belakang**

Perkembangan dunia ekonomi dan bisnis saat ini telah mengalami pergeseran paradigma yaitu dari ekonomi berbasis sumber daya menjadi paradigma ekonomi berbasis pengetahuan dan kreativitas. Industri kreatif mulai banyak dilirik masyarakat, karena sangat menjanjikan untuk bisnis jangka panjang. Kemunculan industri kreatif di Indonesia mendorong peningkatan kreativitas dan inovasi baru yang dikembangkan masyarakat bahkan pemerintah intensif melakukan sosialisasi kegiatan ekonomi kreatif tersebut guna mengurangi laju pertumbuhan pengangguran yang angkanya cukup besar.

Salah satu provinsi yakni Jawa Tengah dengan jumlah penduduk terbesar di Indonesia sebesar 1,5 juta jiwa menunjukkan perkembangan industri kreatif yang cukup pesat. Kota Semarang sebagai salah satu Kota di Jawa Tengah memiliki pelaku industri kreatif dan UMKM yang berperan aktif dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi Jawa Barat. Hal ini tergambar dari kegiatan perekonomian warganya di beberapa lokasi seperti Semarang Brat,Semarang Timur,Semarang Utara dan Semarang Tengah. Wilayah-wilayah tersebut telah ikut berperan dalam meningkatkan perekonomian Kota Semarang melalui industri kreatif dan UMKM, salah satunya dalam bidang potong rambut atau Barbershop. Secara umum masyarakat telah mengenal dengan baik jenis usaha Barbershop, namun masih terdapat sebagian kecil masyarakat yang asing dengan istilah tersebut, terutama mereka yang bertempat tinggal agak di pelosok wilyah.

Dengan berkembangnya Barbershop, mereka telah melakukan banyak inovasi,diantaranya adalah Barbershop yang menyediakan layanan potong rambut dengan pelayanan kualitas terbaik. Untuk dapat bersaing, Barbersop juga menyediakan berbagai macam layanan seperti cat rabut,keramas perawatanrambut dan konsultasi mengenai model gaya rabut yang cocok serta menyediakan pomade dan jasa lainnya.Selain menyediakan berbagai macam layanan, Barbershop juga melakukan berbagai strategi, termasuk memberikan layanan dengan harga terjangkau. Namun beberapa waktu belakangan ini pelanggan Zhenn Barbershop cenderung mengalami penurunan dan jumlah keluhan cenderung meningkat. Hal ini menunjukan bahwa masih banyak kekurangan yang dimiliki Zhenn Barbershop dan harus menjadi tolak ukur agar kepuasan konsumen dapat ditingkatkan, karena jika dibiarkan kondisi tersebut akan berpotensi pada berkurangnya jumlah konsumen. Observasi awal mengenai faktor – faktor yang mempengaruhi turunnya tingkat kepuasan pelanggan Zhenn Barbershop.

Tingkat kepuasan konsumen ini diukur dari lima faktor utama yang harus diperhatikan perusahaan seperti kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga, dan kemudahan. Berdasarkan hasil observasi awal diperoleh fakta bahwa dari sebagian konsumen Zhenn Barbershop terdapat permasalahan bahwa mereka tidak puas akan pelayanan dan harga yang telah ditetapkan. Hal ini dapat mereka rasakan dalam hal peralatan Zhenn Barbershop masih terbatas dan harga lebih mahal dibandingkan dengan pesaing-pesaing terdekat dalam bidang usaha yang sama.

**Perumusan Masalah**

1. Bagaimana tanggapan pelanggan tentang kualitas pelayanan Zhenn Barbershop Semarang.
2. Bagaimana tanggapan pelanggan tentang harga Zhenn Barbershop Semarang.
3. Bagaimana tanggapan pelanggan tentang kepuasan pelanggan Zhenn Barbershop Semarang.
4. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan Zhenn Barbershop Semarang.

**Batasan Masalah**

1. Dalam penelitian ini styleing kondisi rambut customer diluar barbershop tidak termasuk dalam kategori penelitian ini.
2. Faktor utama penelitian ini hanya mencakup kualitas,harga,kepuasan dan kualitas pelayanan.
3. Sumber data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah pelnggan Zhenn Barberssop,Demak dan sebanyak 97 orang diambil dengan teknik accidental sampling

**Tujuan Penelitian**

juan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis:

1. Tanggapan pelanggan tentang kualitas pelayanan Zhenn Barbershop Semarang.
2. Tanggapan pelanggan tentang harga Zhenn Barbershop Semarang.
3. Tanggapan pelanggan tentang kepuasan pelanggan Zhenn Barbershop Semarang.
4. Besarnya pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan Zhenn Barbershop Semarang.

**Manfaat Penelitian**

1. Menjadi lebih memahami tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan kualitas pelayanan dan harga yang ditetapkan oleh Zhenn Barbershop Semarang.
2. Dapat memperkaya teori-teori mengenai kualitas layanan, harga dan kepuasan pelanggan.
3. Dapat mengetahui metode Deskriptif Kuantitatif dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan.
4. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dalam menangani masalah yang dihadapi berkaitan dengan tingkat kepuasan pelanggan.

