

## PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BABERSHOP DI PONDOK JATI SIDOARJO OUTLOOK BABERSHOP

Alfian Lukaman Hakim, Drs.Sugijanto,M.Ak  
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya  
Email : [alfianlukman01@gmail.com](mailto:alfianlukman01@gmail.com)

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari Kualitas Pelayanan ,Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Babershop Di Pondok Jati Sidoarjo Outlook Babershop. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan menyebarkan kuesioner ke responden dengan metode judgemental sampling yang ditemui peneliti pada saat penelitian, dan juga dengan meminta bantuan teman-teman untuk mendapatkan jawaban dari responden. Responden pada penelitian ini adalah para konsumen Babershop Outlook . Jumlah sampel yang dipakai dalam penelitian ini berjumlah 96. responden. Data analisis dengan bantuan SPSS 24 menggunakan metode frekuensi data mean untuk pengkategorian. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan ,Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Babershop Di Pondok Jati Sidoarjo Outlook Babershop .

**Kata kunci :** Pelayanan, Harga,Promosi, dan Keputusan Pembelian.

### ABSTRACT

*This study aims to determine the effect of Service Quality, Price and Promotion on Babershop Purchase Decisions at Pondok Jati Sidoarjo Babershop Outlook. The data collection technique used is by distributing questionnaires to the respondents using the judgmental sampling method that was encountered at the time of the researcher, and also by asking friends for help to get answers from the respondents. Respondents in this research are Babershop Outlook consumers. The number of samples used in this research is opened 96 respondents. Data analysis with the help of SPSS 24 using the data frequency method for categorization. The results of this study indicate that Service Quality, Price and Promotion of Babershop Purchase Decisions at Pondok Jati Sidoarjo Babershop Outlook.*

**Keywords:** Service, Price, Promo, and Purchase Decision.

### PENDAHULUAN

Seiring berjalannya waktu teknologi semakin berkembang dan sangat berpengaruh terhadap perkembangan gaya hidup, hal ini dikarenakan produk yang terus berkembang mudah didapatkan di kota besar. Salah satu faktor yang bisa dilihat yaitu, banyaknya pusat perbelanjaan yang berdiri. Gaya hidup menampilkan profil seluruh pola tindakan interaksi seseorang di dunia, tindakan dalam menghabiskan waktu mereka dalam hal tenaga, uang maupun lainnya yang merupakan salah satu jenis kegiatan yang akan dapat mempengaruhi kebutuhan dan minat terhadap suatu produk. Saat ini khususnya anak muda sedang diramaikan dengan adanya Babershop. Babershop merupakan bisnis dalam bidang jasa yang saat ini sedang banyak

dijadikan sebagai peluang usaha yang cukup menjanjikan. Bukan hanya di kota besar, namun di daerah kecil pun juga cukup di pertimbangkan untuk memilih peluang usaha ini. Dengan menggunakan kreatifitas unik dalam pemilihan gaya rambut baruserta pelayanan dalam bidang khusus menata rambut pria yang diberikan merupakan suatu hal utama dalam usaha Babershop. Salah satunya adalah Barbersop Outlook di Pondok Jati Sidoarjo, dengan pemilihan lokasi yang strategis, dan desain tempat yang modern dan minimalis membuat Barbeshop ini terlihat menonjol. Hal tersebut dapat memudahkan kegiatan promosi menjadi lebih mudah. Bukan hanya itu, Barbershop Outlook Pondok Jati selalu mengutamakan kualitas pelayanannya untuk kepuasan cutomers, dan juga dalam segi harga tergolong cukup ekonomis hal ini menjadi dorongan kuat untuk Outlook Pondok Jati dalam bersaing dengan kompetitor lain.

