

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN LOKASI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN BARBERSHOP MACCO DI KOTA BENGKAYANG

Palentinus Caterius¹, Blasius Manggu²

^{1, 2}Institut Shanti Bhuana Bengkayang, Jl Bukit Karmel No.1, Bengkayang, Kalimantan Barat, Indonesia
Email: palentinusslank@gmail.com

Article History

Received: 30-06-2025

Revision: 19-07-2025

Accepted: 27-07-2025

Published: 09-08-2025

Abstract. The purpose of this study was to examine the effect of Service Quality, Price, Location on customer loyalty, Barbershop Macco. In this study, respondents answered all 20 questions from the questionnaire that had been filled out by the resource person using Google Form. Respondents who participated in this study amounted to 150 people. The target respondents were consumers who had previously used hair cutting services at Barbershop Macco at least 2 times. This study uses an explanatory research approach, which aims to test the causal relationship between the variables involved. This study uses a quantitative approach, which is an empirical method that uses data in the form of numbers. The results of this study state that the Service Quality variable (X1) and the Price variable (X2) have a positive and significant effect on Barbershop Macco Customer Loyalty (Y). while the Location variable (X3) has a positive but insignificant effect on Barbershop Macco Customer Loyalty (Y), so it can be concluded that this study is not supported.

Keywords: Customer Loyalty, Service Quality, and Price Influence

Abstrak. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi terhadap loyalitas pelanggan, Barbershop Macco. Dalam penelitian ini, responden menjawab seluruh 20 pertanyaan dari kuesioner yang telah diisi oleh narasumber menggunakan *Google Form*. Responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini berjumlah 150 orang. Sasaran responden adalah konsumen yang sebelumnya pernah menggunakan jasa potong rambut di Barbershop Macco minimal sebanyak 2 kali. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian eksplanatori, yang bertujuan untuk menguji hubungan sebab-akibat antara variabel-variabel yang terlibat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yang merupakan metode empiris yang menggunakan data berbentuk angka. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan variabel Harga (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Barbershop Macco (Y). sedangkan variabel Lokasi (X3) terdapat pengaruh yang positif tetapi tidak signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Barbershop Macco (Y), sehingga dapat disimpulkan bahwa penelitian ini tidak terdukung.

Kata Kunci: Loyalitas Pelanggan, Kualitas Pelayanan, dan Pengaruh Harga

How to Cite: Caterius, P., & Manggu, B. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan Barbershop Macco di Kota Bengkayang. *Indo-MathEdu Intellectuals Journal*, 6 (5), 7420-7434. <http://doi.org/10.54373/imeij.v6i5.3644>

PENDAHULUAN

UMKM di daerah perbatasan memiliki peran yang sangat penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi daerah, meningkatkan hubungan ekonomi antardaerah, dan mendukung upaya pemerintah dalam mengembangkan daerah perbatasan. Pemerintah sering kali memberikan bantuan dan dukungan khusus untuk memungkinkan pertumbuhan UMKM di daerah yang terdampak agar potensi ekonomi yang ada di daerah tersebut dapat dimaksimalkan (Manggu & Beni, 2019).

Bengkayang, kota yang berbatasan langsung dengan Malaysia, menawarkan banyak peluang bagi pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), yang merupakan komponen utama dalam pertumbuhan ekonomi lokal dan nasional. Dengan menyediakan layanan, menetapkan jadwal kerja, meningkatkan aksesibilitas, memajukan sektor pariwisata, dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal, UMKM dapat menjadi pendorong utama pembangunan daerah. Pangkas rambut merupakan salah satu contoh UMKM di sektor jasa Bengkayang yang semakin populer, terutama di kalangan generasi muda. Pesatnya pertumbuhan bisnis pangkas rambut ini memiliki potensi yang signifikan untuk mendorong pembangunan ekonomi lokal.