**Tinjauan Pustaka**

Peneliti memasukkan beberapa penelitian terdahulu untuk melihat persamaan dan perbedaan penelitian yang dilakukan. Penelitian terdahulu diharapkan memberikan gambaran atau originalitas temuan, maka disajikan secara lengkap dibawah ini yang merangkum argumentasi penelitian yang telah dilakukan sebelumnya dibandingkan dengan metode maupun teknik analisis pada setiap variabel maupun dimensi yang digunakan sebagai parameter penelitian ini.

Penelitian pertama Vicky Khariza dan Arlin Ferlina Mochamad Trenggana (2015). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Barberpop Bandung Hasil penelitian menunjukan secara simultan hasilnya variabel kualitas pelayanan berpengaruh sebesar 44,5% terhadap kepuasan konsumen. Persamaan terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Perbedaan dalam penelitian ini tidak terdapat variabel harga.

Penelitin yang kedua Rustika Atchmawati dan M. Wahyuddin (2004). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Matahari Departem ent Store di Solo Grand Mall. Hasil penelitian menunjukan bahwa semua variabel independen berberngaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen secara keseluruhan ketepatan klasifikasi adalah 63% .Persamaan menganalisa pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.Perbedaan dalam penelitian ini tidak terdapat variabel harga

Penelitian yang ketiga I Wayan Widya Suryadharma dan I Ketut Pengaruh Kualitas Pelayanan Pada Secara simultan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan pada Kualitas pelayanan sebagai variabel bebas dan Hanya terdapat satu variabel yaitu 51 Nurcahya (2015) Kepuasan Pelanggan Hotel Bintang Pesona Di Denpasar Timur kepuasan pelanggan, yaitu sebesar 0,697. kepuasan konsumen sebagai variabel terikat. kualitas pelayanan sebagai variabel bebas.

Penelitian yang keempat Dedy Hariyanto dan Nindria Untarini (2014) Pengaruh Faktor Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel JW Marriot Surabaya Secara simultan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yaitu sebesar 0,570. Kualitas pelayanan sebagai variabel bebas dan kepuasan konsumen sebagai variabel terikat. Hanya terdapat satu variabel yaitu kualitas pelayanan sebagai variabel bebas.

Penelitian yang kelima J. Joshua Selvakumar (2015) Impact of service quality on customer satisfactio n in public sector and private sector banks Hasil penelitian menunjukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Persamaan menganalisa Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Perbedaan tidak terdapat variabel harga

Penelitian yang keenam Ade Ratnasari (2016) Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Salon Cantik) Hasil Penelitian menunjukan bahwa variabel kualitas pelayanan dan harga terbukti terdapat pengaruh signifikan sebesar 86,4% terhadap Kepuasa Pelangggan Persamaan terdapat variabel kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan Perbedaan lokasi penelitian dan objek penelitian di salon cantik.

Penelitian yang ketujuh E.S. Wika Nilasari Istiatin (2015) Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Hasil penelitian menunjukan bahwa Kualitas Pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh Persamaan sama-sama meneliti tentang kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan Perbedaan pada objek penelitian di Bengkel Ramayana Motor. 52 Pada Bengkel Ramayana Motor Sukoharjo . positif terhadap kepuasan konsumen sebesar 36,5% dan sisanya 63,5% adalah variabel lain yang diteliti. konsumen.

Penelitian yang kedelapan Rendy Gulla, Sem George Oroh, dan Ferdy Roring (2015) Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Manado Grace Inn Secara simultan variabel harga, promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen yaitu sebesar 43, 271. Kualitas pelayanan dan harga sebagai variabel bebas dan kepuasan konsumen sebagai variabel terikat. Terdapat variabel bebas lain yaitu promosi.

Penelitian yang kesembilan Johanes Gerardo Runtunuwu, Sem Oroh dan Rita Taroreh (2014) Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjun g Hotel Cabang Manado Secara simultan variabel kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen menggunakan analisis linier berganda yaitu sebesar 45,4% Kualitas pelayanan dan harga sebagai variabel bebas dan kepuasan konsumen sebagai variabel terikat. Terdapat variabel bebas lain yaitu kualitas produk.

**Metodologi Penelitian**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode deskriptif dan kuantitatif. Sugiyono (2017), menyatakan bahwa “metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis dan bersifat kuantitatif statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Metode deskriptif yang digunakan pada penelitian ini untuk mengetahui dan mengkaji:

* Bagaimana tanggapan pelanggan tentang kualitas pelayanan Zhenn Barbershop Semarang.
* Bagaimana tanggapan pelanggan tentang harga Zhenn Barbershop Semarang.
* Bagaimana tanggapan pelanggan tentang kepuasan pelanggan Zhenn Barbershop Semarang.
* Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan Zhenn Barbershop Semarang.