Banyaknya peminat masyarakat di perkotaan serta banyaknya Babershop, membuat pemilik toko harus memiliki strategi untuk menarik pelanggan demi mendapatkan keuntungan yang banyak. Babershop sudah menarik masyarakat indonesia untuk menjadi pangkas rambut . Salah satu strategi yang digunakan oleh pemilik toko dengan memanfaatkan perkembangan media sosial yang digunakan untuk memasarkan barang yang dijual di toko tersebut, contohnya menggunakan aplikasi instagram. Iklan melalui media sosial pun sekarang dirasa cukup efektif dan efisien untuk menarik konsumen melalui media sosia seperti instagram, facebook, dan youtube.

Harga juga merupakan salah satu aspek yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen, persepsi harga yang dinilai konsumen bisa berbeda pada tiap konsumen bergantung bagaimana menilai harga pada suatu jasa. Dengan demikian gaya hidup, media sosial, dan persepsi harga sangatlah berpengaruh pada minat beli konsumen. Menurut Schiffman dan Kanuk (2007:201) minat beli dapat diartikan sebagai suatu sikap senang terhadap suatu mendapatkan suatu objek tersebut dengan cara membayarnya dengan uang atau pengorbanan.

## LANDASAN TEORI

### Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler (2016:23) kualitas pelayanan diartikan sebagai keseluruhan ciri dari barang dan jasa yang mempengaruhi pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang dinyatakan maupun tidak dinyatakan.

### Harga

Kotler dan Keller (2016:67), berpendapat bahwa Harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan elemen lain menghasilkan biaya.

### Promosi

Suatu perusahaan dapat memilih sarana yang dianggap sesuai untuk mempromosikan barang atau jasa dengan memperhatikan faktor identifikasi terhadap audiensi sarana, menentukan tujuan promosi dan pengembangan pesan yang disampaikan. Menurut Kotler dan Armstrong (Sandra, 2015:30) merupakan kegiatan yang mengomunikasikan manfaat dari sebuah produk dan membujuk konsumen untuk membeli produk tersebut. **Keputusan Pembelian**

Keputusan pembelian yaitu ketika konsumen tertarik pada sesuatu dan tercipta rasa kepemilikan atau ingin memiliki produk tersebut hingga apa yang diinginkan konsumen terpenuhi dan menimbulkan rasa puas tersendiri.

**Kerangka Konseptual**

Kerangka konseptual yang digunakan yaitu :



**Hipotesis**

- 1) Kualitas Pelayanan Diduga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Babershop Outlook Pondok Jati di Sidoarjo.
- 2) Harga Diduga adanya bertherhadap Keputusan Pembelian Babershop Outlook Pondok Jati di Sidoarjo
- 3) Promosi Diduga adanya terhadap Keputusan Pembelian Babershop Outlook Pondok Jati di Sidoarjo.

**Metode**

Populasi yang digunakan ialah para konsumen Babershop Outlook Pondok jati Sidoarjo . Sebanyak 96 responden, dengan teknik pengumpulan data yaitu dengan metode judgemental sampling dengan cara menyebar kuesioner. Analisis regresi linier berganda dengan Uji t serta pengujian instrumen dan asumsi klasik.

**Uji Reliabilitas**

**Tabel 2. Uji Realibilitas**

Variabel	Cronchbach's Alpha	R tabel
Kualitas Pelayanan (X <sub>1</sub> )	0,773	0,167
Harga (X <sub>2</sub> )	0,780	0,167
Promosi (X <sub>3</sub> )	0,816	0,167
Keputusan Pembelian (Y)	0,812	0,167

Dari tabel 2 memperlihatkan hasil dari Uji Reliabilitas bahwa pada setiap variabelnya memiliki nilai diatas 0,6 dan dapat dinyatakan realibel.

**Hasil Uji Asumsi Klasik**  
**Uji Normalitas**

**Tabel 3. Uji Normalitas**

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,21660625
	Absolute Most Extreme Differences	0,119
	Positive	0,091
	Negative	-0,119
Test Statistic		0,119
Asymp. Sig. (2tailed)		,002 <sup>c</sup>

Dari tabel 3 untuk hasil uji normalitas one sample kolmogorov smirnov diketahui nilai signifikan 0,008 lebih besar dari 0,05 berarti dapat dinyatakan data tersebut berdistribusi normal.

