

# SKRIPSI

PENGARUH PERSEPSI HARGA, CITRA MEREK, DAN KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN  
(DI BARBERSHOP LAS VEGAS JL. SIMOKERTO  
NO. 61 KEC. SIMOKERTO SURABAYA)



Oleh :

**ABDUR ROHIM FADLI**

**NBI : 1211800126**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA  
2022**

**SKRIPSI**

**Pengaruh Persepsi Harga , Citra Merek , dan Kualitas Pelayanan Terhadap  
Loyalitas Pelanggan (di *Barbershop* Las Vegas JL. Simokerto No. 61 Kec.  
Simokerto Surabaya)**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**



**DISUSUN OLEH :**

**ABDUR ROHIM FADLI**

**1211800126**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA  
SURABAYA  
2022**



**Pengaruh Persepsi Harga , Citra Merek , dan Kualitas Pelayanan terhadap  
Loyalitas Pelanggan (di *Barbershop* Las Vegas JL. Simokerto No. 61 Kec.  
Simokerto Surabaya)**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi persyaratan guna mendapat Gelar Sarjana Ekonomi

Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Oleh :

Abdur Rohim Fadli

12118001



## LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI

Dipertahankan didepan sidang Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan dinyatakan siterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar sarjana Ekonomi pada tanggal 15 juli 2022

### TIM PENGUJI :

1. Dr. Ir. Hotman Panjaitan, MT, MM

- Ketua .....

2. Dra. Ec. Endang Setyowati, M. Si

- Anggota .....

3. Dr. Feliks A. B. K. Panjaitan, MM, CM. NNLP., CMA

- Anggota .....

Mengesahkan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya



Dekan,

Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA



## SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT

Saya, yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama Lengkap : Abdur Rohim Fadli  
NBI : 1211800126  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen  
NIK : 3578112203000001  
Alamat Rumah : Kebondalem 7/39

Dengan ini menyatakan skripsi yang berjudul:

“Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek, Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan ( di *Barbershop* Las Vegas JL. Simokerto No. 61 Kec. Simokerto surabaya)”

Adalah Benar – benar hasil rancangan, tulisan dan pemikiran saya sendiri, dan buakan merupakan hasil plagiat atau menyalin atau menyadur karya ilmiah orang lain baik berupa Artikel, Skripsi, Tesis, maupun Disertasi.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, jika dikemudian hari terbukti bahwa Skripsi yang saya tulis hasil plagiat maka saya siap menerima sanksi apapun atas perbuatan saya dan bertanggung jawab secara mandiri tanpa adasangkut pautnya dengan dosen pembimbing dan kelembagaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Surabaya, 29 Juni 2022



(Abdur Rohim Fadli)





UNIVERSITAS  
17 AGUSTUS 1945  
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN  
Jl. SEMOLO WARU 45 SURABAYA  
TELP. 031 593 1800 (Ext. 311)  
e-mail : [perpus@untag-sby.ac.id](mailto:perpus@untag-sby.ac.id)

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH  
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai aktivis akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Lengkap : Abdur Rohim Fadli  
NBI : 1211800126  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen  
Jenis Karya : ~~Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi/Laporan  
Penelitian/Makalah~~

Demi perkembangan ilmu pengetahuan saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Hak bebas Royalti Noneksklusif (*Nonexclusive Royalty-Free Right*), atas karya saya yang berjudul :

**“PENGARUH PERSEPSI HARGA, CITRA MEREK, KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI BARBERSHOP  
LASVEGAS JL. SIMOKERTO NO. 61 KEC. SIMOKERTO SURABAYA”**

Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Nonexclusive Royalty-Free Right*), Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum nama saya sebagai penulis.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Pada Tanggal : 29 Juni 2022



(Abdur Rohim Fadli)



## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran kepada saya dalam proses membuat skripsi ini, serta saya mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah ikut berpartisipasi dalam pembuatan skripsi ini, bahwa pada akhirnya penulis berhasil menuntaskan penulisan skripsi ini guna memenuhi tugas akhir program sarjana dengan judul “ Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Terhadap Loyalitas Pelanggan (Di *Barbershop* Las Vegas JL. Simokerto No. 61 Kec. Simokerto Surabaya)”.

