

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, LOKASI USAHA DAN HARGA  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA  
BARBERSHOP DOSTCO PARE**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat guna  
memperoleh gelar Sarjana Manajemen  
Pada Progam Studi Manajemen



OLEH :

**RYAN ARDHI NATA**

NPM: 2012010352

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI**

**2024**

Skripsi oleh:

**RYAN ARDIH NATA**  
NPM: 2012010352

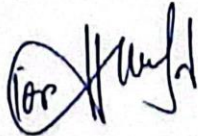
Judul:

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, LOKASI USAHA DAN HARGA  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA BARBERSHOP DOSTCO  
PARE**

Telah disetujui untuk diajukan Kepada  
Panitia Ujian/Sidang Skripsi Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Nusantara PGRI Kediri

Tanggal: 28 Juni 2024

Dosen Pembimbing I



**Isnan Yantika Dyah P., M.B.A**  
NIDN. 0706108902

Dosen Pembimbing II



**Dyah Ayu Paramitha, M. Ak**  
NIDN. 0728068702

Skripsi oleh:  
**RYAN ARDHI NATA**  
NPM: 2012010352

Judul:  
**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, LOKASI USAHA DAN HARGA  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA BARBERSHOP DOSTCO  
PARE**

Telah dipertahankan di depan Panitia/Sidang Skripsi  
Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNP Kediri  
Tanggal: 15 Juli 2024

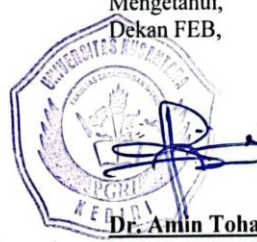
**Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan**

Panitia Penguji:

1. Ketua : Dr. Ismayantika Dyah Puspasari, M.B.A
2. Penguji I : Susi Damayanti, S.Pd, M.M
3. Penguji II : Dyah Ayu Paramitha, M.Ak



Mengetahui,  
Dekan FEB,



**Dr. Amin Tohari, M.Si**  
NIDN. 0715078102

**PERNYATAAN**

Yang bertanda tangan dibawah ini saya,

Nama : Ryan Ardhi Nata  
Jenis Kelamin : Laki laki  
Tempat/tgl. Lahir : Kediri, 20 Juli 2002  
NPM : 2012010352  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya tulis atau pendapat yang pernah diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara sengaja dan tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Kediri,  
Yang Menyatakan,



**Ryan Ardhi Nata**  
NPM: 2012010352

## **MOTTO**

Jika Kesuksesan berawal dari mimpi, maka tidur dan bermimpilah

Skripsi ini kupersembahkan untuk Ayah, Ibu dan Keluargaku.

## ABSTRAK

**Ryan Ardhi Nata:** Pengaruh Kualitas Layanan, Lokasi Usaha, dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Barbershop Dostco Pare

**Kata Kunci:** Kualitas layanan, Lokasi Usaha, Harga, Loyalitas Pelanggan.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh permasalahan yang timbul disebabkan oleh faktor kualitas layanan, lokasi usaha, harga terhadap loyalitas pelanggan di Barbershop Dostco Pare. Tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas layanan, Lokasi usaha dan Harga terhadap loyalitas pelanggan secara parsial maupun simultan di Barbershop Dostco Pare. Dalam Penelitian ini populasi yang diambil yaitu para pelanggan yang memakai jasa potong rambut Barbershop Dostco Pare. Teknik penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling dengan jumlah sampel 187 orang pelanggan Barbershop Dostco Pare. Pendekatan penelitian yang dilakukan saat ini adalah penelitian kuantitatif dengan teknik penelitian survey . Teknik analisis data yang digunakan adalah uji asumsi klasik, regresi linier berganda untuk memperoleh gambaran yang menyeluruh mengenai hubungan antara variabel satu dengan variabel yang lain dengan menggunakan uji hipotesis (uji t , uji F dan  $r^2$ ). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan nilai probabilitas sebesar  $0,000 < 0,05$  dan t hitung sebesar  $8,252 > 1,9729$  artinya  $H_01$  ditolak dan  $H_{a1}$  diterima, lokasi usaha memiliki nilai probabilitas sebesar  $0,000 < 0,05$  dan t hitung sebesar  $3,805 > 1,9729$  artinya  $H_02$  ditolak dan  $H_{a2}$  diterima dan harga memiliki nilai probabilitas sebesar  $0,000 < 0,05$  dan t hitung sebesar  $5,776 > 1,9729$  artinya  $H_03$  ditolak dan  $H_{a3}$  diterima, loyalitas pelanggan memiliki nilai signifikan atau probabilitas sebesar  $0,000 < 0,05$  dan f hitung sebesar  $100,283 > f$  tabel 3,0450, sehingga dapat disimpulkan berarti  $H_04$  ditolak dan  $H_{a4}$  diterima. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan, lokasi usaha dan harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan secara parsial maupun secara simultan.

