

**SKRIPSI**

**ANALISIS PENGARUH *PERCEIVED VALUE*, *BRAND IMAGE*,  
DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN  
PADA *BROADWAY BARBERSHOP* DI SURABAYA**



**Oleh :**

**Hantoro Roy Saputra**

**NBI : 1211408469**

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

**2020**

**ANALISIS PENGARUH *PERCEIVED VALUE*, *BRAND IMAGE*,  
DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN  
PADA *BROADWAY BARBERSHOP* DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Syarat Guna  
Mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi  
Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Oleh :

Hantoro Roy Saputra

NBI : 1211408469

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

**2020**

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Hantoro Roy Saputra  
NBI : 1211408469  
Program Studi : Manajemen  
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh *Perceived Value*, *Brand Image*, Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada *Broadway Barbershop* di Surabaya

Surabaya, 15 Juni 2020

Mengetahui/Menyetujui  
Pembimbing,



**Dr. Endah Budiarti, MSi**

## LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Di pertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan di nyatakan diterima dan memenuhi syarat guna mendapatkan gelar sarjana ekonomi pada tanggal 11 Juli 2020.

### DEWAN PENGUJI

1. Dr. Ida Bagus Cempena, MM

:Ketua

2. Dr. Tri Andjarwati, MM

:Anggota

3. Dr. Endah Budiarti, MSi

:Anggota



### Mengesahkan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Dekan,   
  
Dr. Slamet Riyadi, Msi, Ak, CA

NPP. 20220.93.0319

## LEMBAR PERNYATAAN ANTI PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Hantoro Roy Saputra

NBI : 1211408469

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya ajukan dengan judul :

**ANALISIS PENGARUH *PERCEIVED VALUE*, *BRAND IMAGE*, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA *ROADWAY BARBERSHOP* DI SURABAYA**

Adalah benar-benar hasil pemikiran dan penelitian saya dan bukan merupakan hasil plagiasi maupun menyalin skripsi, tesis maupun disertasi orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya,



Hantoro Roy Saputra

NIB 1211408469





UNIVERSITAS  
17 AGUSTUS 1945  
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN  
JL. SEMOLOWARU 45 SURABAYA  
TLP. 031 593 1800 (EX 311)  
EMAIL: PERPUS@UNTAG-SBY.AC.ID.

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

Sebagai sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hantoro Roy Saputra  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen  
Jenis Karya : Skripsi

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

**“ANALISIS PENGARUH *PERCEIVED VALUE*, *BRAND IMAGE*, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA *ROADWAY BARBERSHOP* DI SURABAYA”**

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneklusif (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.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
Pada Tanggal : 17 Juli 2020



## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur diucapkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang memberikan rahmat serta karunia-Nya sehingga dapat terselesaikannya proposal penelitian ini yang berjudul Pengaruh *Perceived Value, Brand Image*, Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada *Broadway Barbershop* di Surabaya. Penelitian ini di maksudkan untuk memenuhi salah satu persyaratan menyelesaikan studi S1 pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Prodi Manajemen di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Skripsi ini menjabarkan kepuasan pelanggan di BarberShop dari sisi kualitas dan kuantitas. Proses pencapaiannya melalui berbagai macam faktor yang di rangkai sebagai suatu kesatuan yang saling mendukung kepuasan pelanggan.

Dalam penyusunan laporan tugas akhir ini tidak jarang selalu ada hambatan, tantangan dan kesulitan. Hal ini disebabkan karena banyak faktor dari keterbatasan dan kemampuan yang dimiliki. Tanpa bimbingan, petunjuk serta dorongan dari berbagai pihak, tidaklah mungkin laporan tugas akhir ini dapat selesai. Oleh karena itu, maka dalam kesempatan ini dengan segala kerendahan hati diucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. Endah Budiarti, Msi yang telah begitu sabar membimbing saya selama ini. Terima Kasih sebesar-sebesarnya atas bimbingan arahan yang tepat sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Kedua Orang Tua saya yang sudah memberikan motivasi untuk saya.
3. Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CPAI selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
4. Dr. Slamet Riyadi, M.Si, Ak, CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
5. Dra. Ec. Ulfi Pristiana, M.Si selaku Ketua Jurusan Ekonomi Manajemen Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya



6. Dr. Ida Bagus, MM selaku ketua penguji yang telah memberikan waktu untuk pengarahan dan menambah wawasan keilmuan saya serta memberikan saran yang terbaik selama pelaksanaan penelitian hingga siding skripsi.
7. Dr. Tri Andjarwati, MM selaku penguji yang telah memberikan waktu untuk pengarahan dan menambah wawasan keilmuan saya serta memberikan saran yang terbaik selama pelaksanaan penelitian hingga siding skripsi.
8. Seluruh Dosen Pengajar di Fakultas Ekonomi khususnya Manajemen atas semua ilmu yang telah diberikan selama ini. Semoga menjadi ilmu yang berkah dan bermanfaat.
9. Rekan – rekan Ekonomi Manajemen angkatan, dan semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu

Disadari bahwa dalam penyusunan laporan ini masih jauh dari kata sempurna dan banyak kekurangan. Namun walaupun demikian diharapkan dengan adanya kajian pada laporan ini dapat bermanfaat baik bagi penulis maupun yang memerlukan. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang sifatnya membangun sangat diharapkan.