Sebagai sebuah inovasi dalam industri mode, pangkas rambut telah mengalami pertumbuhan yang signifikan selama bertahun-tahun, dengan bisnis pangkas rambut yang sering diidentifikasi dengan tukang cukurnya. Awalnya, layanan pangkas rambut dimulai sebagai tukang cukur keliling dan akhirnya berubah menjadi lokasi pangkas sederhana yang dikenal sebagai Madura. Namun, pangkas rambut modern mampu beradaptasi dan membangun klien yang menyeluruh. Tujuan utama dari bisnis pangkas rambut adalah untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang ingin diperlakukan dengan cepat dan berbeda. Kebutuhan tersebut dapat dipenuhi dengan bantuan layanan pangkas rambut kontemporer (Hidayat et al., 2018).

Industri pangkas rambut di Amerika Serikat saat ini dimulai sekitar tahun 1900, ketika dua lembaga didirikan untuk mengawasi industri tersebut pada tahun 1920. Namun, praktik cukur, yang juga dikenal sebagai perawatan rambut pada pria, telah ada sejak lama. Praktik ini berasal dari Makedonia sekitar 400 tahun sebelum Masehi dan menyebar ke wilayah lain, seperti Mesir. Organisasi yang mengoperasikan pangkas rambut profesional pertama kali muncul di Prancis pada hari kesebelas setiap bulan dan dalam bahasa Inggris pada hari ketiga belas. Meskipun telah terjadi perubahan selama bertahun-tahun, simbol pangkas rambut tetap konsisten dengan peringatan biru, putih, dan merah.

Kata "*barbershop*" sendiri berasal dari bahasa Latin "*barba*," yang berarti "janggut." Secara umum, karyawan barbershop bertugas memotong dan merapikan berbagai jenis rambut, serta merawat tubuh dan pikiran pelanggan. Di masa lalu, barbershop tidak hanya menyediakan layanan potong rambut; mereka juga melakukan operasi skala kecil seperti gigi dan penyedotan darah menggunakan lintah. Pemisahan antara barbershop dan praktik medis terus berlanjut, dengan barbershop berfungsi sebagai simbol keahlian di bidang rambut dan penampilan pria.

Jejak tukang cukur jalanan di Indonesia dapat ditemukan dalam dokumentasi foto kolonial Belanda. Misalnya, KITLV (Koninklijk Instituut voor Taal-, Land- en Volkenkunde), yang berlokasi di Leiden, Belanda, telah lama menyimpan foto-foto Indonesia. Organisasi ini memiliki banyak koleksi foto tukang cukur jalanan di beberapa kota besar Indonesia dari tahun 1911 hingga 1930. Misalnya, foto orang Madura di Surabaya yang menjadi tukang cukur profesional pada tahun 1911 dan orang Tiongkok di Medan pada tahun 1931 (Kemal, 2019).

Industri potong rambut di Indonesia diperkirakan tumbuh 30% pada tahun 2017. Hal ini disebabkan oleh semakin sadarnya masyarakat Indonesia akan kekurangannya sendiri, khususnya di bidang potong rambut, khususnya bagi kaum wanita. Dengan pesatnya pertumbuhan industri mode, industri pangkas rambut diperkirakan akan mengalami pertumbuhan yang signifikan. Menurut perkiraan tahun 2016, terdapat sekitar 4.000 hingga 5.000 pangkas rambut di Indonesia yang berbeda satu sama lain. Menurut proyek tersebut, jumlah pangkas rambut diperkirakan akan meningkat sekitar 20% hingga 30% pada tahun 2017. Namun, sektor usaha tata rambut akan menghadapi tantangan dalam upayanya untuk bertahan terhadap tekanan internasional secara kooperatif.

Layanan pangkas rambut yang sebagian besar berlokasi di dalam dan sekitar kota, kini semakin umum di Bengkayang. Saat memulai bisnis baru, pangkas rambut akan menghadapi tantangan yang sangat penting untuk menarik pelanggan dan memastikan keberhasilan mereka. Karena lokasi strategis Bengkayang sebagai kota perbatasan antara Indonesia dan Malaysia, banyak bisnis yang memanfaatkan potensi di daerah ini, khususnya di industri pangkas rambut. Akibatnya, persaingan antar-pangkas rambut di sekitar Kota Bengkayang menjadi semakin ketat, yang menunjukkan besarnya industri ini.