## **KATA PENGANTAR**

Puji Syukur Kami panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena hanya atas perkenan-Nya penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan. Skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan, Lokasi Usaha dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Barbershop Dostco Pare” ini ditulis guna sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Pada kesempatan ini diucapkan terimakasih dan penghargaan yang setulus tulusnya kepada:

1. Dr. Zaenal Afandi, M.Pd. selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri.
2. Dr. Amin Tohari, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri.
3. Resti Meilina, M.M. selaku Kepala Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri.
4. Dyah Ayu Paramitha, M.Ak. Selaku dosen pembimbing dengan sangat sabar memberikan bimbingan dan pengarahan.
5. Ismayantika Dyah P., M.B.A Selaku dosen pembimbing pertama telah membantu saya dalam pembuatan skripsi.
6. Orang tua saya yang sangat saya banggakan, karena tiada hentinya memberikan doanya dan memberikan dukungan dalam memperjuangkan masa depan puteranya.

Disadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan, maka diharapkan kritik dan saran-saran yang membangun, dari berbagai pihak sangat diharapkan.

Kediri, \_\_\_\_\_

**Ryan Ardhi Nata**

NPM: 2012010352



## DAFTAR ISI

PENGESAHAN .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
PERNYATAAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah .....	8
C. Pembatasan Masalah .....	8
D. Rumusan Masalah.....	9
E. Tujuan Penelitian.....	9
F. Manfaat Penelitian .....	10
BAB II KAJIAN TEORITIS .....	11
A. Kajian Teori .....	11
B. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu .....	22
C. Kerangka Berpikir.....	23
D. Kerangka Konsep.....	26
E. Hipotesis .....	26
BAB III METODE PENELITIAN .....	28
A. Variabel Penelitian .....	28
B. Pendekatan dan Teknik Penelitian .....	30
C. Tempat dan Waktu Penelitian .....	31
D. Populasi dan Sampel .....	32
E. Instrumen Penelitian.....	34
F. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data .....	36
G. Teknik Analisis Data.....	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	49

A. Gambaran umum subjek penelitian.....	49
B. Identitas responden.....	49
C. Deskripsi Data Variabel .....	51
D. Hasil Analisis Data Statistik.....	57
1. Uji Asumsi Klasik.....	57
3. Analisis Regresi Linear Berganda.....	62
3. Pegujian Hipotesis .....	63
E. Pembahasan .....	66
BAB V PENUTUP .....	74
A. Kesimpulan .....	74
B. Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA .....	76
LAMPIRAN.....	79

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu .....	41
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	42
Tabel 3.2 Kisi Kisi Kuisisioner .....	48
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas.....	53
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas.....	55
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Usia.....	63
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	63
Tabel 4.3 Distribusi Tanggapan Responden Terhadap variabel kualitas layanan.....	64
Tabel 4.4 Distribusi Tanggapan Responden Terhadap variabel lokasi usaha.....	66
Tabel 4. 5 Distribusi Tanggapan Responden Terhadap variabelHarga.....	67
Tabel 4.6 Distribusi Tanggapan Responden Terhadap variabel loyalitas pelanggan.....	69
Tabel 4.7 Uji Normalitas.....	71
Tabel 4.8 Uji Multikolinearitas.....	72
Tabel 4.9 Uji Heteroskedastisitas.....	73
Tabel 4.10 Uji Autokolerasi.....	74
Tabel 4.11 Uji Regresi Linear Berganda.....	75
Tabel 4.12 Uji t.....	77
Tabel 4.13 Uji F.....	78
Tabel 4.14 Uji R2.....	79

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2. 1 Kerangka Konsep.....	39
Gambar 3.1 Kriteria Pengujian Hipotesis t.....	59
Gambar 3.2 Kriteria Pengujian Hipotesis F.....	61
Gambar 4.1 Uji Normalitas.....	70
Gambar 4.2 Uji Heteroskedastisitas.....	73

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kisi Kisi Instrumen Penelitian .....	93
Lampiran 2 Kuisisioner Penelitian .....	96
Lampiran 3 Tabulasi Data Hasil Penelitian .....	104
Lampiran 4 Hasil SPSS .....	122
Lampiran 5 Surat Izin Penelitian .....	130
Lampiran 6 Balasan Izin Penelitian .....	131
Lampiran 7 Dokumentasi Penelitian.....	132

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Dalam dunia *fashion* ini setiap perusahaan dituntut untuk mengenal pasar atau konsumennya. Untuk mendapatkan kesuksesan dalam hal bersaing. Persaingan pada saat ini yang semakin ketat, dimana banyaknya produsen yang terlibat dalam memenuhi kebutuhan yang diinginkan konsumen, menjadikan setiap perusahaan harus memiliki orientasi pada konsumen sebagai tujuannya.