Akhir kata, semoga Tuhan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu terselesaikannya laporan ini. Semoga tugas akhir ini membawa manfaat bagi pengembang ilmu.

Surabaya,

Yang Menyatakan



Hantoro Roy Saputra

NIB 1211408469

**-MOTTO-**

*"Hidup adalah perjuangan."*

## RINGKASAN

Tumbuhnya jasa *Barbershop* khusus pria di dominasi oleh konsumen remaja pria dan dewasa muda yang sudah tidak gengsi lagi dalam bersolek. Tingginya permintaan pada *Barbershop* pada akhirnya mendorong munculnya *Barbershop* baru yang juga meningkatkan persaingan dalam industri ini. Penelitian ini dilakukan pada konsumen *Broadway Barbershop* di Surabaya. *Broadway Barbershop* yang merupakan *Barbershop* dengan layanan premium yang berawal dari Surabaya. *Broadway Barbershop* termasuk *Barbershop* yang mencatatkan pertumbuhan yang pesat di Surabaya. Tujuan yang ingin didapatkan dalam penelitian ini adalah membuktikan dan menganalisis pengaruh *perceived value*, *brand image*, dan kualitas layanan terhadap minat beli konsumen pada *Broadway Barbershop* di Surabaya.

Alat analisis data dalam penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, analisis regresi linier berganda, uji-t, uji F, dan analisis determinasi. Metode pengambilan sampel menggunakan teknik *accidental sampling*. Jumlah sampel yang diteliti sebesar 100 responden.

Hasil penelitian menunjukkan *Perceived Value* berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli konsumen jasa *Broadway Barbershop* di Surabaya. *Brand Image* berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli konsumen *Broadway Barbershop* di Surabaya. Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli konsumen *Broadway Barbershop* di Surabaya. *Perceived Value*, *Brand Image* dan Kualitas layanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat beli konsumen pada *Broadway Barbershop* di Surabaya. Berdasarkan uji  $R^2$  diketahui bahwa kontribusi variabel *perceived value*, *brand image* dan kualitas layanan terhadap naik turunnya minat beli konsumen sebesar 69,3%. Sisanya sebesar 30,7 % dipengaruhi oleh variabel-variabel diluar penelitian seperti variabel pendapatan, promosi, harga, *life style*, budaya, status sosial dan kepribadian seorang konsumen itu sendiri.

**Kata Kunci** : *Perceived Value*, *Brand Image*, Kualitas layanan, Minat Beli

## SUMMARY

The growth of male-only Barbershop services is dominated by male teenagers and young adult consumers who are no longer prestige in preening. The high demand for Barbershop in the end led to the emergence of new Barbershop which also increased competition in the industry. This research was conducted on Broadway Barbershop consumers in Surabaya. Broadway Barbershop which is a Barbershop with premium services that started from Surabaya. Broadway Barbershop including Barbershop which recorded rapid growth in Surabaya. The aim of this research is to prove and analyze the effect of perceived value, brand image, and service quality on consumer buying interest at Broadway Barbershop in Surabaya.

Data analysis tools in this study used validity, reliability, normality, multiple linear regression analysis, t-test, F-test, and determination analysis. The sampling method uses accidental sampling technique. The number of samples studied was 100 respondents.

The results showed the Perceived Value significantly influenced the Purchase Interest of Broadway Barbershop service consumers in Surabaya. Brand Image has a significant effect on Buy Interest in Broadway Barbershop consumers in Surabaya. Service Quality has a significant effect on Belikonsumen Broadway Barbershop's Interest in Surabaya. Perceived Value, Brand Image and Service Quality simultaneously have a significant effect on consumer buying interest at Broadway Barbershop in Surabaya. Based on the R<sup>2</sup> test it is known that the contribution of perceived value, brand image and service quality variables to the ups and downs of consumer buying interest is 69.3%. The remaining 30.7% is influenced by variables outside of research such as income, promotion, price, life style, culture, social status and personality of a consumer.