Perkembangan usaha pangkas rambut di Kota Bengkayang terbilang cukup pesat. Dari awal hingga akhir masa perkuliahan, hanya ada beberapa salon yang kita kenal, seperti salon rambut. Namun hingga saat ini, salon rambut belum banyak dikunjungi oleh anak-anak karena mereka sudah mengikuti masa train dan perkembangan zaman semakin maju dibandingkan dengan teknologi canggih. Oleh karena itu, tempat pangkas rambut diminati karena kualitasnya

yang sangat baik dan lokasinya yang menarik, terutama bagi seorang muda zaman yang saat ini sedang menikmati masa train.

Kemampuan pelayanan pemangkas rambut bukan satu-satunya faktor yang berkontribusi terhadap keberhasilan tempat pangkas rambut; faktor lainnya termasuk kualitas pekerjaan, harga yang dibebankan, dan lokasi pekerjaan. Karena pasar menjadi lebih kompetitif, tempat pangkas rambut harus mengakui bahwa faktor-faktor ini berpotensi berdampak negatif pada kepuasan pelanggan. Loyalitas pelanggan merupakan faktor kunci keberhasilan bisnis apa pun, termasuk tempat pangkas rambut. Pelanggan yang loyal tidak hanya akan menjadi pelanggan loyal, tetapi mereka juga dapat berperan sebagai promotor bisnis dengan menawarkan saran kepada klien dan teman. Karena itu, sangat penting bagi tempat pangkas rambut untuk memahami bagaimana loyalitas pelanggan dapat dipengaruhi oleh harga, kualitas layanan, dan Lokasi (Parasuraman et al., 2017).

Tingkat kepuasan pelanggan erat kaitannya dengan kualitas pelayanan karena pelanggan terhadap tertentu terhadap produk atau layanan yang mereka terima, dan cara mereka berperilaku selama proses pelayanan akan mempengaruhi persepsi mereka terhadap kualitas produk. Kualitas pelayanan dapat dijelaskan sebagai layanan yang menjawab kekhawatiran pelanggan. Kualitas mengacu pada serangkaian kegiatan yang mendukung proses yang berkesinambungan dan tidak terputus yang berkaitan dengan berbagai aspek kehidupan sehari-hari. Tujuan utama utamanya adalah untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan sekaligus memastikan bahwa layanan yang diberikan sesuai dengan harapan mereka (Minrohayati & Harsasi, 2017).

METODE

Penelitian ini menggunakan desain penelitian eksplanatif dengan tujuan untuk menguji hubungan antar variabel yang ada. Tujuan dari model ini adalah untuk menjelaskan bagaimana variabel yang dianalisis saling terkait erat berdasarkan fakta yang ada dan sifat-sifatnya. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk menilai kontribusi masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat dan hubungan di antara keduanya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu metode empiris yang menggunakan data yang diperoleh dari angka. Metode kuantitatif menggunakan analisis statistik atau teknik kuantitatif lainnya untuk menentukan hasilnya. Penelitian ini berlandaskan pada filsafat positivis dan digunakan untuk mengevaluasi populasi atau sampel yang dimaksud serta menguji hipotesis yang telah diajukan. Penelitian ini menggunakan metode survei, di mana data responden dikumpulkan menggunakan kuesioner. Dalam penelitian ini, data yang

digunakan bersifat primer. Data primer merujuk pada data yang dibuat oleh peneliti untuk tujuan spesifik dalam menangani masalah penelitian. Pengumpulan data primer dilakukan melalui penggunaan kuesioner yang disebar langsung maupun melalui *Google Form* untuk mencapai responden secara luas dan mendapatkan informasi tentang variabel yang diteliti. Data primer diperoleh langsung dari responden yang menjadi subjek penelitian, yaitu pengunjung barbershop yang telah melakukan perawatan di sana lebih dari dua kali, melalui kuesioner yang disebarkan kepada sampel yang telah ditentukan. Data sekunder, di sisi lain, merujuk pada informasi yang diperoleh dari berbagai sumber seperti literatur, buku-buku, jurnal, dan internet yang relevan dengan penelitian ini.