Pada umumnya yang menjadi tujuan perusahaan ialah untuk mendapatkan laba. Oleh karena itu seorang manajer dituntut mempunyai kebijaksanaan untuk meninggalkan minat dan keputusan pada konsumen dalam membeli sebagai pengaruh untuk peningkatan laba perusahaan dalam kelangsungan berjalannya perusahaan terjamin.

Seiring berkembangnya zaman pada saat ini, dunia *fashion* mengalami perkembangan yang sangat pesat. Di masa sekarang ini kesadaran terhadap sebuah penampilan dirasa cukup penting, baik wanita maupun pria. Perkembangan *fashion* terutama gaya rambut di Indonesia sangat berkembang pesat dibandingkan di era 90'an yang sangat minim dengan sebuah *fashion*.

Hal ini bisa dilihat begitu banyaknya teknologi yang masuk ke Indonesia, beberapa faktor tersebut dapat diamati bahwa sebagian besar kalangan remaja terutama laki-laki sadar akan adanya tren gaya rambut pada masa kini. Barbershop merupakan salah satu inovasi dari perkembangan fashion itu sendiri. Dimana pada zaman dulu barbershop sering disebut juga sebagai tukang cukur. Bermula dari tukang cukur keliling hingga ada pula yang menetap, mulai dari yang menetap tempat cukur terbuka dibawah pohon. Tempat cukur sederhana ini sering disebut juga sebagai potong rambut madura. Adanya perubahan dan berkembangnya zaman membuat usaha ini pun mengalami banyak perubahan. Hal ini tidak terlepas terutama dari kaum laki-laki yang ingin merubah gaya rambut yang bernuansa modern.

Dengan munculnya *barbershop* yang begitu banyak, para kaum remaja laki-laki lebih memilih barber shop untuk menata gaya rambut sesuai tren pada saat ini, karena barber shop memiliki beragam keahlian dan keterampilan dalam hal menata rambut sesuai yang kaum laki-laki inginkan.

Trend memberikan pengaruh yang signifikan terhadap segmen pasar yang ada. Dengan semakin banyaknya *barbershop*, semakin banyak pula pelayanan yang ditawarkan pangkas rambut kepada pelanggan. Hal ini pula memberikan kesempatan pada pelanggan untuk memilih dan mengunjungi *barbershop* sesuai keinginan dan kebutuhan pelanggan. Akibatnya yaitu persaingan antar *barbershop* semakin ketat. *Barbershop* dituntut lebih memperhatikan apa yang diinginkan dan dibutuhkan pelanggan, karena pelanggan pada dasarnya akan menggunakan ulang suatu jasa yang dapat

memuaskan apa yang diinginkannya. Fenomena tersebut mengharuskan pengelola *barbershop* untuk senantiasa memahami pelanggan secara menyeluruh agar dapat mempertahankan kelangsungan hidup usaha *barbershop* itu sendiri.

Perusahaan harus dapat memberikan pelayanan yang terbaik sehingga konsumen merasa puas dan senang, oleh karena itu konsumen tertarik untuk melakukan pembelian secara berulang. Pelayanan yang cepat dan ramah sangat memungkinkan konsumen untuk tertarik membeli.

Pelayanan yang diterima dan dirasakan oleh pelanggan barbershop Dostco dirasa sesuai dan memuaskan sesuai harapan pelanggan, maka kualitas layanan jasa barbershop Dostco Pare sangat baik. Begitu sebaliknya jika yang dirasakan dan diterima pelanggan barbershop Dostco jauh dari yang dari diharapkan, maka kualitas jasa yang diberikan buruk.

Inti dari kualitas pelayanan yaitu pada upaya pemenuhan kebutuhan konsumen serta ketepatan dalam penyampaian untuk mengimbangi harapan konsumen. Menurut wyckoff 1997, "kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen".

Konsumen dalam berbelanja, pastinya juga mempertimbangkan dan memilih lokasi yang akan dikunjungi. Lokasi yang strategis lebih menguntungkan, karena sebagian besar konsumen lebih memilih lokasi yang mudah dijangkau. Lokasi usaha yang strategis dan tentunya dekat dengan



tempat tinggal konsumen dan pelayanan yang baik secara tidak langsung dapat mempengaruhi minat konsumen untuk berkunjung.