**Keywords :** Perceived Value, Brand Image, Service Quality, Purchase Interest

## ABSTRAK

Pertumbuhan layanan Barbershop khusus pria didominasi oleh remaja pria dan konsumen dewasa muda yang tidak lagi bergengsi dalam perawatan. Tingginya permintaan Barbershop pada akhirnya mendorong munculnya Barbershop baru yang juga meningkatkan persaingan di industri. Penelitian ini dilakukan pada konsumen Broadway Barbershop di Surabaya. Broadway Barbershop yang merupakan Barbershop dengan layanan premium yang dimulai dari Surabaya. Broadway Barbershop termasuk Barbershop yang mencatat pertumbuhan pesat di Surabaya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membuktikan dan menganalisis pengaruh nilai yang dirasakan, citra merek, dan kualitas layanan terhadap minat beli konsumen di Broadway Barbershop di Surabaya.

Alat analisis data dalam penelitian ini menggunakan validitas, reliabilitas, normalitas, analisis regresi linier berganda, uji-t, uji F, dan analisis determinasi. Metode pengambilan sampel menggunakan teknik accidental sampling. Jumlah sampel yang diteliti adalah 100 responden.

Hasil penelitian menunjukkan Nilai Perceived secara signifikan mempengaruhi Minat Beli konsumen layanan Broadway Barbershop di Surabaya. Citra Merek memiliki pengaruh signifikan terhadap Minat Beli konsumen Broadway Barbershop di Surabaya. Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli konsumen Broadway Barbershop di Surabaya. Nilai Persepsi, Citra Merek, dan Kualitas layanan secara bersamaan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen di Broadway Barbershop di Surabaya. Berdasarkan uji R<sup>2</sup> diketahui bahwa kontribusi nilai persepsi, citra merek dan variabel kualitas layanan terhadap naik turunnya minat beli konsumen adalah 69,3%. Sisanya 30,7% dipengaruhi oleh variabel di luar penelitian seperti pendapatan, promosi, harga, gaya hidup, budaya, status sosial dan kepribadian konsumen itu sendiri.

**Kata kunci:** Nilai Persepsi, Citra Merek, Kualitas layanan, Minat Beli.

## ABSTRACT

The growth of male-only Barbershop services is dominated by male teenagers and young adult consumers who are no longer prestige in grooming. The high demand for Barbershop in the end prompted the emergence of new Barbershops which also increased competition in the industry. This research was conducted at Broadway Barbershop consumers in Surabaya. Broadway Barbershop which is a Barbershop with premium services that started from Surabaya. Broadway Barbershop including Barbershop which recorded rapid growth in Surabaya. The aim of this research is to prove and analyze the effect of perceived value, brand image, and service quality on consumer buying interest at Broadway Barbershop in Surabaya.

Data analysis tools in this study used validity, reliability, normality, multiple linear regression analysis, t-test, F test, and determination analysis. The sampling method uses accidental sampling technique. The number of samples studied was 100 respondents.

The results showed the Perceived Value significantly influenced the Purchase Interest of Broadway Barbershop service consumers in Surabaya. Brand Image has a significant effect on the Buy Interest of Broadway Barbershop consumers in Surabaya. Service Quality has a significant effect on the Buy Interest of Broadway Barbershop consumers in Surabaya. Perceived Value, Brand Image and Quality of service simultaneously have a significant effect on consumer buying interest at Broadway Barbershop in Surabaya. Based on the R<sup>2</sup> test it is known that the contribution of perceived value, brand image and service quality variables to the ups and downs of consumer buying interest is 69.3%. The remaining 30.7% is influenced by variables outside the study such as income, promotion, price, life style, culture, social status and personality of a consumer itself.

**Keywords:** Perceived Value, Brand Image, Quality of service, Interest Buy

## DAFTAR ISI

COVER	
HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI .....	iii
LEMBAR PERNYATAAN ANTI PLAGIASI .....	iv
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
M O T T O.....	viii
RINGKASAN .....	ix
SUMMARY .....	x
ABSTRAK.....	xi
ABSTRACT.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR GAMBAR .....	xix
DAFTAR LAMPIRAN .....	xx
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1    Latar Belakang .....	1
1.2    Rumusan Masalah .....	5
1.3    Tujuan Penelitian.....	5
1.4    Manfaat Penelitian.....	6

1.4.1	Manfaat Teoritis .....	6
1.4.2	Manfaat Praktis .....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....		7
2.1	Landasan Teori.....	7
2.1.1	Pemasaran.....	7
2.1.1.1	Manajemen Pamasaran.....	7
2.1.2	Perilaku Konsumen .....	9
2.1.3	Minat Beli.....	11
2.1.3.1	Faktor-Faktor Minat Beli .....	12
2.1.3.2	Indikator Minat Beli .....	13
2.1.4	Perceived Value.....	14
2.1.4.1	Faktor Pembentuk <i>Perceived Value</i> .....	15
2.1.4.2	Indikator <i>Perceveid Value</i> .....	16
2.1.5	Brand Image .....	17
2.1.5.1	Faktor-faktor <i>Brand image</i> .....	19
2.1.5.2	Indikator <i>Brand Image</i> .....	20
2.1.6	Kualitas Layanan.....	20
2.1.6.1	Faktor-faktor Kualitas Layanan.....	21
2.1.6.2	Indikator Kualitas Layanan .....	22
2.2	Penelitian Terdahulu .....	23
2.3	Hubungan Antar Variabel .....	27
2.3.1	<i>Perceived value</i> terhadap minat beli konsumen .....	27
2.3.2	<i>Brand image</i> terhadap minat beli konsumen .....	27



