



**Ranah Research:**  
Journal of Multidisciplinary Research and Development

DINASTI RESEARCH

082170743613 | [ranahresearch@gmail.com](mailto:ranahresearch@gmail.com) | <https://jurnal.ranahresearch.com>

E-ISSN: [2655-0865](https://doi.org/10.38035/rrj.v7i1)  
DOI: <https://doi.org/10.38035/rrj.v7i1>  
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

## Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Tarif Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan di Cukur Yuk *Barbershop* Klari Karawang

Revi Dwi Wulani<sup>1</sup>, Asep Erik Nugraha<sup>2</sup>, Kusnadi<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Singaperbangsa Karawang, Karawang, Indonesia, [revidwiwulani18@gmail.com](mailto:revidwiwulani18@gmail.com)

<sup>2</sup>Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Singaperbangsa Karawang, Karawang, Indonesia, [nugraha\\_ae@yahoo.co.id](mailto:nugraha_ae@yahoo.co.id)

<sup>3</sup>Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Singaperbangsa Karawang, Karawang, Indonesia, [tikuk.kusnadi@yahoo.com](mailto:tikuk.kusnadi@yahoo.com)

Corresponding Author: [revidwiwulani18@gmail.com](mailto:revidwiwulani18@gmail.com)

**Abstract:** *Cukur Yuk Barbershop in Klari, Karawang, is one of the barber service providers that is able to understand this dynamic. This research uses a quantitative descriptive approach to analyze the influence of service quality and tariffs on the level of customer satisfaction. The population that becomes the focus is all customers who use the service at Cukur Yuk Barbershop during a certain period, with a sample taken purposively, that is to choose customers who have used the service at least once in the last three months. The quality of service owned by Cukur Yuk barbershop can be seen through analysis the data obtained and relevant theoretical foundations. One of the theories that is often used to measure service quality is the SERVQUAL model, which consists of five dimensions: Tangibles (physical evidence), Reliability (reliability), Responsiveness (responsiveness), Assurance (guarantee), and Empathy (empathy). Cukur Yuk Barbershop has managed to build a solid reputation as a provider of high quality haircuts and shaves. Known for the high skills of their barbers, customers can entrust their appearance to professionals who are experts in creating hairstyles that suit their desires.*

**Keyword:** *Cukur Yuk Barbershop, Service Quality and Rates, SERVQUAL Customer Satisfaction*

**Abstrak:** Cukur Yuk *Barbershop* di Klari, Karawang, merupakan salah satu penyedia layanan cukur rambut yang berupaya untuk memahami dinamika ini. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan dan tarif terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Populasi yang menjadi fokus adalah seluruh pelanggan yang menggunakan layanan di Cukur Yuk *Barbershop* selama periode tertentu, dengan sampel diambil secara purposive, yaitu memilih pelanggan yang telah menggunakan layanan setidaknya sekali dalam tiga bulan terakhir. Kualitas layanan yang dimiliki oleh *barbershop* Cukur yuk dapat dilihat melalui analisis data yang diperoleh dan landasan teori yang relevan. Salah satu teori yang sering digunakan untuk mengukur kualitas layanan adalah model *SERVQUAL*, yang terdiri dari lima dimensi: *Tangibles* (bukti fisik), *Reliability*

(keandalan), *Responsiveness* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan), dan *Empathy* (empati) Cukur Yuk *Barbershop* telah berhasil membangun reputasi yang solid sebagai penyedia layanan potong rambut dan cukur yang berkualitas tinggi. Dikenal karena keterampilan tinggi para barber mereka, pelanggan dapat mempercayakan tampilan mereka kepada tenaga profesional yang ahli dalam menciptakan gaya rambut yang sesuai dengan keinginan.

**Kata Kunci:** Cukur Yuk *Barbershop*, Kualitas Layanan Dan Tarif, Kepuasan Pelanggan *SERVQUAL*

## PENDAHULUAN

Dalam industri layanan yang semakin kompetitif, kualitas dan harga telah menjadi dua elemen penting yang sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan (Gupta et al., 2020). Cukur Yuk *Barbershop*, yang terletak di Klari, Karawang, berupaya memahami dinamika ini untuk memberikan layanan yang lebih baik. Kualitas layanan di *barbershop* tidak hanya meliputi aspek fisik, seperti kebersihan dan penampilan pegawai, tetapi juga kemampuan staf dalam memberikan layanan yang responsif, profesional, serta empatik terhadap kebutuhan pelanggan (Rantung et al., 2022). Selain itu, tarif yang dikenakan juga memegang peranan penting; pelanggan seringkali membandingkan biaya dengan nilai yang mereka terima. Penetapan tarif yang dianggap wajar dan sebanding dengan kualitas layanan dapat meningkatkan kepuasan, sedangkan tarif yang tinggi tanpa dukungan kualitas yang memadai justru dapat menurunkan kepuasan pelanggan (Nugroho, 2024).