Dalam penelitian ini, pengukuran variabel dilakukan dengan menggunakan skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengevaluasi sikap, pendapat, dan persepsi individu atau kelompok terhadap fenomena sosial tertentu. Dengan menggunakan skala Likert, variabel yang akan diukur dijelaskan menjadi indikator variabel. Indikator tersebut kemudian digunakan sebagai dasar untuk merancang item-item instrumen, yang bisa berupa pertanyaan atau pernyataan. Respon untuk setiap instrumen yang menggunakan skala Likert dapat bervariasi dari sangat negatif hingga sangat positif, dan biasanya terdiri dari lima pilihan Likert (Utama, 2017). Penelitian ini berfokus pada Macco Barbershop yang berlokasi di Kota Bengkayang. Alasan pemilihan Kota Bengkayang sebagai lokasi penelitian adalah karena lokasinya yang strategis di antara Malaysia dan Indonesia. Wilayah ini memiliki banyak potensi, terutama di bidang jasa, untuk terus dikembangkan. Salah satu jenis usaha yang masih berkembang di Kota Bengkayang adalah pangkas rambut.

HASIL DAN DISKUSI

Hasil Uji Instrumen

Uji Validitas

Tujuan dari uji validitas adalah untuk menentukan apakah hipotesis yang diuji valid atau tidak. Uji validitas berkaitan dengan kecepatan pengguna dalam melakukan tugas untuk mencapai tujuannya. Pemeriksaan validitas ini dilakukan dengan menggunakan SPSS (*Statistical Package for The Social Science*) versi 16.0 pada Windows dengan kriteria sebagai berikut: a). Pernyataan dapat dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$. b). Jika r_{hitung} lebih kecil dari r_{tabel} , maka pernyataan dapat dikatakan tidak valid (Iswati, 2018).

Tabel 1. Hasil uji validitas

Variabel	Kode Indikator	R _{hitung}	R _{tabel}	Keterangan
Kualitas Pelayanan	X1.1	0,416	0,16	Valid
	X1.2	0,502		
	X1.3	0,612		
	X1.4	0,532		
	X1.5	0,633		
Harga	X2.1	0,630	0,16	Valid
	X2.2	0,599		
	X2.3	0,557		
	X2.4	0,553		
	X2.5	0,441		
Lokasi	X3.1	0,487	0,16	Valid
	X3.2	0,627		
	X3.3	0,501		
	X3.4	0,656		
	X3.5	0,621		
Loyalitas Pelanggan	Y1	0,301	0,16	Valid
	Y2	0,496		
	Y3	0,649		
	Y4	0,494		
	Y5	0,457		

Sumber: Data diolah penulis, 2025

Berdasarkan hasil output SPSS diketahui nilai validitas terdapat pada kolom R_{Hitung} pada butir pertanyaan setiap variabel yang diteliti dapat dinyatakan valid (sah) karena semua nilai koefisien lebih besar dari 0,05.

Uji Reliabilitas

Uji Reabilitas merupakan suatu konsep teoritis yang menggambarkan bagaimana suatu instrumen atau ukur dapat dipercaya; dengan kata lain, apabila suatu instrumen digunakan secara konsisten untuk mengubah sesuatu, maka hasilnya akan relatif stabil atau konsisten.

Tabel 2. Hasil uji reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayana	0,889	Reliabel
Harga	0,978	Reliabel
Lokasi	0,859	Reliabel
Loyalitas Pelanggan	0,942	Reliabel

Sumber: Data diolah penulis, 2025

Berdasarkan hasil output SPSS diketahui nilai *Cronbach's Alpha* pada masing-masing variabel lebih besar ($>$) dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa pertanyaan yang telah disajikan kepada responden adalah reliabel atau dikatakan handal.

Uji Ketetapan Sampel

Tujuan uji kecukupan sampel menggunakan KMO dan Uji Bartlett adalah untuk mengetahui signifikansi suatu variabel dan ketepatan faktor analisis, khususnya apakah hubungan antar butir pernyataan dalam kuesioner dapat dijelaskan oleh variabel lain (Cooper & Emory, 2020). KMO yang besar menunjukkan bahwa data tersebut sesuai untuk analisis faktor, sedangkan hasil signifikan dari Uji Bartlett menunjukkan bahwa terdapat hubungan antar variabel dalam analisis faktor.