Dengan tuntasnya penelitian yang saya lakukan ini, maka pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih sedalam-dalamnya kepada:

1. Dra. Ec, Endang Setyowati, M.Si selaku Pembimbing saya yang dengan ikhlas meluangkan waktunya untuk motivasi dan membimbing saya dalam penelitian ini dengan tekun dan terus menerus.
2. Dr. Ulfi Pristiana, M.Si selaku Kepala Program Studi Manajemen, Universitas 17 Agustus 1945.
3. Dr. H. Selamat Riyadi, M.Si., Ak., AC. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CPAI. Selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
5. Bapak / Ibu Dosen Manajemen yang telah memberikan pengetahuan selama masa perkuliahan, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Kedua orang tua saya (alm.) H. Ahc. Fudholli dan Ibu H. Siti Maimunah yang selalu memberikan dukungan baik secara moral maupun materi serta do'anya yang tulus sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Nurul Rosida yang selalu memberikan dukungan, support dan doa, semoga untuk kedepannya bisa lebih baik.
8. Teman-teman Manajemen angkatan 2018 terima kasih atas kekompakkan selama 4 tahun di Kampus Merah Putih Universitas 17 Agustus 1945.
9. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan.

Penulis sangat menyadari bahwa kesempurnaan itu hanya milik Allah SWT, maka penulisan skripsi ini tentu jauh dari kata sempurna, maka dari itu penulis mohon kritik dan saran dari para pembimbing dan penguji untuk menuju kesempurnaan

penulisan ini. Demikian penulisan skripsi ini semoga dapat bermanfaat bagi penulis sendiri dan para pembaca. Terima kasih.

Surabaya, 29 Juni 2022

Penulis,

Abdur Rohim Fadli



## ABSTRAK

### PENGARUH PERSEPSI HARGA, CITRA MEREK, KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (DI BARBERSHOP LAS VEGAS JL. SIMOKERTO NO. 61 KEC. SIMOKERTO SURABAYA)

*Barbershop* las vegas yang terletak di jl. Simokerto No. 61 Kec. Simokerto Surabaya merupakan bisnis jasa yang bergerak di bidang potong dan segala perawatan rambut. Dalam hal nama, *Barbershop* dan Pangkas Rambut sejatinya adalah sama, namun dalam hal konsep sangat berbeda. Pangkas rambut hanya memberikan pelayanan pangkas rambut dengan dekorasi ruangan yang sederhana dan fasilitas pangkas yang secukupnya saja. Sedangkan *barbershop* memiliki dekorasi ruangan yang baik dan nyaman dengan tambahan seperti Ac, tv, musik, dan internet, serta fasilitas yang mumpuni seperti handuk panas, pijat, facial, dan perawatan rambut lainnya. Target pasar yang ditetapkan oleh *barbershop* pun berbeda dengan pangkas rambut biasa. *Barbershop* menargetkan konsumen dengan daya beli menengah keatas, sedangkan pangkas rambut biasa hanya menargetkan konsumen dengan daya beli menengah ke bawah. Orang yang memberikan jasa pangkas disebut dengan *Barberman* atau tukang pangkas. *Barberman* pada *barbershop* harus memiliki sertifikat kelayakan sebagai *barberman* sebelum mulai kegiatan pangkas. Hal ini juga sebagai nilai tambah yang diberikan kepada konsumen agar semakin yakin dengan *barbershop* yang dipilihnya. Namun pada pangkas rambut, sertifikat semacam itu tidak dibutuhkan.

Adapun tujuan penelitian ini untuk mengetahui, menganalisis, dan menjawab pengaruh persepsi harga, citra merek, kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan *barbershop* las vegas. Penelitian ini menggunakan sampel responden pelanggan *barbershop* pada bulan April – Juni 2022 yang berjumlah 86 orang. Penelitian ini menggunakan data primer yaitu menggunakan kuesioner.