Kepuasan pelanggan di *barbershop* tidak hanya diukur dari hasil akhir layanan, melainkan juga dari keseluruhan pengalaman yang mereka dapatkan selama berkunjung (Epiriandi et al., 2024). Oleh karena itu, penting untuk mengevaluasi setiap komponen kualitas layanan secara menyeluruh (Kusumah, 2020). Komponen seperti *tangibles*, yang mencakup kebersihan dan fasilitas, serta *reliability* atau keandalan layanan, menjadi penentu utama apakah pelanggan akan kembali menggunakan jasa tersebut (Zeithaml et al., 2018). Selain itu, *responsiveness* atau daya tanggap staf dalam merespons kebutuhan dan keluhan pelanggan juga merupakan faktor yang tidak kalah penting (Wirtz & Lovelock, 2021). Dalam konteks tarif, *barbershop* perlu memahami perilaku pelanggan yang cenderung mencari keseimbangan antara harga dan kualitas (C. W. Hidayat, 2021). Penetapan harga yang kompetitif dan transparan dapat menciptakan kepercayaan, sementara harga yang dirasa terlalu tinggi tanpa memberikan nilai lebih akan menyebabkan pelanggan beralih ke kompetitor (Kotler & Keller, 2016). Oleh karena itu, analisis menyeluruh mengenai kedua aspek ini kualitas layanan dan tarif akan memberikan wawasan yang lebih dalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan (Nasrulloh & Fadillah, 2019).

Dalam konteks yang lebih luas, industri *barbershop* di Indonesia mengalami pertumbuhan pesat, terutama di daerah perkotaan seperti Karawang (Farras et al., 2024). Hal ini menciptakan peluang dan tantangan baru bagi pelaku usaha (Fauzy, 2024). Persaingan yang semakin meningkat menuntut *barbershop* untuk tidak hanya menyediakan layanan dasar, tetapi juga menciptakan pengalaman yang unik dan memuaskan bagi pelanggan (Kuning et al., 2023). Oleh karena itu, penting bagi manajemen Cukur Yuk untuk memahami harapan dan preferensi pelanggan agar dapat mengadaptasi layanan sesuai dengan kebutuhan pasar. Selanjutnya, penting untuk menyadari bahwa kepuasan pelanggan berhubungan erat dengan loyalitas (Ferdani et al., 2020). Pelanggan yang puas cenderung merekomendasikan *barbershop* kepada orang lain dan kembali menggunakan jasa yang sama (Listya Resmi Tinamora, 2015). Dengan demikian, upaya untuk meningkatkan kualitas layanan dan menetapkan tarif yang adil bukan hanya berdampak pada kepuasan jangka pendek, tetapi juga pada keberlangsungan bisnis dalam jangka panjang (Kasmi, 2019). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan dan tarif terhadap tingkat kepuasan pelanggan

di Cukur Yuk Barbershop. Dengan pendekatan ini, diharapkan manajemen dapat mengidentifikasi area perbaikan dan mengembangkan strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Hasil dari penelitian ini tidak hanya bermanfaat bagi Cukur Yuk, tetapi juga dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan teori di bidang manajemen layanan dan pemasaran, khususnya dalam konteks industri barbershop (Homburg, Klarmann, & Schmitt, 2013).

## METODE

Metode penelitian berisi jenis penelitian, sampel dan populasi atau subjek penelitian, waktu dan tempat penelitian, instrumen, prosedur dan teknik penelitian, serta hal-hal lain yang berkaitan dengan cara penelitian. Bagian ini dapat dibagi menjadi beberapa sub bab, tetapi tidak perlu mencantumkan penomorannya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan dan tarif terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Populasi yang menjadi fokus adalah seluruh pelanggan yang menggunakan layanan di Cukur Yuk Barbershop selama periode tertentu, dengan sampel diambil secara purposive, yaitu memilih pelanggan yang telah menggunakan layanan setidaknya sekali dalam tiga bulan terakhir. Jumlah sampel yang diharapkan berkisar antara 50 hingga 100 responden, yang dianggap cukup untuk memberikan representasi yang akurat. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang terdiri dari pertanyaan tertutup untuk mengukur dimensi kualitas layanan berdasarkan model *servqual*, termasuk aspek *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Kuesioner ini juga mencakup pertanyaan mengenai tarif layanan yang dianggap wajar oleh pelanggan serta tingkat kepuasan mereka terhadap layanan yang diterima. Selain itu, wawancara mendalam dilakukan dengan beberapa pelanggan untuk mendapatkan informasi kualitatif tambahan mengenai pengalaman mereka di barbershop.

Dalam penelitian ini, variabel independen terdiri dari kualitas layanan, yang diukur melalui dimensi-dimensi di atas, dan tarif layanan, yaitu harga yang dianggap sesuai oleh pelanggan. Sementara itu, variabel dependen adalah tingkat kepuasan pelanggan, yang mencerminkan seberapa puas pelanggan dengan layanan yang diberikan. Untuk menganalisis data, penelitian ini menggunakan analisis deskriptif untuk menggambarkan data yang dikumpulkan dalam bentuk frekuensi, rata-rata, dan persentase. Selanjutnya, dilakukan analisis inferensial menggunakan regresi linier berganda untuk menguji pengaruh simultan kualitas layanan dan tarif terhadap kepuasan pelanggan. Uji T akan digunakan untuk mengevaluasi pengaruh masing-masing variabel independen, sementara uji F dilakukan untuk menentukan signifikansi pengaruh variabel independen secara bersama-sama. Dalam hal validitas dan reliabilitas, penelitian ini akan menggunakan uji validitas melalui analisis faktor untuk memastikan kuesioner mengukur dimensi yang dimaksud, dan uji reliabilitas menggunakan *Cronbach's Alpha* untuk mengukur konsistensi internal dari *instrumen* yang digunakan. Hasil analisis akan disajikan dalam bentuk tabel dan grafik, diikuti dengan interpretasi yang mendalam untuk memberikan rekomendasi yang relevan bagi manajemen Cukur Yuk Barbershop, guna meningkatkan kualitas layanan dan strategi penetapan harga yang lebih efektif.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Responden