Lokasi menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan. Pelanggan cenderung memilih lokasi tempat potong yang mudah dijangkau ketimbang lokasi tempat potong yang susah dijangkau atau lebih jauh lokasinya. Ketatnya dalam bersaing menjadikan lokasi salah satu faktor penting dalam kesuksesan barbershop, karena sebelum pelanggan memutuskan berkunjung pastinya pelanggan mempertimbangkan juga lokasi dari tempat tinggal.

Beberapa ahli pemasaran jasa yaitu (Parasuraman, Zeithaml, 1998) telah melakukan penelitian beberapa jenis perusahaan jasa dan berhasil mengidentifikasi faktor utama yang menentukan kualitas pelayanan dalam lima dimensi. Lima dimensi tersebut adalah *tangible* (bukti langsung), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *emphaty* (perhatian).

Selain dari faktor kualitas layanan dan lokasi ada yang tidak kalah pentingnya yaitu faktor harga. Harga adalah nilai tukar yang dapat disamakan dengan uang untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang pada waktu tertentu dan tempat tertentu. Istilah harga sendiri digunakan untuk memberikan nilai finansial bagi suatu produk barang maupun jasa.

Masalah yang sering dihadapi perusahaan adalah bahwa perusahaan belum tentu mampu memberikan kepuasan yang maksimal dari apa yang

diharapkan oleh konsumen atau pelanggan. Banyak cara yang dapat dicapai perusahaan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, salah satu contoh yaitu faktor harga. Pada umumnya, pelanggan akan lebih memilih perusahaan yang menawarkan produknya dengan harga yang relatif murah. Karena harga merupakan salah satu pertimbangan yang penting bagi pelanggan untuk membeli produk dari perusahaan.

Dalam proses penentuan dimana seseorang akan membeli suatu produk dari perusahaan akan terlihat bahwa faktor lokasi dan harga sangat menentukan. Secara umum ada dua faktor yang perlu dipertimbangkan dalam menetapkan harga dari sebuah produk yaitu faktor internal dan eksternal. Dalam faktor internal meliputi tujuan pemasaran, strategi bauran pemasaran, biaya, dan organisasi perusahaan. Sedangkan faktor eksternal meliputi persaingan dan permintaan. Penetapan harga memiliki peran yang penting dalam mempengaruhi selera pelanggan.

Untuk penetapan harga sendiri perlu dipertimbangkan, daya beli pelanggan yaitu kemampuan seseorang untuk membeli sebuah produk, gaya hidup pelanggan yaitu apakah sebuah produk yang dipasarkan perusahaan merupakan sebuah simbol status atau sekedar produk yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Dalam upaya mencapai tujuan perusahaan, maka perlu adanya strategi pemasaran yang baik termasuk penetapan harga itu sendiri, apakah dalam penetapan harga sudah memperhatikan perubahan perilaku pelanggan.

Pelanggan akan lebih memilih tempat potong rambut yang lokasinya strategis dengan pertimbangan dapat dijangkau dengan kendaraan umum atau memilih tempat potong yang harganya relatif terjangkau dan layanan yang memuaskan.

Konsumen yang merasa puas akan setia lebih lama dibanding konsumen yang merasa kurang puas, menjadikan konsumen kurang sensitif terhadap harga dan cenderung memberi respon yang baik tentang perusahaan. Dengan adanya kepuasan konsumen dapat menjadikan konsumen menjadi loyal. Loyalitas konsumen dapat di temukan bahwa konsumen akan terus mengunjungi dan merekomendasikan kepada orang lain.

Karena kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan hal yang sangat penting dan utama dalam melakukan manajemen bisnis pada suatu usaha contohnya barbershop. Pelayanan yang diberikan pun harus sesuai dengan harapan dan keinginan pelanggan. Karena pelayanan yang diberikan dan dirasakan pelanggan akan mempengaruhi loyalitas pelanggan.

Kepuasan pelanggan menjadi sebuah performa pada suatu perusahaan barbershop jika pelanggan setelah melakukan pembelian jasa potong rambut dapat menghasilkan penilaian puas, serta kualitas pelayanan yang baik pula maka dapat tercipta loyalitas pelanggan tersebut. Begitu juga dengan kepuasan pelanggan, pelanggan yang merasa puas akan kembali dan menjadi pelanggan dan setia pada barbershop. Dan juga sebaliknya jika pelanggan merasa kualitas pelayanan yang buruk maka pelanggan akan kecewa dan mengeluh dan mencari barbershop lain yang dapat memenuhi keinginan dan

sesuai apa yang diharapkan. Dengan terciptanya kualitas pelayanan dan adanya loyalitas pelanggan yang baik, maka dapat menjadi daya saing di barbershop Dostco.

