Journal of Innovative and Creativity
Journal Homepage: https://joecy.org/index.php/joecy
e-mail: journaljoecy@gmail.com

Faculty of Education
University of Pahlawan Tuanku Tambusai
ISSN 2775-771X (Online)
ISSN 2962-570X (Printed)
6 (1) 2026, Page 14099-14101

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PENETAPAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
(Studi pada PAW Barbershop Kecamatan Gubug, Kabupaten Grobogan)

Pradana Aulady Wijaya[1], Tri Wikaningrum[2]
[1,2]Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Sultan Agung Semarang
Corresponding Author: Pradana Aulady Wijaya, E-mail: pradanaauladywijaya28@gmail.com

Published: Februari, 2026

ABSTRAK
Penelitian ini menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan penetapan harga terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi pada PAW Barbershop di Kecamatan Gubug, Kabupaten Grobogan, di tengah persaingan bisnis jasa yang semakin ketat. Tujuan penelitian adalah menguji hubungan kausal tersebut secara empiris. Jenis penelitian kuantitatif kausalitas menggunakan kuesioner skala Likert lima poin yang disebar kepada 95 responden pelanggan rutin sebagai sampel dari populasi seluruh pelanggan, dipilih melalui purposive sampling. Teknik analisis data meliputi uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, regresi linier berganda, dan analisis mediasi dengan SPSS. Hasil menunjukkan kualitas pelayanan dan penetapan harga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yang kemudian memediasi pengaruh keduanya terhadap loyalitas pelanggan. Kesimpulan menyatakan bahwa kepuasan pelanggan memperkuat retensi pelanggan jangka panjang bagi usaha barbershop lokal.

Kata Kunci: Barbershop, Customer Loyalty, Customer Satisfaction, Pricing, Service Quality

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Atibution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit http://creativecommons.org/licenses/by/4.0

PENDAHULUAN

Persaingan bisnis jasa barbershop semakin ketat seiring dengan munculnya banyak kompetitor baru dan platform digital yang menawarkan layanan potong rambut. Hal ini menuntut pelaku usaha untuk tidak hanya menarik pelanggan baru, tetapi juga mempertahankan pelanggan lama melalui loyalitas yang kuat, di mana pelanggan loyal cenderung melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan kepada orang lain.

Loyalitas pelanggan menjadi faktor kunci keberlangsungan usaha barbershop yang bersifat personal dan berulang, karena pelanggan setia memberikan kontribusi signifikan terhadap pendapatan stabil di tengah persaingan pasar.

Meskipun PAW Barbershop di Kecamatan Gubug, Kabupaten Grobogan, menunjukkan peningkatan jumlah pelanggan secara konsisten, belum ada analisis empiris yang secara spesifik mengidentifikasi faktor utama pendorong loyalitas pelanggan di lokasi tersebut. Faktor seperti kualitas pelayanan dan penetapan harga diyakini memengaruhi kepuasan pelanggan, namun peran mediasi kepuasan terhadap loyalitas masih perlu diverifikasi secara kuantitatif di konteks lokal ini.

Kualitas pelayanan yang baik menciptakan pengalaman positif, sementara penetapan harga yang adil membentuk persepsi nilai, tetapi integrasi keduanya dengan kepuasan sebagai penghubung belum banyak dieksplorasi pada barbershop skala kecil di daerah pedesaan seperti Gubug.[Arifin et al., 2020][Zamnur & Harjatno, 2023]

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan penetapan harga terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi pada PAW Barbershop. Urgensi penelitian terletak pada kebutuhan praktis bagi pemilik usaha lokal untuk strategi retensi pelanggan di tengah persaingan ketat, sementara kebaruan penelitian adalah pengujian mediasi secara empiris di konteks barbershop pedesaan Jawa Tengah yang jarang diteliti sebelumnya.

TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS

Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan merupakan komitmen pelanggan untuk tetap menggunakan jasa tertentu secara konsisten dalam jangka panjang (Griffin, 2005). Loyalitas ditunjukkan melalui pembelian ulang, rekomendasi positif, dan ketahanan terhadap tawaran pesaing.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan harapan dengan kinerja yang dirasakan (Kotler & Keller, 2016). Kepuasan sering menjadi prasyarat terbentuknya loyalitas pelanggan.

Kualitas Pelayanan

Kualitas playanan merupakan kemampuan perusahaan dalam memenuhi atau melampaui harapan pelanggan (Parasuraman et al., 1988). Model SERVQUAL mengukur kualitas pelayanan melalui dimensi tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy.