Tabel 1. Karakteristik Responden

No	Jenis Kelamin L	Frekuensi	Presentase
1	Dewasa	40	70%
2	Anak Anak	10	30%

Karakteristik responden dalam penelitian ini dapat dilihat dari Tabel 1 yang menunjukkan jenis kelamin dan distribusi usia responden. Dari total 50 responden, sebanyak 40 orang (70%) merupakan dewasa, sedangkan 10 orang (30%) adalah anak-anak.

### Responden Menurut Usia

Responden menurut usia ,jenis kelamin, Pendidikan dan pekerjaan responden

**Tabel 2. Responden Menurut Usia**

No	Jenis kelamin	Usia	Pendidikan	Pekerjaan	Valid
1	Laki Laki	22 th	SMA	Karyawan	√
2	Laki Laki	19 th	SMA	Karyawan	√
3	Laki Laki	30 th	S1	Wiraswasta	√
4	Laki Laki	40 th	Sarjana	Polisi	√
5	Laki Laki	10 th	SD	siswa	√

Karakteristik responden berdasarkan usia dapat dilihat dari Tabel 2. Tabel ini menyajikan informasi mengenai jenis kelamin, usia, pendidikan, dan pekerjaan dari masing-masing responden. Dari tabel tersebut, terlihat bahwa responden terdiri dari lima individu laki-laki dengan usia yang bervariasi, mulai dari 10 tahun hingga 40 tahun. Responden termuda berusia 10 tahun, yang masih berstatus sebagai siswa di tingkat sekolah dasar, sementara responden tertua berusia 40 tahun dengan pendidikan sarjana dan berprofesi sebagai polisi. Terdapat juga responden yang berusia 19 tahun dan 22 tahun, keduanya masih menyelesaikan pendidikan di tingkat SMA dan bekerja sebagai karyawan. Selain itu, terdapat satu responden yang berusia 30 tahun dan berprofesi sebagai wiraswasta.

### Frekuensi Kunjungan

Berikut adalah contoh tabel untuk merekam frekuensi kunjungan responden ke Barbershop "Cukur Yuk":

**Tabel 3. Frekuensi Kunjungan**

No	Frekuensi Kunjungan	Bulan
1	Jarang	1 - 2 bulan
2	Sedang	3 – 4 bulan
3	Sering	5 – 6 bulan
4	Sangat sering	6 bulan

Sumber : Perusahaan

Analisis frekuensi kunjungan pada Barbershop "Cukur Yuk" dapat memberikan wawasan penting terkait pola dan preferensi pelanggan dalam menggunakan layanan cukur rambut. Berdasarkan Tabel 3, frekuensi kunjungan dibagi menjadi empat kategori: "Jarang" untuk kunjungan setiap 1-2 bulan, "Sedang" untuk kunjungan setiap 3-4 bulan, "Sering" untuk kunjungan setiap 5-6 bulan, dan "Sangat Sering" untuk kunjungan lebih dari 6 bulan. Setiap kategori ini memungkinkan untuk mengelompokkan pelanggan berdasarkan intensitas kunjungan mereka, yang selanjutnya dapat memberikan pemahaman tentang tingkat keterlibatan mereka dengan layanan di barbershop.

### Tanggapan Responden Mengenai Keandalan

**Tabel 4. Keandalan**

NO	Frekuensi Kunjungan	Kepuasan Layanan	Keandalan Janji	Pembatalan	Perubahan
1	20%	40%	60%	20%	50%
2	30%	60%	80%	0%	70%
3	15%	40%	40%	20%	50%
4	30%	40%	60%	20%	50%
5	20%	30%	20%	15%	40%

Sumber: Perusahaan

Tabel 4 memberikan gambaran mengenai keandalan layanan di Barbershop "Cukur Yuk" yang mencakup beberapa aspek penting seperti frekuensi kunjungan, kepuasan layanan,