Dengan adanya loyalitas pelanggan, barbershop Dostco dapat bertahan sampai sekarang ditengah-tengah persaingan yang semakin ketat. Alasan peneliti memilih barbershop Dostco sebagai objek penelitian adalah barbershop Dostco memberikan tempat potong rambut yang kekinian dan modern begitu juga tempatnya yang sangat nyaman, bersih, dan harga yang relatif terjangkau dikalangan masyarakat maupun kalangan pelajar. Selain itu juga keramahan, keterampilan dalam memotong rambut, kesabaran dan telaten pemilik maupun tukang potong barbershop dostco dalam melayani merupakan nilai tambah bagi pelanggan.

Hasil yang didapat pelanggan setelah melakukan potong rambut sangat memuaskan ditambah dengan harga yang relatif masih terjangkau, hal inilah yang menjadikan pelanggan selalu berlangganan dan kembali di barbershop Dostco. Semakin baik kualitas jasa dan layanan yang diberikan, maka semakin baik pula tingkatan kepuasan pelanggan sehingga dapat terjadi loyalitas pelanggan di barbershop Dostco.

Barber shop Dostco merupakan salah satu penyedia jasa layanan potong rambut yang berkembang dan berdiri pada tahun 2017. Dan menjadi yang terbaik di area Kabupaten Kediri dan terletak di Kecamatan Pare. Barber shop *Dostco* Pare bukan hanya bersaing antar barber namun juga perusahaan yang mempunyai fasilitas penataan gaya rambut lainnya sehingga

menjadikan barbershop ini lebih meningkatkan kualitas jasa, dan membuat inovasi baru yang dapat menarik lebih banyak pelanggan. Dengan mengetahui kualitas jasa barbershop *Dostco* Pare, diharapkan pihak pengelola dapat membuat strategi untuk menarik pelanggan untuk membeli jasa yang ditawarkan barbershop *Dostco* Pare.

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang dipaparkan diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul ‘Pengaruh Kualitas Layanan, Lokasi Usaha dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Barbershop *Dostco* Pare’.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar Belakang diatas maka identifikasi masalah yang ada dalam penelitian ini adalah :

1. Pada Barbershop *Dostco* Pare terdapat keluhan terkait layanan karyawan terhadap pelanggan.
2. Harga jasa di Barbershop *Dostco* Pare tergolong sama dengan Barbershop lainnya.

## **C. Pembatasan Masalah**

Adapun batasan masalah pada penelitian ini yaitu :

1. Kualitas layanan, lokasi, dan harga mempunyai daya tarik tersendiri untuk menarik loyalitas pelanggan pada Barbershop *Dostco* Pare.
2. Strategi yang dilakukan Barbershop *Dostco* untuk mempertahankan konsumen dengan cara melakukan pelayanan yang baik, pemilihan lokasi, dan mempertahankan harga.

#### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka rumusan masalah yang terdapat dalam penelitian ini yaitu :

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Barbershop Dostco Pare ?
2. Apakah lokasi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Barbershop Dostco Pare ?
3. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Barbershop Dostco Pare ?
4. Apakah kualitas layanan, lokasi, dan harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Barbershop Dostco Pare ?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka tujuan penelitian yang ingin diketahui yaitu :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan pada Barbershop Dostco Pare
2. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap loyalitas pelanggan pada Barbershop Dostco Pare
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan pada Barbershop Dostco Pare
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan, lokasi dan harga terhadap loyalitas pelanggan pada Barbershop Dostco Pare

## **F. Manfaat Penelitian**

Manfaat Penelitian ini untuk :

### 1. Manfaat Teoritis

Peneliti berharap hasil penelitian ini dapat berkontribusi terhadap perkembangan ilmu pengetahuan, serta dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya dalam hal perkembangan di bidang penelitian khususnya yang terkait dengan pengaruh Kualitas Layanan, Lokasi dan Harga terhadap loyalitas pelanggan.

### 2. Manfaat Praktis

Peneliti berharap hasil penelitian ini dapat digunakan dalam dunia praktis sebagai bahan referensi dalam membuat kebijakan yang berkaitan dengan Kualitas Layanan, Lokasi dan Harga khususnya untuk Barbershop Dostco Pare dengan harapan dapat membawa perusahaan dan pihak yang bersangkutan ke arah yang lebih baik lagi.