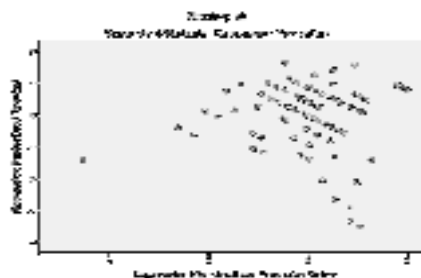
**Uji Multikolinieritas**

**Tabel 4. Uji Multikolinieritas**

Variabel	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Kualitas Pelayanan (X <sub>1</sub> )	0,998	1,002
Harga (X <sub>2</sub> )	0,740	1,352
Promosi (X <sub>3</sub> )	0,741	1,350

Berdasarkan dari hasil perhitungan dijelaskan bahwa setiap variabel bebas menunjukkan nilai VIF kurang dari 10 dan nilai Tolerancenya lebih dari 0,10 jadi tidak membentuk Multikolinieritas.

**Uji Heteroskedastisitas**



**Gambar 2. Uji Heteroskedastisitas**

Dari grafik tersebut menunjukkan bahwa titik-titik berada diatas dan dibawah garis 0 pada sumbu Y, tidak ditemukan adanya suatu pola penyebaran pada titik-titik tersebut maka dapat dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

### Uji Autokolerasi

**Tabel 5. Uji Autokorelasi**

Durbin-Watson
1,937

Dalam perhitungan dengan Durbin Watson menghasilkan nilai sebesar 1,958 sehingga dapat dinyatakan tidak terjadi Autokorelasi.

### Hasi Uji Regresi Linier Berganda

**Tabel 6. Uji Regresi Linier Berganda**

Variabel	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	2,853	3,110
Kualitas Pelayanan (X <sub>1</sub> )	0,096	0,076
Harga (X <sub>2</sub> )	0,290	0,104
Promosi (X <sub>3</sub> )	0,505	0,126

### Pengujian Hipotesis

#### Uji t

**Tabel 7. Uji t**

Variabel	t	Sig.
Kualitas Pelayanan (X <sub>1</sub> )	1,760	0,011
Harga (X <sub>2</sub> )	2,784	0,007
Promosi (X <sub>3</sub> )	3,998	0,000

Didapat t tabel dalam 112 responden sebesar 1,568 dalam tabel diatas menyatakan bahwa :

1. Dijelaskan uji t didapatkan hasil Gaya Hidup (X<sub>1</sub>) sebesar 2,573 serta sig. 0,011 artinya variabel bebas terbukti berpengaruh terhadap variabel terikat.
2. Dijelaskan uji t didapatkan hasil Media Sosial (X<sub>2</sub>) sebesar 3,256 serta sig. 0,002 artinya variabel bebas terbukti berpengaruh terhadap variabel terikat.
3. Dijelaskan uji t didapatkan hasil Persepsi Harga (X<sub>3</sub>) sebesar 4,124 serta sig. 0,000 artinya variabel bebas terbukti berpengaruh terhadap variabel terikat.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### a. Hipotesis 1

“Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian”. Dilakukan dengan menguji uji t dengan hasil nilai  $t_{hitung}$  variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) sebesar 1,760 dan  $t_{tabel}$  1,661 dan nilai signifikan 0,011. Hal ini menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan mempunyai peran dalam mempengaruhi Keputusan Pembelian pelanggan Barbershop Outlook Sidoarjo. Hal ini dapat dipahami bahwa konsumen dari Outlook Sidoarjo sangat aktif dalam menggunakan jasa barbershop tersebut karena pengaruh Kualitas Pelayanan yang ditawarkan, serta hasil jawaban kuesioner yang berkaitan dengan kualitas pelayanan begitu positif.