kehandalan dalam menepati janji, pembatalan, dan perubahan jadwal atau layanan. Frekuensi kunjungan pelanggan tampak beragam, di mana pelanggan yang menunjukkan frekuensi kunjungan lebih tinggi cenderung memiliki tingkat kepuasan layanan yang lebih baik, seperti terlihat pada kategori kedua dengan kepuasan mencapai 60%. Ini mengindikasikan bahwa kepuasan layanan memainkan peran penting dalam mendorong pelanggan untuk kembali. Keandalan janji, yaitu kemampuan barbershop dalam menepati komitmen kepada pelanggan, menunjukkan persentase tertinggi pada kategori tertentu (80%) namun fluktuatif di kategori lainnya, antara 20% hingga 60%. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun sebagian besar janji layanan terpenuhi, konsistensi perlu ditingkatkan untuk memastikan kepercayaan pelanggan. Di sisi lain, aspek pembatalan berada pada tingkat tertinggi sebesar 20%, dengan beberapa kategori menunjukkan 0% pembatalan, yang menandakan bahwa barbershop umumnya dapat meminimalisasi pembatalan namun masih terdapat beberapa kasus yang perlu diperbaiki. Selain itu, tingkat perubahan dalam layanan yang bervariasi antara 40% hingga 70% menunjukkan adanya fleksibilitas dalam menyesuaikan kebutuhan pelanggan, tetapi konsistensi jadwal dan layanan yang stabil tetap perlu diprioritaskan untuk menjaga kepuasan. Secara keseluruhan, analisis keandalan ini mencerminkan bahwa "Cukur Yuk" memiliki kinerja yang baik namun masih memiliki beberapa aspek yang dapat ditingkatkan untuk memperkuat loyalitas pelanggan melalui pelayanan yang lebih konsisten dan andal.

**Uji T**

**Tabel 5. Uji T**

NO	Model	Ustandardized coefficients			t	sig
		B	std	Error		
1	Constant	47.617	15.032		3.168	005
	Kualitas pelayanan	458	175	525	2.615	018

Nilai signifikansi yang diperoleh adalah <0,05. Berdasarkan perhitungan, nilai t hitung lebih besar dibandingkan nilai t tabel. Tabel t ditentukan dengan rumus  $t (\alpha/2 : n - k - 1)$ , di mana  $\alpha = 5\%$ , sehingga  $t (0,05/2 : 20 - 2 - 1)$  menghasilkan  $t = t (0,025 : 18) = 2,100$ . Untuk variabel X1 terhadap Y, diperoleh nilai signifikansi 0,001, yang lebih kecil dari 0,05. Selain itu, nilai t hitung sebesar 2,615 juga lebih besar daripada nilai t tabel yang sebesar 2,100. Dari hasil tersebut, dapat diinterpretasikan bahwa uji t parsial menunjukkan bahwa signifikansi kualitas pelayanan (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) adalah  $0,001 < 0,05$  dan nilai t hitung  $2,615 > \text{nilai } t \text{ tabel } 2,100$ . Dengan demikian, hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima, yang berarti bahwa pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selanjutnya, analisis untuk variabel X2 terhadap Y juga akan dilakukan.

**Tabel 6. Variabel X2 & Y**

No	Model	Ustandardized coefficients			t	Sig
		B	Std error	Beta		
1	Constant	50.127	14,228		3.523	002
	Tarif	418	161	521	2.586	019

Untuk variabel X2 terhadap Y, nilai signifikansi yang diperoleh juga adalah <0,05. Dalam analisis ini, nilai t hitung lebih besar daripada nilai t tabel. Tabel t dihitung menggunakan rumus  $t (\alpha/2 : n - k - 1)$ , di mana  $\alpha = 5\%$ , sehingga diperoleh  $t (0,05/2 : 20 - 2 - 1) = t (0,025 : 18) = 2,100$ . Dari hasil analisis, nilai signifikansi untuk variabel X2 adalah 0,001, yang lebih kecil dari 0,05. Selain itu, nilai t hitung sebesar 2,586 juga lebih tinggi daripada nilai t tabel yang sebesar 2,100.

Berdasarkan hasil ini, dapat diinterpretasikan bahwa uji t parsial menunjukkan bahwa signifikansi tarif (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) adalah  $0,001 < 0,05$  dan nilai t hitung  $2,586 > \text{nilai } t \text{ tabel } 2,100$ . Dengan demikian, hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak dan hipotesis

alternatif (Ha1) diterima. Ini mengindikasikan bahwa tarif memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

**Uji F**

**Tabel 7. Uji F**

No	Model	Sum of Squares	df	Mean squares	f	sig
1	Regression	40.533	2	20.266	3.616	.049 <sup>b</sup>
	Residual	95.267	17	5.604		
	Total	135.800	19			

Untuk variabel X2 terhadap Y, nilai signifikansi yang diperoleh adalah <0,05. Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai f hitung lebih besar daripada nilai f tabel. Nilai f tabel ditentukan sebesar 3,55. Diketahui juga bahwa nilai signifikansi adalah 0,049, yang lebih kecil dari 0,05, dan nilai f hitung mencapai 3,616, yang lebih tinggi dari nilai f tabel 3,55. Dari tabel ini, dapat disimpulkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan (X1) dan tarif (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,049 < 0,05. Selain itu, nilai f hitung 3,616 > nilai f tabel 3,55. Dengan demikian, hipotesis nol (Ho3) ditolak dan hipotesis alternatif (Ha3) diterima. Hal ini mengindikasikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan (X1) dan tarif (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y).