2.3.3	Kualitas layanan terhadap minat beli konsumen .....	28
2.3	Kerangka Konsep Penelitian .....	28
2.4	Hipotesis Penelitiian.....	29
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>		<b>31</b>
3.1	Desain Penelitian.....	31
3.2	Tempat dan Waktu .....	31
3.3	Jenis dan Sumber Data .....	31
3.3.1	Jenis Data .....	31
3.3.2	Sumber Data.....	32
3.4	Populasi, Sampel dan Teknik Sampling.....	33
3.4.1	Populasi .....	33
3.4.2	Sampel.....	33
3.4.3	Teknik Sampling .....	34
3.5	Teknik Pengumpulan Data .....	34
3.6	Definisi Variabel dan Definisi Operasional .....	35
3.6.1	Definisi Variabel .....	35
3.6.2	Definisi Operasional.....	36
3.7	Proses Pengolahan Data .....	38
3.8	Teknik Analisis Data.....	39
3.8.1	Uji Instrumen.....	39
3.8.1.1	Uji Normalitas .....	39
3.8.1.2	Uji Validitas .....	40
3.8.1.3	Uji Reabilitas.....	40

3.8.2 Teknik Pengujian Hipotesis Dan Analisis Data .....	40
3.8.2.1 Teknik Pengujian Hipotesis.....	40
3.8.2.1.1 Uji t (Uji Parsial).....	40
3.8.2.1.2 Uji F .....	41
3.8.2.2 Analisis Data .....	42
3.8.2.2.1 Analisis Regresi Linear Berganda.....	42
3.8.2.2.2 Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	42
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>45</b>
4.1 Gambaran Umum Penelitian .....	45
4.1.1 Struktur Organisasi.....	46
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian .....	46
4.2.1 Usia .....	47
4.2.2 Pendidikan.....	47
4.2.3 Pekerjaan .....	48
4.3 Deskripsi Pernyataan Responden .....	49
4.4 Analisis Data .....	53
4.4.1 Uji Validitas .....	53
4.4.2 Uji Reliabilitas.....	54
4.4.3 Uji Normalitas .....	55
4.4.4 Uji Heterokedasitas .....	56
4.5 Analisis Regresi Linier Berganda .....	57
4.5.1 Uji Kofisien Determinasi ( $R^2$ ).....	59
4.5.2 Uji Regresi Simultan .....	59

4.5.3	Pembuktian Hipotesis Penelitian.....	60
4.6	Pembahasan.....	61
4.7	Implikasi Penelitian.....	63
4.8	Keterbatasan Penelitian.....	64
BAB V PENUTUP.....		65
5.1	Simpulan .....	65
5.2	Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA .....		67
LAMPIRAN.....		70

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Pertumbuhan Bisnis <i>Broadway Barbershop</i> di Surabaya.....	3
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu .....	23
Tabel 4.1	Profil Usia Responden .....	47
Tabel 4.2	Profil Pendidikan Responden .....	48
Tabel 4.3	Profil Pekerjaan Responden .....	48
Tabel 4.4	Interval Kelas .....	49
Tabel 4.5	Deskripsi Pernyataan <i>Perceived Value</i> .....	49
Tabel 4.6	Deskripsi Pernyataan <i>Brand Image</i> .....	50
Tabel 4.7	Deskripsi Pernyataan Kualitas Layanan .....	51
Tabel 4.8	Deskripsi Pernyataan Minat Beli .....	52
Tabel 4.9	Uji Validitas .....	53
Tabel 4.10	Uji Reabilitas.....	54
Tabel 4.11	Uji Normalitas.....	56
Tabel 4.12	Uji Regresi Linier Berganda .....	58
Tabel 4.13	Uji Koefisien Determinasi.....	59
Tabel 4.14	Uji Regresi Simultan.....	60

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	2.1	Kerangka Konsep Penelitian.....	28
Gambar	4.1	<i>Broadway Barbershop</i> .....	45
Gambar	4.2	Uji Normalitas P-Plot .....	55
Gambar	4.3	Uji heteroskedastisitas .....	57

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuisisioner.....	70
Lampiran 2	Tabulasi .....	72
Lampiran 3	SPSS.....	78