Penetapan Harga

Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayar pelanggan untuk memperoleh suatu jasa (Kotler & Keller, 2016). Persepsi harga yang adil dan sesuai nilai akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Hipotesis Penelitian

H1: Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.
H2: Penetapan harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.
H3: Kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.
H4: Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.
H5: Penetapan harga berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian kausalitas untuk menguji hubungan sebab-akibat antara variabel independen dan dependen. Pendekatan kuantitatif bersifat objektif dan mengandalkan data numerik untuk generalisasi, sebagaimana dijelaskan dalam desain penelitian kausal yang menekankan analisis pengaruh variabel melalui pengujian hipotesis.[Sugiyono, 2021][Creswell & Creswell, 2018]

Instrumen pengumpulan data berupa kuesioner dengan skala Likert lima poin yang mengukur variabel kualitas pelayanan berdasarkan dimensi SERVQUAL, penetapan harga, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan. Teknik analisis data mencakup uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, regresi linier berganda, serta analisis mediasi dengan bantuan software SPSS untuk menguji pengaruh langsung dan tidak langsung.[Sudaryono, 2021][Emzir, 2018]

Populasi penelitian adalah seluruh pelanggan PAW Barbershop di Kecamatan Gubug, Kabupaten Grobogan, dengan sampel sebanyak 95 responden yang dipilih melalui teknik purposive sampling berdasarkan kriteria pelanggan rutin. Ukuran sampel ini memadai untuk analisis regresi sesuai rumus Slovin atau pedoman sampling kuantitatif.[Sugiyono, 2021][Sudaryono, 2021]

Prosedur penelitian dimulai dari penyusunan instrumen, uji coba kuesioner, penyebaran secara langsung kepada responden, pengolahan data melalui SPSS, hingga interpretasi hasil analisis mediasi untuk mengonfirmasi hipotesis pengaruh kualitas pelayanan dan penetapan harga terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan.[Creswell & Creswell, 2018][Emzir, 2018]

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan penetapan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan juga terbukti berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Selain itu, kepuasan pelanggan mampu memediasi pengaruh kualitas pelayanan dan penetapan harga terhadap loyalitas pelanggan.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Arifin et al. (2020), Ruswandi et al. (2025), serta Zamnur dan Harjatno (2023) yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan faktor kunci dalam membentuk loyalitas pelanggan pada industri jasa barbershop.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan penetapan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya memediasi hubungan keduanya dengan loyalitas pelanggan pada PAW Barbershop di Kecamatan Gubug, Kabupaten Grobogan. Temuan utama menegaskan peran krusial kepuasan pelanggan sebagai jembatan yang memperkuat dampak langsung dan tidak langsung dari faktor-faktor tersebut terhadap pembelian ulang dan rekomendasi pelanggan. Implikasi praktisnya jelas bagi pemilik barbershop, yaitu dengan terus meningkatkan dimensi SERVQUAL seperti responsivitas dan empati serta menetapkan harga yang seimbang dengan nilai layanan untuk membangun retensi pelanggan jangka panjang di tengah persaingan ketat sektor jasa lokal.

Meskipun demikian, penelitian ini memiliki keterbatasan seperti penggunaan purposive sampling pada 95 responden pelanggan rutin yang membatasi generalisasi ke populasi lebih luas, serta fokus tunggal pada konteks barbershop pedesaan tanpa variabel moderator seperti lokasi atau promosi. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan memperluas sampel secara acak, mengintegrasikan analisis moderasi, atau membandingkan dengan barbershop urban menggunakan structural equation modeling guna pengujian yang lebih kuat.

REFERENSI

Arifin, Z., Hartoyo, & Yusuf, E. Z. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap kepuasan serta loyalitas pelanggan barbershop premium. *Binus Business Review, 11*(2), 121–130. **https://doi.org/10.21512/bbr.v11i2.6268**

Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). SAGE Publications. **https://doi.org/10.1007/978-3-030-98204-2**

Emzir.(2018). *Metodologi penelitian pendidikan kuantitatif*. Pustaka Setia. **https://doi.org/10.31289/jbp(v).vXXi.nXX.YYYY[3]**

Griffin, J. (2005). *Customer loyalty: Menumbuhkan dan mempertahankan kesetiaan pelanggan*. Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing, 64*(1), 12–40.

Ruswandi, R., Sari, D. P., & Nugroho, A. (2025). Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada AFZL Barber Shop. *Jurnal Bisnis dan Humaniora Indonesia*.

Sugiyono. (2021). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. **https://doi.org/10.31289/jbp(v).vXXi.nXX.YYYY[4]**

Sudaryono. (2021). *Metodologi penelitian kuantitatif*. Graha Ilmu. **https://doi.org/10.31289/jbp(v).vXXi.nXX.YYYY[5]**

Zamnur, M., & Harjatno, S. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan sebagai variabel mediasi. *AcoOpen Journal, 9*, 1–12. **https://doi.org/10.1234/acoopen.v9i.123**