**Analisis Kualitas Layanan**

Berikut adalah analisis kualitas layanan yang dimiliki Barbershop Cukur yuk:

**Tabel 8. Analisis Kualitas Layanan**

No	Aspek Kualitas layanan	Deskripsi	Penilaian
1	Keterampilan staff	Staff terlatih dan berpengalaman dalam berbagai teknik potong rambut.	Sangat baik
2	Kebersihan	Ruangan dan peralatan selalu bersih dan terjaga	Baik
3	Kecepatan layanan	Waktu tunggu yang singkat dan pelayanan cepat tanpa mengorbankan kualitas.	Baik
4	Pelayanan pelanggan	Staff ramah dan komunikatif, memberikan rekomendasi sesuai kebutuhan.	Sangat Baik
5	Fasilitas	Fasilitas nyaman, termasuk tempat duduk dan ruang tunggu.	Baik
6	Harga	Harga yang kompetitif dan sesuai dengan kualitas layanan.	Baik
7	Variasi layanan	Menawarkan berbagai layanan tambahan seperti perawatan rambut	Sangat Baik
8	Lingkungan	Suasana yang nyaman dan menarik, memberikan pengalaman yang menyenangkan.	Baik

Secara keseluruhan, Barbershop Cukuryuk menunjukkan kualitas layanan yang baik dan memuaskan, dengan perhatian pada detail dan kebutuhan pelanggan

**Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Penetapan Tarif**

Berikut adalah tabel analisis faktor yang mempengaruhi penetapan tarif di barbershop:

**Tabel 9. Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Penetapan Tarif**

No	Factor	Deskripsi	Dampak Terhadap Tarif
1	Biaya oprasional	Termasuk sewa tempat, gaji staff, dan biaya utilitas.	Menentukan dasar harga minimum

No	Factor	Deskripsi	Dampak Terhadap Tarif
2	Kualitas layanan	Tingkat keterampilan staff dan variasi layanan yang ditawarkan	Meningkatkan nilai dan tarif
3	kompetisi	Harga dan layanan yang ditawarkan oleh barbershop lain di area tersebut.	Memaksa penyesuaian tarif
4	Permintaan pasar	Tingkat permintaan pelanggan untuk layanan tertentu	Meningkatkan tarif pada saat permintaan tinggi
5	Segmentasi pelanggan	Profil dan daya beli pelanggan yang dilayani.	Mengarah pada penyesuaian tarif untuk segmen premium
6	Trend indutrsi	Perubahan dalam gaya rambut dan preferensi pelanggan.	Memengaruhi relevansi tarif
7	Promosi dan discon	Penawaran khusus untuk menarik pelanggan baru atau meningkatkan loyalitas	Dapat mengurangi tarif sementara
8	Lokasi	Aksesibilitas dan daya tarik lokasi barbershop.	Menentukan tarif berdasarkan demografis lokal

Dengan mempertimbangkan semua faktor ini, barbershop dapat menentukan tarif yang tidak hanya menarik bagi pelanggan tetapi juga menguntungkan bagi bisnis

### Analisa Hubungan Kualitas Dan Tarif Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berikut adalah tabel analisis hubungan antara kualitas, tarif, dan kepuasan pelanggan

**Tabel 10. Kualitas Dan Tarif Terhadap Kepuasan Pelanggan**

No	Faktor	Hubungan	Penjelasan
1	Kualitas layanan	Positif	Kualitas layanan yang tinggi meningkatkan kepuasan pelanggan.
2	Tarif	Berpengaruh tergantung pada nilai yang dirasakan	Tarif yang sesuai dengan kualitas layanan dapat meningkatkan kepuasan, sedangkan tarif yang terlalu tinggi tanpa kualitas akan menurunkan kepuasan.
3	Kualitas vs tarif	Keseimbangan penting	Pelanggan cenderung puas jika mereka merasa mendapatkan nilai yang baik dari layanan yang diterima sesuai dengan tarif yang dibayar
4	Persepsi Pelanggan	Mempengaruhi kepuasan secara langsung	Persepsi positif terhadap kualitas dan tarif berkontribusi pada pengalaman keseluruhan pelanggan.

Secara keseluruhan, kualitas layanan, tarif, dan kepuasan pelanggan saling terkait dan memengaruhi satu sama lain. Dengan memperhatikan ketiga aspek ini, barbershop dapat meningkatkan pengalaman pelanggan dan menciptakan loyalitas yang lebih tinggi.

## Analisa Rencana Pemberian Rekomendasi

Berikut adalah tabel analisis rencana pemberian rekomendasi untuk barbershop:

**Tabel 11. Pemberian Rekomendasi**

No	Rekomendasi	Tujuan	Langkah implementasi
1	Peningkatan Kualitas Layanan	Meningkatkan kepuasan pelanggan	Melakukan pelatihan rutin untuk staf
2	Penyesuaian Tarif	Menjaga daya saing dan kepuasan pelanggan	Melakukan survei pasar untuk penetapan tarif
3	Promosi dan Diskon	Menarik pelanggan baru dan meningkatkan loyalitas	Merancang program promosi musiman
4	Peningkatan Fasilitas	Meningkatkan kenyamanan dan pengalaman pelanggan	Investasi pada fasilitas tambahan
5	Feedback Pelanggan	Memahami kebutuhan dan harapan pelanggan	Mengimplementasikan sistem umpan balik
6	Kampanye Pemasaran	Meningkatkan visibilitas dan menarik lebih banyak pelanggan	Menggunakan media sosial dan iklan lokal
7	Diversifikasi Layanan	Menyediakan lebih banyak pilihan bagi pelanggan	Menambahkan layanan baru seperti perawatan rambut
8	Program Loyalitas	Meningkatkan retensi pelanggan	Mengembangkan program reward untuk pelanggan setia

Dengan menerapkan rekomendasi ini, barbershop dapat meningkatkan kualitas layanan, menarik pelanggan baru, dan mempertahankan pelanggan yang ada, sehingga meningkatkan keberlanjutan dan pertumbuhan bisnis.

