

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI  
HARGA, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN BARBERKING BARBERSHOP  
DI SURAKARTA**



**SKRIPSI**

Disusun untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta

**Oleh:**

**MOHAMMAD PUJA ESA**

**B 100 160 243**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

**2020**

## HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca skripsi dengan judul:

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA, DAN CITRA  
MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN BARBERKING BARBERSHOP  
DI SURAKARTA**

Yang ditulis dan disusun oleh:

**MOHAMMAD PUJA ESA**

**B 100 160 243**

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 2 Mei 2020

Pembimbing Utama



**(Ihwan Susila, S.E., M.Si., Ph.D.)**

**NIDN. 0620107201**

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Surakarta



**(Dr. Syamsudin, S.E., M.M.)**

**NIDN. 0017025710**



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. A. Yani Tromol Pos 1 Pabelan Kartosuro Telp. (0271) 717417

Surakarta – 57102

### PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : **MOHAMMAD PUJA ESA**

NIM : **B 100 160 243**

Jurusan : **MANAJEMEN**

Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN BARBERKING BARBERSHOP DI SURAKARTA**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya yang telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 24April 2020

Yang membuat pernyataan,

**(MOHAMMAD PUJA ESA)**

## **MOTTO**

**“Do what you love and love what you do”**

**(Penulis)**

**“Hidup ini seperti sepeda. Agar tetap seimbang, kau harus terus bergerak”**

**(Albert Einstein)**

**“Semua kemajuan tercipta ketika kita berada di luar zona nyaman”**

**(Michael John Bobak).**

**“Do your passion for perfection”**

**(Penulis)**

**“Kesempatan dan peluang tidak tercipta begitu saja. Kamu yang menciptakannya “**

**(Chris Grosser)**

**“Barang siapa keluar untuk mencari ilmu, maka dia berada di jalan Allah”**

**(HR. Turmudzi).**

## **PERSEMBAHAN**

Dengan penuh rasa syukur atas nikmat dan karunia yang diberikan oleh Allah SWT karena telah memberi kemudahan serta kelancaran dalam menyelesaikan tugas akhir (skripsi) ini dan telah memberikanku kesempatan untuk dikelilingi oleh orang-orang yang luar biasa, maka kupersembahkan hasil karya tulisku ini dengan penuh rasa sayang dan cinta untuk:

1. Orangtuaku yang tercinta Bapak Bambang Prasetya dan Ibu Nora Losita, serta kedua adikku Muhammad Lucky Satria dan Muhammad Tyo Banorizky. Terimakasih karena selalu memberikan banyak doa dan dukungan kepadaku baik secara materi maupun moril juga segala kasih sayang, arahan dan bimbingan yang telah diberikan sehingga diriku bisa menjadi seperti sekarang ini.
2. Budeku Endang Hadijanto dan Mas Yoga. Terimakasih telah menjadi keluarga kedua selama diriku menempuh pendidikan di Kota Surakarta ini.
3. Mbah kakung Soemarmanto, terimakasih atas segala kasih sayang, arahan dan bimbingan yang telah diberikan sehingga diriku bisa menjadi seperti sekarang ini.
4. Seluruh keluarga besar dan saudara-saudara yang selalu memberikan doa, dukungan, serta nasehat untuk keberhasilanku.
5. Pak Fauzan El-arsyad Upaya. Terima kasih telah menjadi inspirasi dan menjadi salah satu orang yang mensupport pendidikanku dan memberi motivasi
6. Teman-teman kelas G Manajemen FEB UMS 2016, terimakasih untuk 4 tahun yang luar biasa, sampai berjumpa di kesuksesan yang selanjutnya.

## **KATA PENGANTAR**

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan memanjatkan puji syukur Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmad dan karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN BARBERKING BARBERSHOP DI SURAKARTA**

Skripsi ini disusun dengan maksud untuk memenuhi salah satu syarat dalam rangka menyelesaikan program pendidikan strata 1 pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Skripsi ini tidak tersusun tanpa adanya bantuan dan dukungan dari berbagai pihak dalam bentuk moril maupun materiil. Untuk itu penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih dan rasa hormat kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Sofyan Anif, M.Si., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Dr. Syamsudin, M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Imronudin, S.E., M.Si., Ph.D., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Bapak Ihwan Susila, S.E., M.Si., Ph.D.,selaku Dosen Pembimbing skripsi yang dengan bijaksana telah memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penulisan skripsi ini.