Teknik analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi liner berganda. Sedangkan uji asumsi klasik yang digunakan antara lain uji multikolinieritas, uji heteroskedasitas, uji normalitas data.

Hasil dari penelitian ini yang ditemukan dari analisis data semua variabel berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan namun yang paling signifikan ialah variabel kualitas pelayanan (X3) terhadap loyalitas pelanggan (Y) diantara variabel lainnya.

**Kata Kunci** : Persepsi Harga, Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Loyalitas Pelanggan, Barbershop las vegas Surabaya.



## RINGKASAN

Abdur Rohim Fadli. 1211800126. 2022. **Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek, dan Kualitas pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (di *Barbershop Las vegas jl. Simokerto No. 61 Kec. Simokerto Surabaya*)**. Skripsi Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Pembimbing : Dra. Ec, Endang Setyowati, M. Si

Masalah umum dalam penelitian ini adalah “ Apakah Terdapat Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (di *Barbershop Las vegas jl. Simokerto No. 61 Kec. Simokerto Surabaya*)?”. Sub masalah dalam penelitian ini adalah : (1) Apakah Persepsi harga berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan *Barbershop Las vegas jl. Simokerto No. 61 Kec. Simokerto Surabaya*?(2) Apakah Citra Merek berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan *Barbershop Las vegas jl. Simokerto No. 61 Kec. Simokerto Surabaya*?. (3) Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan *Barbershop Las vegas jl. Simokerto No. 61 Kec. Simokerto Surabaya*?. (4) ) Apakah Persepsi Harga, Citra Merek, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh simultan terhadap Loyalitas Pelanggan *Barbershop Las vegas jl. Simokerto No. 61 Kec. Simokerto Surabaya*?

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh simultan terhadap Loyalitas Pelanggan *Barbershop Las vegas jl. Simokerto No. 61 Kec. Simokerto Surabaya*?. Variabel dalam penelitian ini adalah menggunakan dua (2) variabel, yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Harga, Citra Merek, dan Kualitas Pelayanan, sedangkan variabel terikatnya yaitu Loyalitas Pelanggan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kuantitatif dengan Teknik *non probability sampling*. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan *barbershop Las vegas* yang menggunakan jasa pada bulan April – Juni 2022, pengumpulan data yang digunakan adalah menggunakan kuesioner sedangkan proses pengolahan data yaitu dengan cara *editing* dan *tabulating*.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa variabel persepsi harga (X1) dan citra merek (X2) tidak memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan (Y). Dibuktikan dari hasil uji t yang menyatakan nilai t hitung < t tabel dengan tingkat signifikansi lebih besar dari 0,05. Lalu pada variabel kualitas pelayanan (X3) berpengaruh signifikan dan positif secara parsial terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y). Dibuktikan dari nilai t hitung > t tabel dengan tingkat signifikansi  $0,001 < 0,05$ .



Sedangkan persepsi harga (X1), citra merek (X2) dan kualitas pelayanan (X3) secara simultan berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan (Y). Hal ini dibuktikan oleh hasil uji ANOVA yang menunjukkan uji F atau simultan diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,001 atau signifikansi lebih kecil dari 0,05 ( $0,001 < 0,05$ ).



## DAFTAR ISI

COVER LUAR .....	i
COVER DALAM .....	ii
LEMBARAN PENGESAHAN SKRIPSI .....	iii
LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI .....	iv
SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT .....	v
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
ABSTRAK .....	ix
RINGKASAN .....	x
DAFTAR ISI .....	xii
DAFTAR TABEL .....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	3
1.3 Tujuan Penelitian .....	3
1.4 Manfaat Penelitian .....	3
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>5</b>
2.1 Landasan Teori .....	5
2.1.1 Manajemen pemasaran .....	5
2.1.2 Definisi Harga .....	6
2.1.3 Citra Merek .....	8
2.1.4 Kualitas Pelayanan .....	10
2.1.5 Loyalitas Pelanggan .....	13
2.2 Penelitian Terdahulu .....	15
2.3 Hubungan Antar Variabel .....	17
2.3.1 Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	17
2.3.2 Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	17
2.3.3 Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	18
2.4 Kerangka Konseptual .....	19
2.5 Hipotesis .....	19
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>21</b>
3.1 Desain Penelitian .....	21