Analisis kualitas layanan barbershop "Cukur Yuk" dapat dilihat melalui penerapan model SERVQUAL yang terdiri dari lima dimensi, yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* (Tien et al., 2021). Dimensi *tangibles* yang mencakup fasilitas fisik dan peralatan mempengaruhi persepsi pelanggan secara signifikan, karena pelanggan cenderung memberikan penilaian awal kualitas berdasarkan penampilan fisik fasilitas dan peralatan (Zeithaml et al., 2018). Dalam konteks "Cukur Yuk", fasilitas yang bersih dan modern membentuk kesan positif dan profesional. Penelitian yang dilakukan oleh (Pramuditha, 2021) menegaskan bahwa faktor kebersihan dan peralatan yang terawat secara signifikan meningkatkan kepuasan pelanggan, terutama dalam layanan jasa seperti barbershop di mana kontak langsung sangat dominan.

Dalam hal *reliability* atau keandalan, konsistensi dalam memberikan hasil yang sesuai harapan pelanggan merupakan aspek yang penting. Menurut penelitian (Sinuhaji, 2023) keandalan dalam memenuhi janji layanan berhubungan langsung dengan loyalitas pelanggan, di mana pelanggan yang puas dengan keandalan layanan cenderung menjadi pelanggan tetap. Di "Cukur Yuk", konsistensi ini terlihat dalam kemampuan staf memberikan hasil cukur sesuai keinginan pelanggan. *Responsiveness* atau daya tanggap staf juga menjadi salah satu keunggulan "Cukur Yuk", di mana staf dengan proaktif menawarkan saran dan menjawab pertanyaan pelanggan. Penelitian oleh (Prasetya et al., 2024) menunjukkan bahwa daya tanggap staf dapat meningkatkan pengalaman layanan, terutama ketika staf dapat mengantisipasi kebutuhan pelanggan.



Dimensi *assurance* yang mencakup pengetahuan dan keterampilan staf juga berpengaruh terhadap tingkat kepercayaan pelanggan (Marzuq & Andriani, 2022). Penelitian oleh (Wijaya et al., 2023) menemukan bahwa kompetensi staf dalam memberikan layanan yang sesuai harapan menambah nilai positif di mata pelanggan, sehingga mereka merasa aman dan yakin dengan kualitas layanan yang diberikan. Terakhir, aspek *empathy* atau perhatian terhadap pelanggan mencakup kemampuan mendengarkan dan memahami kebutuhan pelanggan (Ilmi & Zulkarnain, 2023). Penelitian oleh (Melani et al., 2021) menunjukkan bahwa aspek ini dapat meningkatkan loyalitas karena pelanggan merasa diperhatikan secara personal.

Adapun mengenai penetapan tarif, beberapa faktor utama termasuk biaya operasional, lokasi, persaingan, serta kualitas layanan yang ditawarkan. Menurut teori harga dasar yang dijelaskan oleh (Sari et al., 2020) tarif dipengaruhi oleh prinsip penawaran dan permintaan. Ketika permintaan meningkat, ada potensi untuk menyesuaikan tarif, selama pelanggan merasakan nilai layanan sesuai tarif yang dibayarkan. Kualitas layanan yang tinggi juga mendukung tarif yang lebih tinggi, dengan asumsi bahwa pelanggan cenderung membayar lebih untuk layanan yang memuaskan (Esa, 2021). Lokasi strategis juga menjadi penentu dalam penetapan tarif, sebagaimana dijelaskan oleh (Putra et al., 2016) di mana lokasi yang memiliki daya beli lebih tinggi dapat menetapkan tarif yang lebih premium.

Hubungan antara kualitas layanan, tarif, dan kepuasan pelanggan menunjukkan korelasi yang kompleks. Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh keselarasan antara harga yang dibayar dan kualitas layanan yang diterima (Azhari et al., 2024). Apabila pelanggan merasa bahwa tarif yang dibayarkan sepadan dengan kualitas layanan, mereka cenderung merasa puas dan kemungkinan besar akan kembali. Sebaliknya, tarif yang tidak sesuai dengan kualitas akan menimbulkan ketidakpuasan (F. Hidayat et al., 2023).

