

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh kualitas jasa dan persepsi kelayakan harga pada kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan pada perusahaan jasa yang bergerak dibidang pangkas rambut. Objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan Mark The Barber Yogyakarta. Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode *non-probability sampling* dengan *purposive sampling*. Sampel yang diteliti berjumlah 200 responden dengan kriteria orang yang pernah mencoba layanan dari Mark The Barber dalam 3 bulan terakhir. Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan metode analisis data berupa regresi liner sederhana dan regresi linear berganda.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel sikap, keahlian, bukti nyata, dan kecepatan waktu tunggu dalam kualitas jasa berpengaruh secara positif dan signifikan pada kepuasan pelanggan. Variabel persepsi kelayakan harga juga berpengaruh secara positif dan signifikan pada kepuasan pelanggan. Selanjutnya, Variabel kepuasan pelanggan berpengaruh secara positif dan signifikan pada loyalitas pelanggan.

Kata kunci: Kualitas jasa, persepsi kelayakan harga, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan

ABSTRACT

This research aims to examine the effect of service quality and price and fairness on customer loyalty in service companies engaged in barbershop. The research object that used in this research is the customer of Mark The Barber Yogyakarta. Data collection used in this research is non-probability sampling method with purposive sampling. The sample that used in this research is amounted to 200 respondents with the criteria of people who have tried service from Mark The Barber in the last 3 months. This research used quantitative methods with data analysis methods in the form of simple linear regression and multiple linear regressions.

The result of this research indicates that the variables of attitude, expertise, tangible, and waiting time in service quality have a positive and significant effect on customer satisfaction. Price and fairness variable also positively and significantly influence to customer satisfaction. Customer satisfaction variable positively and significantly influence to customer loyalty.

Keywords: Service quality, price and fairness, customer satisfaction, customer loyalty