5. Bapak Ahmad Mardalis, S.E., M.B.A selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama penulis menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
6. Seluruh Bapak dan Ibu dosen beserta staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah membimbing, mengarahkan dan membantu penulis menuntut ilmu di Universitas Muhammadiyah Surakarta.
7. Kedua Orang Tua (Bapak Bambang Prasetya dan Ibu Nora Losita), terimakasih atas doa, nasihat, perhatian, semangat, serta kasih sayang yang besar dan tanpa ada hentinya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih belum sempurna dan terdapat beberapa kekurangan. Oleh karena itu penulis berharap adanya masukan, kritik maupun saran yang bersifat membangun. Semoga skripsi ini juga bermanfaat bagi pembaca dan semua pihak yang membutuhkan

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, 24 April 2020

Penulis

Mohammad Puja Esa

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
MOTTO.....	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAKSI.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
A. Landasan Teori.....	10
B. Penelitian Terdahulu.....	22
C. Kerangka Pemikiran.....	23
D. Hipotesis Penelitian.....	24
BAB III METODE PENELITIAN.....	26
A. Jenis dan Desain Penelitian.....	26
B. Definisi Operasional variabel.....	26
C. Jenis Metode Penelitian.....	30
D. Teknik Pengumpulan Data.....	30
E. Desain Pengambilan Sampel.....	31



F. Metode Analisis Data .....	33
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....	42
A. Deskripsi Responden .....	42
B. Uji Instrumen Data .....	44
C. Uji Asumsi Klasik.....	50
D. Uji Kelayakan Model .....	52
E. Uji Hipotesis .....	54
F. Pembahasan.....	60
BAB V PENUTUP.....	63
A. Kesimpulan.....	63
B. Saran .....	64
DAFTAR PUSTAKA .....	65
LAMPIRAN .....	68

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi operasional .....	27
Tabel 4.1 Karakteristik Usia Responden.....	42
Tabel 4.2 Karakteristik Tingkat Pendidikan Responden.....	43
Tabel 4.3 Karakteristik Tingkat Pekerjaan Responden.....	44
Tabel 4.4 Rangkuman validitas instrumen Kualitas Pelayanan (X1) .....	45
Tabel 4.5 Rangkuman Validitas Instrumen Persepsi Harga (X2) .....	46
Tabel 4.6 Rangkuman Validitas Instrumen Citra Merek (X3).....	47
Tabel 4.7 Rangkuman Validitas Instrumen Kepuasan Pelanggan (Y).....	48
Tabel 4.8 Hasil Reliabilitas .....	49
Tabel 4.9 Hasil Pengujian Normalitas .....	50
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Multikolinieritas .....	51
Tabel 4.11 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	52
Tabel 4.12 Rekapitulasi Regresi Linier Berganda .....	55

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	23
Gambar 3.1 Kurva Uji F.....	38
Gambar 3.2 Kurva Uji t.....	41

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	69
Lampiran 2. Tabulasi Data.....	73
Lampiran 3. Hasil Olah Data .....	78

## ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga, dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Penelitian ini merupakan penelitian survei. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh pelanggan Barberking *Barbershop* di Surakarta. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi berganda. metode pengumpulan data menggunakan *non probability sampling* dengan jenis *purposive sampling* dimana peneliti menentukan pengambilan sampel dengan memberikan kriteria khusus. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji koefisien determinasi ( $R^2$ ), uji signifikansi simultan (uji F), uji koefisien regresi dan uji hipotesis parsial (uji t). hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, persepsi harga, dan cita merek berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan Barberking

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Citra Merek, Kepuasan Pelanggan

## **ABSTRACT**

This study aims to determine the effect of service quality, price perception, and brand image on customer satisfaction. This research is a quantitative research. This research is a survey research. The population in this study were all Barberking Barbershop customers in Surakarta. The sampling technique uses purposive sampling with a sample size of 100 people. Data collection techniques using a questionnaire that has been tested for validity and reliability. The data analysis technique used is multiple regression. The method of data collection uses non probability sampling with the type of purposive sampling where the researcher determines the sampling by providing specific criteria. The data collection method uses a questionnaire. Data analysis techniques in this study were the validity test, reliability test, normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, coefficient of determination test ( $R^2$ ), simultaneous significance test (F test), regression coefficient test and partial hypothesis test (t test). the results of this study indicate that service quality, price perception, and brand ideals influence simultaneously or together on Barberking customer satisfaction

Keywords: Service Quality, Price Perception, Brand Image, Satisfaction Customer