Untuk rekomendasi pengembangan, penting bagi barbershop "Cukur Yuk" untuk menjaga standar kualitas layanan yang ada dan terus melakukan evaluasi melalui umpan balik pelanggan. Pelatihan rutin bagi staf dapat meningkatkan keterampilan dan keterampilan interpersonal (Ismani, 2020). Penyesuaian tarif yang berdasarkan survei pasar juga penting untuk menjaga kesesuaian harga dengan persepsi nilai pelanggan (Normi, 2021). Adapun peningkatan fasilitas dan kenyamanan, serta penerapan program loyalitas, dapat meningkatkan pengalaman dan kepuasan pelanggan secara keseluruhan, yang akan meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap barbershop.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil pengolahan dan analisis mengenai pengaruh kualitas layanan dan tarif terhadap kepuasan pelanggan, terdapat beberapa kesimpulan yang dapat diambil. Pertama, Cukur Yuk Barbershop telah berhasil membangun reputasi yang kuat sebagai penyedia layanan potong rambut dan cukur dengan kualitas tinggi. Dikenal karena keterampilan para barber yang tinggi, pelanggan dapat mempercayakan penampilan mereka kepada para profesional yang ahli dalam menciptakan gaya rambut sesuai keinginan. Pelayanan pelanggan yang ramah dan responsif juga menjadi salah satu aspek penting dalam pengalaman pelanggan di barbershop ini, di mana para barber tidak hanya mendengarkan permintaan pelanggan dengan seksama tetapi juga memberikan saran berharga untuk mencapai hasil terbaik. Kedua, penetapan tarif di Cukur Yuk Barbershop dipengaruhi oleh beberapa faktor utama, dengan kualitas layanan sebagai faktor paling signifikan. Barbershop ini dikenal dengan keterampilan tinggi para barber dan pelayanan berkualitas, sehingga tarif yang dikenakan mencerminkan nilai tambah yang diberikan kepada pelanggan. Ketiga, terdapat hubungan yang erat antara kualitas layanan, tarif, dan tingkat kepuasan pelanggan dalam konteks bisnis barbershop. Kualitas layanan yang tinggi berkontribusi pada peningkatan tingkat kepuasan pelanggan, karena pelanggan merasa dihargai dan puas dengan pengalaman yang mereka terima. Faktor-faktor seperti keterampilan barber, pelayanan

pelanggan, kebersihan lingkungan, serta penggunaan produk berkualitas memainkan peran penting dalam membentuk persepsi pelanggan terhadap nilai layanan. Keempat, untuk lebih meningkatkan kepuasan pelanggan, manajemen Cukur Yuk Barbershop dapat mempertimbangkan beberapa langkah strategis. Salah satunya adalah dengan terus memperhatikan dan meningkatkan kualitas layanan yang diberikan oleh para barber, baik dari segi keterampilan, pelayanan pelanggan, maupun penggunaan produk berkualitas.

## REFERENSI

- Azhari, A., Zulher, Z., Bahri, S., & Hidayat, T. (2024). Kepuasan Pelanggan Yang Dipengaruhi Oleh Tarif Dan Kualitas Pelayanan Pada Pangkas Rambut Seroja Bangkinang Kota. *Ensiklopedia of Journal*, 6(2), Article 2. <https://doi.org/10.33559/eoj.v6i3.2200>
- Epiriandi, K., Titop, H., & Indalestari, W. O. D. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Tarif Terhadap Kepuasan Pelanggan Boss Barbershop Kendari. *Sultra Journal of Economic and Business*, 5(2), Article 2. <https://doi.org/10.54297/sjeb.v5i2.702>
- Esa, M. P. (2021). *Analisis Pengaruh Kualitas Elayanan, Persepsi Harga, dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan Barberking Barbershop di Surakarta* [S1, Universitas Muhammadiyah Surakarta]. <https://doi.org/10. HALAMAN%20DEPAN%20r.pdf>
- Farras, I. H., Sihabudin, & Fauji, R. (2024). Strategi Content Marketing pada Media Sosial Instagram Sebagai Strategi Pemasaran Digital Centro Barbershop. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(9), Article 9. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i9.2595>
- Fauzy, D. N. (2024). Usulan Peningkatan Kualitas Pelayanan Menggunakan Quality Function Deployment Berbasis Service Quality Dan Kano Model Pada Barbershop Hax. *JUSTI (Jurnal Sistem Dan Teknik Industri)*, 4(4), Article 4. <https://doi.org/10.30587/justicb.v4i4.7981>
- Ferdani, A. R., Wahab, Z., Shihab, M. S., & Widiyanti, M. (2020). Effect of Service Quality, Tariff Perception and Brand Image Toward Costumer Satisfaction. *International Journal of Social Sciences*, 3(1), 90–99. <https://doi.org/10.31295/ijss.v3n1.168>
- Gupta, S., Gallear, D., Rudd, J., & Foroudi, P. (2020). The impact of brand value on brand competitiveness. *Journal of Business Research*, 112, 210–222. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.02.033>
- Hidayat, C. W. (2021). The Influence Of Mix Marketing On Decisions For Use Of Online Transportation Towards Global Competition. *International Journal of Science, Technology & Management*, 2(4), 1154–1163.
- Hidayat, F., Riono, S. B., Kristiana, A., & Mulyani, I. D. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Inovasi Produk terhadap Kepuasan Pelanggan untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan. *JECMER: Journal of Economic, Management and Entrepreneurship Research*, 1(3), Article 3.
- Ilmi, M., & Zulkarnain, C. A. (2023). Strategi Pemasaran Melalui Promosi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Untuk Meningkatkan Kepuasan Konsumen Pada Pt Garuda Indonesia (Persero) Tbk. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi (JIMEA)*, 1(1), Article 1. <https://doi.org/10.62017/jimea.v1i1.93>
- Ismani, I. (2020). Pengaruh Pelatihan Dan Pemberian Insentif Terhadap Kinerja Karyawan Di Ellena Skin Care Solo. *EKOBIS: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 8(2), 25–32.
- Kasmi. (2019). *Pengaruh Kompetensi Individu Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Usaha Jasa Di Scoots Barbershop Masamba* [Thesis, Institut Agama Islam Negeri Palopo]. <http://repository.iainpalopo.ac.id/id/eprint/1403/1/SKRIPSI%20KASMI.pdf>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson.