Tabel 3. Hasil uji bartlett

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.714
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	439.911
	Df	3
	Sig.	.000

Sumber: Data diolah penulis, 2025

Berdasarkan tabel *KMO and Bartlett's Test* pada tabel diatas diperoleh nilai KMO (*Measure of Sampling Adequacy*) sebesar 0,714 ($>0,5$). Hal ini menunjukkan bahwa uji kecukupan sampel sudah memenuhi kriteria kecukupan sampel, artinya data yang dianalisis sudah memenuhi syarat untuk menganalisis data yang akan dianalisis.

Hasil Uji Normalitas

Tujuan pengujian normalitas adalah untuk menentukan apakah distribusi variabel dalam model regresi normal atau tidak, bersifat independen dan dependen (Widhiarso, 2020). Dalam penelitian ini, normalitas diperiksa menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov, yang menunjukkan bahwa jika tingkat signifikansi 0,05, data terdistribusi normal. Namun, jika hasil uji Kolmogorov Smirnov Satu Sampel menunjukkan tingkat signifikansi di bawah 0,05, maka data tidak memiliki distribusi normal.

Tabel 4. Hasil uji normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		150
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.59671852
Most Extreme Differences	Absolute	.056
	Positive	.035
	Negative	-.056
Kolmogorov-Smirnov Z		.690
Asymp. Sig. (2-tailed)		.728
a. Test distribution is Normal.		
Sumber: Data diolah penulis, 2025		

Hasil Uji Multikolinieritas

Tujuan dari multikolinearitas adalah untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antar variabel bebas dalam model regresi. Nilai *toleransi* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) dapat digunakan untuk mengetahui ada tidaknya multikolinearitas dalam model regresi (Yaldi et al., 2022). Dalam hal ini, jika nilai toleransi lebih dari 0 dan nilai VIF kurang dari 10 untuk semua variabel, maka multikolinearitas tidak akan terjadi.

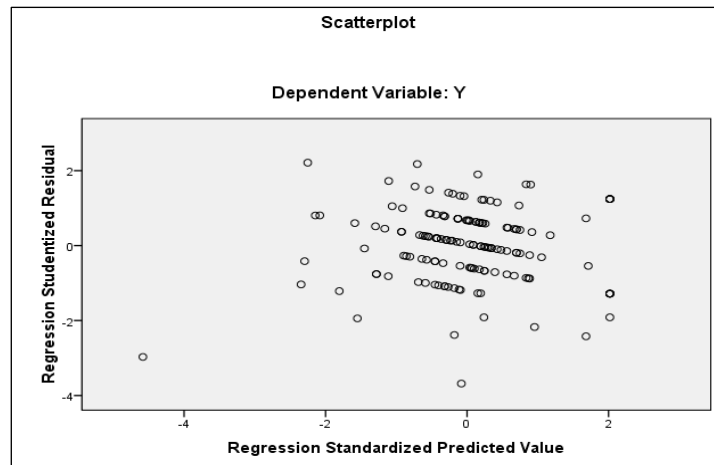
Tabel 5. Hasil uji multikolinearitas

		Coefficients^a	
		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	X1	.791	1.265
	X2	.799	1.251
	X3	.686	1.458
a. Dependent Variable: Y			

Sumber: Data diolah penulis, 2025

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan yang signifikan antara satu residual atau observasi dengan yang lain dalam suatu model tertentu (Handayani, 2020). Dapat disimpulkan bahwa heteroskedastisitas tidak terjadi jika grafik scatterplot menunjukkan distribusi titik-titik acak di sekitar nilai 0 pada sumbu Y.



Gambar 1. Grafik *scatterplot*

Dari grafik di atas terlihat jelas bahwa data tidak jelas dan tidak konsisten dengan ilustrasi di atas, yang menunjukkan titik-titik menyebar di bagian atas dan bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada data yang digunakan, yaitu terdapat ketidaksamaan variasi dari residual satu pengamatan ke pengamatan berikutnya. Data uji asumsi klasik uji heteroskedastisitas digunakan agar dapat digunakan untuk pemodelan regresi.

Uji Ketetapan Model Regresi

Uji ketepatan model digunakan untuk menentukan model regresi berikut yang paling tepat dalam menjelaskan variabel dependen. Data F, data statistik t, dan koefisien determinasi (R^2) dapat digunakan untuk menentukan keakuratan model dalam memprediksi data terkini (Aeniyatul, 2019). Loyalitas Pelanggan merupakan satu-satunya variabel dependen dalam penelitian ini.