### b. Hipotesis 2

“Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian”. Dilakukan dengan menguji uji t dengan hasil nilai  $t_{hitung}$  variabel Harga ( $X_2$ ) sebesar 2,784 dan  $t_{tabel}$  1,661 dan nilai signifikan 0,007. Hal ini menyatakan bahwa Harga mempunyai peran dalam mempengaruhi Keputusan Pembelian pelanggan Barbershop Outlook Sidoarjo. Hal ini dapat dipahami bahwa konsumen Outlook Sidoarjo sangat aktif dalam menggunakan jasa Barbershop karena pengaruh Harga yang ditawarkan, serta hasil jawaban kuesioner yang berkaitan dengan promosi begitu positif.

### c. Hipotesis 3

“Promosi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian”. Dilakukan dengan menguji uji t dengan hasil nilai  $t_{hitung}$  variabel Promosi ( $X_3$ ) sebesar 3,998 dan  $t_{tabel}$  1,661 dan nilai signifikan 0,000. Hal ini menyatakan bahwa Promosi mempunyai peran dalam mempengaruhi Keputusan Pembelian pelanggan Barbershop Outlook Sidoarjo. Hal ini dapat dipahami bahwa mahasiswa konsumen Outlook Sidoarjo sangat aktif dalam menggunakan jasa Barbershop tersebut karena Promosi yang ditawarkan, serta hasil jawaban kuesioner yang berkaitan dengan keragaman produk begitu positif.

## SIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian. Responden dalam penelitian ini berjumlah 96 Konsumen yang memilih jasa Barbershop Outlook Sidoarjo. Berdasarkan pada data yang dikumpulkan dan pengujian yang telah dilakukan terhadap permasalahan dengan menggunakan model regresi linier berganda, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada Barbershop Outlook Sidoarjo. Demikian hasil penelitian dapat diterima dan terbukti kebenarannya.
2. Harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada Barbershop Outlook Sidoarjo. Demikian hasil penelitian dapat diterima dan terbukti kebenarannya.
3. Promosi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada *E-Commerce Shopee*. Barbershop Outlook Sidoarjo Demikian hasil penelitian ini diterima dan terbukti kebenarannya.

## IMPLEMENTASI

Sesuai hasil data yang telah didapat temuan baru pada riset ini, penulis berharap riset ini dijadikan sebuah referensi Babershop Outlook Pondok jati untuk melakukan evaluasi serta kebijakan dalam memajukan serta mengembangkan usaha Babershop Outlook lebih besar lagi.

## KETERBATASAN PENELITIAN

1. Keterbatasan pada penelitian ini dikarenakan hanya ada 3 variabel yaitu Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi. Sedangkan masih banyak lagi yang mempengaruhi Keputusan Pembelian dari variabel lain.
2. Pada teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dimana jawaban responden terkadang tidak menunjukkan kesungguhannya dan tidak konsisten menurut pengamatan dari peneliti.

## DAFTAR RUJUKAN

- Armstrong, Kotler 2015, “*Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth edition*” , England : Pearson Education, Inc
- Fandy Tjiptono, 2015. Strategi Pemasaran. Edisi 4: Andi
- Ghozali, Imam, 2016. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler dan Keller, 2016. *Marketing Manajemen*, Edisi 14, Jakarta: Erlangga
- Prof. Dr. Sugiyono, 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sangadji, E.M., dan Sopiah. 2013. *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Stanton, William J, 2016. *Prinsip Pemasaran. Edisi Ketujuh*, Jilid I. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono, 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet
- Sopiah & Sangadji, Etta Mamang 2016. *Salesmanship (Kepenjualan)*. Jakarta: PT Bumi Aksara.

Utam Khairiyah Ulfah,2014. *Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Restoran Cepat Saji (Studi Kasus : Restoran AyamQu di Jln.Veteran Kota Padang)*. [Skripsi]. Padang. Fakultas Peternakan. Universitas Andalas.