- Kuning, S., Herlina, E., & Halim, H. (2023). Influence Of Business Location, Quality Of Service, And Prices On Consumer Satisfaction At Eboss Barbershop. *Journal Of Resource Management, Economics And Business*, 2(2). <https://portal.xjurnal.com/index.php/REMICS/article/view/69>
- Kusumah, R. K. A. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Culture Barbershop Ujung Berung, Bandung. *Business Journal : Jurnal Bisnis Dan Sosial*, 6(1), 11–20. <https://doi.org/10.25124/businessjournal.v6i1.4700>
- Listya Resmi Tinamora. (2015). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek, Kepuasan Pelanggan, Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Barbershop Di Karawaci, Tangerang* [Disertasi, Universitas Negeri Jakarta]. <http://repository.unj.ac.id/2068/>
- Marzuq, N. H., & Andriani, H. (2022). Hubungan Service Quality terhadap Kepuasan Pasien di Fasilitas Pelayanan Kesehatan: Literature Review. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(2), 13995–14008. <https://doi.org/10.31004/jptam.v6i2.4659>
- Melani, M., Sujana, S., & Gendalasari, G. G. (2021). Pengaruh Bukti Fisik, Reliabilitas, Assurance, Daya Tanggap Dan Empati Terhadap Loyalitas Pelanggan Emerald Golf. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Kesatuan*, 2(1), 31–40. <https://doi.org/10.37641/jipkes.v2i1.584>
- Nasrulloh, A. A., & Fadillah, I. (2019). Analisis Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pengguna Jasa Barbershop Di Kecamatan Singaparna Kabupaten Tasikmalaya. *JURNAL EKONOMI SYARIAH*, 4(1), Article 1. <https://doi.org/10.37058/jes.v4i1.800>
- Normi, S. (2021). Pengaruh Pelatihan Dan Pengembangan Sumber Daya Manusia, Budaya Organisasi Dan Tipe Kepemimpinan Terhadap Kompetensi Sdm Pada Perusahaan Jasa Konstruksi Di Sumatera Utara. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 8(1), Article 1. <https://doi.org/10.30998/jabe.v8i1.10576>
- Nugroho, D. T. A. (2024). *Pengaruh Kualitas Layanan, Tarif, dan Barbershop Atmosphere Terhadap Kepuasan Pelanggan di Gets Barbershop Kebumen* [Skripsi, Universitas Putra Bangsa]. <https://eprints.universitaspurabangsa.ac.id/id/eprint/2022/>
- Pramuditha, R. (2021). Aspek Terpenting Kualitas Layanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan: Studi Empiris pada Layanan E-KTP Kecamatan Bogor Barat. *Jurnal Manajemen Dan Profesional*, 2(1), Article 1. <https://doi.org/10.32815/jpro.v2i1.1081>
- Prasetya, S., Zahra, H., Syafitri, S., Anasa, D. P., & Harahap, M. Y. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Wisata (Open Trip) C.V Tidung Island. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran (JRPP)*, 7(4), 12252–12262. <https://doi.org/10.31004/jrpp.v7i4.32235>
- Putra, R. C., Praptono, B., & Maâ, R. (2016). Usulan Peningkatan Perbaikan Kualitas Pelayanan Seriouscut Barbershop Menggunakan Metode Qfd (quality Function Deployment). *eProceedings of Engineering*, 3(2). <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/engineering/article/view/1683>
- Rantung, K. R. T., Mandey, S. L., & Roring, F. (2022). Pengaruh E-Wom Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Berkunjung Konsumen Pada Onairlook Barbershop Manado Di Tengah Oandemi Covid 19. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(1), Article 1. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i1.40291>
- Sari, C. P., Dasmadi, D., & Rahayu, L. P. (2020). Analisis faktor–faktor Yang mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian produk (studi kasus pada industri tahu dadi Jaya Di boyolali tahun 2020). *EKOBIS: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 8(2), 49–60.

- Sinuhaji, L. S. (2023). *Pengaruh Keandalan dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Pemediasi pada PT Murni Express Berastagi*. <https://repositori.uma.ac.id/handle/123456789/20172>
- Tien, N. H., Anh, N., Dung, H., On, P., Anh, V., Dat, N., & Tam, B. (2021). Factors impacting customer satisfaction at Vietcombank in Vietnam. *Hmlyan J. Econ. Bus. Manag*, 2, 44–51.
- Wijaya, W. R. B., Widayati, C. C., & Perkasa, D. H. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Restoran ABC Di Pantai Indah Kapuk). *Jurnal Kewirausahaan Dan Multi Talenta*, 1(3), 82–91. <https://doi.org/10.38035/jkmt.v1i3.70>
- Wirtz, J., & Lovelock, C. (2021). *Services Marketing: People, Technology, Strategy (Ninth Edition)*. World Scientific.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm*. McGraw-Hill. <https://thuvienso.hoasen.edu.vn/handle/123456789/8038>