Tabel 6. Hasil uji model regresi

Variabel independent	R^2	Adjusted R^2	F	Variabel dependen:		
				Loyalitas Pelanggan		
				B	t	Sig
Kualitas Pelayanan			122.419	0.634	4.307	0.000
Harga	0,626	0,619	(0,000)	0.501	7.093	0.000
Lokasi				.114	1.212	.228

Sumber: Data diolah penulis, 2025

Uji Regresi Linear Berganda

Salah satu jenis penelitian yang menggunakan lebih dari satu variabel adalah regresi linier berganda (Kartiningrum et al., 2022). Regresi linier berganda, juga dikenal sebagai regresi berganda, adalah salah satu jenis regresi di mana variabel terikat dihubungkan ke lebih dari satu variabel bebas dengan tujuan untuk menentukan beberapa perbedaan yang signifikan antara variabel bebas dan variabel terikat melalui perbandingan regresi yang disebutkan di atas. Ini adalah hasil dari regresi garis berganda.

Tabel 7. Hasil uji regresi linier berganda

Coefficients^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.946	1.982	7.036	.000
	X1	.093	.080	.102	.249
	X2	.195	.077	.223	.012
	X3	.075	.079	.090	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data diolah penulis, 2025

Dapat dilihat bahwa Berdasarkan hasil data yang diolah menggunakan SPSS, konstanta yang diperoleh yaitu 13.946, koefisien Kualitas Pelayanan 0,093, koefisien Harga 0,159, dan Koefisien Lokasi 0,075.

$$Y = 13.946 + 0,093 + 0,159 + 0,075 + e$$

Hasil Uji Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) adalah ukuran kemampuan model untuk menjelaskan variabel terikat. Koefisien determinasi berkisar antara nol dan satu. Ketika kemampuan variabel bebas untuk menjelaskan perilaku variabel terikat meningkat, nilai koefisien determinasinya juga meningkat (Soedyafa et al., 2020). Beberapa jenis koefisien determinasi yang bias dan disesuaikan (*Adjusted R Square*).

Tabel 8. Hasil uji determinasi (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.326 ^a	.106	.388	1.61304

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

Pada tabel diatas menunjukan bahwa nilai *Adjusted R Square* adalah 0,388, yang artinya kemampuan variabel independen (Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi) untuk memprediksi variabel dependen (Loyalita Pelanggan) sebesar 38,8 persen, sedangkan untuk sisanya sebesar 61,2 dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya diluar model penelitian.

Uji F (*Goodness of Fit*)

Menurut Yuliara (2019) uji F digunakan untuk mengukur seberapa besarnya pengaruh variabel bebas (independen) yaitu Kualitas Pelayanan (X1), Harga (X2) dan Lokasi (X3) mempengaruhi secara simultan terhadap variabel terikat (dependen) Loyalitas Pelanggan (Y).

Tabel 9. Hasil uji F

ANOVA ^b						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	45.163	3	15.054	5.786	.001 ^a
	Residual	379.877	146	2.602		
	Total	425.040	149			

Seperti yang dapat dilihat pada tabel 9 di atas, nilai F sebesar 5.786 menunjukkan tingkat signifikansi 0,001, yang menunjukkan bahwa penelitian ini dapat menggambarkan temuan secara jelas dan ringkas. hal ini menunjukkan bahwa variabel bebas (independen) berpengaruh secara simultan (bersama-sama) pada variabel terikat (dependen) Loyalitas Pelanggan.

Uji Hipotesis t (*Koefisien Variabel*)

Menurut Fitri et al., (2023) uji (t) digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini yaitu Kualitas Pelayanan, Harga dan Loyalitas Pelanggan.

Tabel 10. Hasil hipotesis t

	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.946	1.982		7.036	.000
	X1	.093	.080	.102	1.157	.249
	X2	.195	.077	.223	2.550	.012
	X3	.075	.079	.090	.950	.000

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel 10 terdapat nilai t pada masing-masing variabel yaitu Kualitas Pelayanan $t = 1.157$, $\text{sig} = 0,249$ ($>0,05$), Harga $t = 2.550$, $\text{sig} = 0,012$ ($>0,05$). dan Lokasi $t = 0.950$, $\text{sig} = 0,000$ ($<0,05$). Sehingga Dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan karena menghasilkan nilai $\text{sig } t$ ($>0,05$).