3.2 Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian .....	21
3.3 Jenis Penelitian Dan Sumber Data .....	21
3.4 Populasi dan Sampel .....	22
3.4.1 Populasi .....	22
3.4.2 Sampel .....	22
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	23
3.6 Definisi Variabel Dan Definisi Oprasional .....	23
3.6.1 Definisi Variabel .....	23
3.6.2 Definisi Oprasional .....	24
3.7 Proses Pengolahan Data .....	26
3.8 Metode Analisis Data .....	26
3.8.1 Metode Analisis .....	26
3.8.2 Uji Instrumen .....	27
3.9 Teknik Pengujian Hipotesis Dan Analisis Data .....	29
3.9.1 Uji T ( Uji Parsial ) .....	29
3.9.2 Uji F (Uji Simultan) .....	29
3.9.3 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	29
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>31</b>
4.1 Gambaran umum lokasi penelitian .....	31
4.2 Karakteristik Responden .....	32
4.2.1 Deskripsi berdasarkan identitas diri .....	32
4.2.2 Karakteristik menurut jenis kelamin .....	32
4.2.3 Karakteristik responden berdasarkan umur .....	33
4.2.4 Deskripsi Berdasarkan Variabel Persepsi Harga (X1) .....	33
4.2.5 Deskripsi Berdasarkan Variabel Persepsi Kualitas Citra Merek (X2) .....	35
4.2.6 Deskripsi Berdasarkan Variabel Kualitas pelayana(X3) .....	35
4.2.7 Deskripsi Berdasarkan Variabel Loyalitas Pelanggan (Y) .....	36
4.3 Uji instrumen .....	37
4.3.1 Uji Validitas .....	37
4.3.2 Uji Reliabilitas .....	39
4.4 Uji Asumsi klasik .....	40
4.4.1 Uji Normalitas .....	40
4.4.2 Uji Multikolinieritas .....	40
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas .....	41
4.5 Pengujian Hipotesis .....	42
4.5.1 Uji t ( parsial ) .....	42
4.5.2 Uji F .....	44
4.6 Koefisien Determinasi .....	45



<b>BAB V PENUTUP</b> .....	47
5.1 Kesimpulan .....	47
5.2 Saran .....	47
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	49
<b>LAMPIRAN</b> .....	51



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	15
Tabel 3.1 Skala Likert .....	23
Tabel 4.1 Karakteristik responden yang berdasarkan identitas diri .....	32
Tabel 4.2 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin .....	32
Tabel 4.3 Karakteristik responden berdasarkan umur .....	33
Tabel 4.4 Interval Penilaian Skala Likert .....	34
Tabel 4.5 Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Harga (X1) .....	34
Tabel 4.6 Analisis Deskriptif Variabel Citra merek (X2) .....	35
Tabel 4.7 Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan .....	35
Tabel 4.8 Analisis Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan .....	36
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Harga (X1) .....	37
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Citra Merek (X2) .....	38
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X3) .....	38
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Loyalitas Pelanggan (Y) .....	39
Tabel 4.13 Hasil Uji Reabilitas Variabel Penelitian .....	39
Tabel 4.14 Hasil Uji Normalitas .....	40
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinieritas .....	41
Tabel 4.16 Hasil Uji Heteroskedastisitas Menggunakan Glejser .....	41
Tabel 4.17 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda (Uji t) .....	42
Tabel 4.18 Hasil Uji F .....	44
Tabel 4.19 Hasil Koefisien Determinasi .....	45



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual .....	19
--------------------------------------	----

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	51
Lampiran 2 Hasil Tabulasi Kuesioner.....	54
Lampiran 3 Uji Validasi.....	61
Lampiran 4 Uji Reabilitas .....	64
Lampiran 5 .....	65
Lampiran 6 Analisis Regresi Linier Berganda .....	66
Lampiran 7 Uji F .....	66
Lampiran 8 Uji Koefisien Determinasi .....	67
Lampiran 9 Hasil Turnitin.....	67