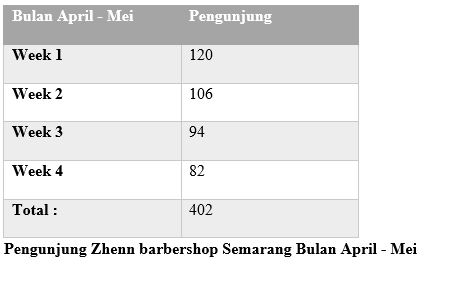
Metode penelitian verifikatif yang digunakan pada penelitian ini untuk mengetahui dan mengkaji seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan di Zhenn Barbershop Semarang.

1. **Populasi dan Sampel**

Dalam penelitian ini, penulis membutuhkan objek atau subjek agar masalah dapat terpecahkan. Populasi merupakan objek dalam penelitian ini dengan menentukan populasi maka peneliti akan mampu melakukan pengolahan data. Dan untuk mempermudah pengolahan data makan penulis akan mengambil bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang disebut sampel. Sampel peneliti diperoleh dari teknik sampling tertentu.

* 1. **Populasi**

Menurut Sugiyono (2016:117) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang menjadi kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Pada penelitian ini yang menjadi populasi penelitian adalah jumlah pelanggan Syndicate barbershop Bandung dari bulan April-Mei sebanyak 402 pelanggan dengan data sebagai berikut:



**1.2 Sampel**

Pengertian sampel menurut (Sugiyono, 2016:81) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel merupakan bagian dari populasi yang diambil melalui cara-cara tertentu, jelas dan lengkap yang dianggap bisa mewakili populasi. Penelitian ini tidak menggunakan seluruh anggota populasi diambil menjadi sampel, melainkan hanya sehagian dari populasi saja.

1. **Teknik Sampling**

Teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang digunakan dalam penelitian. Teknik sampel merupakan teknik pengumpulan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian.

1. **Teknik Pengumpulan Data**

Pengambilan data dengan menggunakan kuesioner yang disebar melalui google form dengan respon jawaban sebanyak 100 dan hanya diambil 97 sampel saja. Teknik pengambilan sampel menggunakan Sampling Incidental yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/incidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan wawancara dan kuesioner. Alat analisis yang dipakai adalah Regresi Linear Berganda dengan bantuan program SPSS Versi 25.

1. **Rancangan Kuesioner**

Kuesioner adalah instrumen pengumpulan data atau informasi yang dioperasionalisasikan ke dalam bentuk item atau pernyataan. Penyusunan kuesioner dilakukan dengan harapan dapat mengetahui variabel-variabel apa saja yang menurut responden merupakan hal yang penting. Kuesioner ini berisi pernyataan mengenai variael kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pelanngan sebagaimana yang tercantum pada operasionalisasi variabel. Kuesioner ini bersifat tertutup, dimana pernyataan yang membawa responden ke jawaban alternatif yang sudah ditetapkan sebelumnya, sehingga responden tinggal memilih pada kolom yang telah disediakan.

1. **Lokasi dan waktu Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di Zhenn Barbershop Semarang yang terletak di Jalan Plamongan Sari,Semarang. Adapun waktu untuk menyelesaikan usulan penelitian ini pada april hingga mei 2020.

**Jadwal Pelaksanaan**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| NO | Kegiatan | Waktu | | | | | | | |
| April | | | | Mei | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 1 | Pengajuan Judul penelitian |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 2 | Mengidentifikasi Perumusan  masalah |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 3 | Pengumpulan data |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 4 | Membuat daftar pertanyaan |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 5 | Menentuk Informan  Yang Tepat |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 6 | Wawancara dan Observasi |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 7 | Menganalisis Data |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 8 | Menusun laporan |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 9 | Publikasi |  |  |  |  |  |  |  |  |

**Daftar Pustaka**

Ade Ratnasari (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Salon Cantik). Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang, Vol. 4 No. 1.

Amir, M. Taufiq. 2012. Manajemen Strategik Konsep dan Aplikasi. Jakarta: Rajawali.

Ari Prasetio (2012). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan pelanggan pada PT.Tiki. Management Analysis Journal, Vol, 1 No, 2.

Buchari Alma. 2012. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Edisi Revisi. Bandung: Alfabeta.

Daryanto dan Setyobudi. 2014. Konsumen dan Pelayanan Prima. Yogyakarta: Gava Media.

E.S. Wika Nilasari Istiatin (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Ramayana Motor Sukoharjo. jurnal EMBA Vol.1 No.4.

Fandy Tjiptono. 2016. Service, Quality & Satisfaction. Edisi Ke-4. Yogyakarta: CV Andi Offset.

Fandy Tjiptono. 2015. Strategi Pemasaran. Edisi Ke-4. Yogyakarta: CV Andi.

Hasibuan Malayu. 2012. Manajemen Sumber Daya Manusia, Jakarta: PT. Bumi Aksara

Husaini Usman. 2013. Manajemen Teori Praktika dan Riset Pendidikan – Ed.4, Cet.1. Jakarta: Bumi Aksara.