Hasil Uji Hipotesis

Hasil Uji Hipotesis 1

Pengujian hipotesis 1 menyatakan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Barbershop Macco (Y). Pengujian ini menggunakan analisis regresi berganda. Hasil pengujian dapat dilihat pada tabel 4.7. Dapat dilihat dari nilai koefisien $\beta = 0,093$, $\text{sig} = 0,249$. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Barbershop Macco, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 1 pada penelitian ini terdukung.

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang dapat dijadikan acuan untuk hasil penelitian ini, sehingga hasil penelitian ini dapat dibandingkan dengan penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Lina Sari (2020), Maria Claudia (2017), Muhamad Maskur, Nurul Qomariah dan Nursaida (2023) yang menyatakan dalam hasil penelitiannya bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh Positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

Hasil Uji Hipotesis 2

Pengujian hipotesis 2 menyatakan bahwa variabel Harga (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Barbershop Macco (Y). Pengujian ini menggunakan analisis regresi berganda. Hasil pengujian dapat dilihat pada tabel 4.7. Dapat dilihat dari nilai koefisien $\beta = 0,195$, $\text{sig} = 0,012$. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Barbershop Macco, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 2 pada penelitian ini terdukung.

Terdapat beberapa penelitian yang dapat dijadikan acuan untuk hasil penelitian ini, oleh karena itu hasil penelitian ini dapat dibandingkan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Riko Putra (2020) dan Febri Tari Bramasta Putra (2021) yang menyatakan dalam hasil penelitiannya bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Barbershop Macco.

Hasil Uji Hipotesis 3

Pengujian hipotesis 3 menyatakan bahwa variabel Lokasi (X3) berpengaruh positif dan tetapi tidak signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Barbershop Macco (Y). Pengujian ini menggunakan analisis regresi berganda. Hasil pengujian dapat dilihat pada tabel 4.7. Dapat dilihat dari nilai koefisien $\beta = 0,075$, $\text{sig} = 0,000$. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif tetapi tidak signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Barbershop Macco, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 3 pada penelitian ini tidak terdukung.

Terdapat beberapa penelitian yang dapat dijadikan acuan dalam hasil penelitian ini, sehingga hasil penelitian ini dapat dibandingkan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Santika Devi, Suharyono, Dahlan Fanani (2017), dan Ketut Gunawan (2018). Dalam hasil penelitiannya disebutkan bahwa meskipun lokasi memiliki pengaruh positif, namun secara statistik tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan Barbershop Macco.

Tabel 11. Ringkasan hasil uji hipotesis

Hipotesis	Pernyataan	Hasil
H1	Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Barbershop Macco.	Terdukung
H2	Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Barbershop Macco	Terdukung
H3	Lokasi berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Barbershop Macco	Tidak Terdukung

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dengan menggunakan IBM SPSS versi 16, hanya variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Barbershop Macco. Sedangkan variabel Lokasi (X3) hanya berpengaruh positif namun tidak signifikan secara statistik terhadap loyalitas pelanggan Barbershop Macco.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis di atas, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi terhadap loyalitas pelanggan, Barbershop Macco. Dalam penelitian ini, responden menjawab seluruh 20 pertanyaan dari kuesioner yang telah diisi oleh narasumber menggunakan *Google Form*. Responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini berjumlah 150 orang. Sasaran responden adalah konsumen yang sebelumnya pernah menggunakan jasa potong rambut di Barbershop Macco minimal sebanyak 2 kali.

Berdasarkan penelitian ini data yang telah dikumpulkan dan pengujian yang telah dilakukan dengan menggunakan metode regresi linear berganda, maka dapat disimpulkan sebagai berikut.

- Hasil uji hipotesis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Barbershop Macco. Hal ini dapat dibuktikan dari nilai koefisien $\beta = 0,093$, $\text{sig} = 0,249$. Kualitas pelayanan Barbershop Macco sudah baik sehingga pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diterimanya.
- Berdasarkan hasil uji hipotesis dalam penelitian ini, variabel harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Barbershop Macco. Hal ini dapat dibuktikan dari nilai koefisien $\beta = 0,195$, $\text{sig} = 0,012$. Harga yang ditawarkan di Barbershop Macco tergolong murah, sehingga pelanggan merasa senang dengan harga yang ditawarkan.
- Berdasarkan hasil uji hipotesis dalam penelitian ini, variabel Lokasi memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan Barbershop Macco. Namun secara statistik tidak signifikan. Karena letak tempat pangkas rambut ini kurang strategis dan kurang tertata dengan baik, pelanggan enggan untuk kembali datang ke tempat pangkas rambut ini. Hal ini dapat dibuktikan dari nilai koefisien $\beta = 0,075$, $\text{sig} = 0,000$.

REFERENSI

- Aeniyatul. (2019). Bab III Metoda Penelitian. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 3, 1–9.
- Cooper & Emory. (1997). *Statistik Dasar*.
- Fitri, A., Rahim, R., Nurhayati, Aziz, Pagiling, S. L., Natsir, I., Munfarikhatin, A., Simanjuntak, D. N., Huatgaol, K., & Anugrah, N. E. (2023). Dasar-dasar Statistika untuk Penelitian. In *Yayasan Kita Menulis*. [https://Repository.Unugiri.Ac.Id:8443/Id/Eprint/4882/1/Anisa %2c Buku Dasar-Dasar Statistika Untuk Penelitian.Pdf](https://Repository.Unugiri.Ac.Id:8443/Id/Eprint/4882/1/Anisa%20Buku%20Dasar-Dasar%20Statistika%20Untuk%20Penelitian.Pdf)
- Handayani. (2020). Bab III Metode Penelitian. *Suparyanto dan Rosad (2015)*, 5(3), 248–253.
- Hidayat, A., Lesmana, S., & Latifah, Z. (2022). Peran UMKM (Usaha, Mikro, Kecil, Menengah) dalam Pembangunan Ekonomi Nasional. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 3(6), 6707–6714.
- Iswati, M. A. & S. (2014). Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 2(2), 17–23.
- Kartiningrum, E. D., Basuki, H., Bambang, N., Otok, W., Nurul, E., & Yuswatiningsih, K. E. (2022). *Penerbit Stikes Majapahit Mojokerto Aplikasi Regresi dan Korelasi dalam Analisis Data Hasil Penelitian*.
- Manggu, B., & Beni, S. (2019). Pelaksanaan E-Mar Keting Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) sebagai Stragi untuk Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus UMKM di Kota Bengkayang Kalimantan Barat. *Sebatik*, 23(2), 455–461. <https://doi.org/10.46984/Sebatik.V23i2.798>

- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1994). Reassessment of Expectations as a Comparison Standard in Measuring Service Quality: Implications For Further Research. *Journal of Marketing*, 58(1), 111–124. <https://doi.org/10.1177/002224299405800109>
- Faza, K. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Barbershop di Kecamatan Balung, Kabupaten Jember.*
- Tinamora, L. R. (2015). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek, Kepuasan Pelanggan, dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan Barbershop Di Karawaci, Tangerang. Program Studi SI Manajemen Konsentrasi Pemasaran UNY.*
- Soedyafa, D. A., Rochmawati, L., & Sonhaji, I. (2020). Koefisien Korelasi (R) dan Koefisien Determinasi (R²). *Jurnal Penelitian Politeknik Penerbangan Surabaya Edisi Xxx*, 5(4), 289–296.
- Widhiarso, W. (2000). *SPSS untuk Psikologi*. 1–34.
- Yaldi, E., Pasaribu, J. P. K., Suratno, E., Kadar, M., Gunardi, G., Naibaho, R., Hati, S. K., & Aryati, V. A. (2022). Penerapan Uji Multikolinieritas dalam Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Kewirausahaan (Jumanage)*, 1(2), 94–102. <https://doi.org/10.33998/Jumanage.2022.1.2.89>
- Yuliara, I. M. (2016). Modul Regresi Linier Berganda. *Universitas Udayana*, 18.