



PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN LOKASI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DIKEW BARBERSHOP DI KECAMATAN NATAR

Rindi Atika, Devi Rahma Aulia, Pitri Novita Sari, Nasruddin Azis Firmansyah, Nabil Wijaya, Lisa Ermila, Andini Sifa Oktiana Sari, Masya Adelia, M. Zibran Firmansyah, Rahmad Adi Setia, dan Putri Musdalifah

Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Malahayati Bandar Lampung
Jl. Pramuka, No.27, Kemiling Permai, Bandar Lampung, Lampung
E-Mail Corresponds: rindiatika@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas layanan dan lokasi terhadap loyalitas pelanggan Dikew Barbershop yang ada di Kecamatan Natar. Kualitas layanan dan lokasi merupakan dua faktor penting yang diduga dapat membuat pelanggan setia dan mau kembali menggunakan jasa barbershop. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan cara wawancara dan observasi langsung kepada pelanggan dan pengelola barbershop. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan seperti keramahan barber, hasil potong rambut yang rapi, serta suasana tempat yang nyaman membuat pelanggan merasa puas dan ingin kembali. Lokasi yang strategis, mudah diakses, serta lingkungan yang aman juga berperan penting dalam membentuk loyalitas pelanggan. Kedua faktor ini saling mendukung dan secara bersama-sama mempengaruhi keputusan pelanggan untuk tetap setia menggunakan jasa Dikew Barbershop.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Lokasi, Loyalitas Pelanggan, Barbershop, Kecamatan Natar

Abstract

This study aims to determine the influence of service quality and location on customer loyalty at Dikew Barbershop in Natar District. Service quality and location are two key factors believed to contribute to customer loyalty and their willingness to return for barbershop services. This research employs a qualitative method through interviews and direct observation of customers and barbershop managers. The findings reveal that service quality—such as the friendliness of the barbers, neat haircut results, and a comfortable atmosphere—makes customers feel satisfied and inclined to return. A strategic location that is easily accessible and situated in a safe environment also plays a significant role in shaping customer loyalty. These two factors complement each other and jointly influence customers' decisions to remain loyal to Dikew Barbershop.

Keywords: Service Quality, Location, Customer Loyalty, Barbershop, Natar District

I. PENDAHULUAN

Saat ini, banyak barbershop bermunculan, termasuk di Kecamatan Natar, sehingga persaingan bisnis semakin ketat. Untuk menarik dan mempertahankan pelanggan, barbershop harus memiliki keunggulan yang membuat orang mau kembali. Menurut Kotler

& Keller (2016), salah satu kunci keberhasilan bisnis jasa adalah menciptakan nilai yang membuat pelanggan merasa puas dan mendapatkan pengalaman positif.

Dikew Barbershop adalah salah satu tempat yang banyak dipilih karena memberikan pelayanan yang ramah, hasil potongan yang rapi, serta tempat yang nyaman dan mudah dijangkau. Kualitas layanan menjadi sangat penting karena pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan dan kepercayaan pelanggan (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988). Di sisi lain, lokasi usaha juga berpengaruh besar, karena tempat yang strategis dan mudah dicapai membuat pelanggan merasa lebih nyaman dan cenderung datang kembali (Kotler & Armstrong, 2012).

Penelitian ini menggunakan studi kasus Dikew Barbershop untuk mengetahui apa saja yang membuat pelanggan tetap setia. Dengan memahami bagaimana kualitas layanan dan lokasi mempengaruhi loyalitas, Dikew Barbershop dan bisnis serupa bisa merancang strategi yang tepat agar pelanggan betah dan terus kembali. Hal ini sejalan dengan pendapat Oliver (1999) yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan yang berkelanjutan akan mendorong terciptanya loyalitas.

Persaingan bisnis barbershop yang semakin ketat di Kecamatan Natar menuntut setiap pelaku usaha untuk memiliki keunggulan kompetitif guna menarik dan mempertahankan pelanggan. Dalam konteks ini, kualitas layanan dan lokasi menjadi dua aspek krusial yang memengaruhi keputusan pelanggan untuk tetap setia. Namun, masih minim penelitian yang secara spesifik mengkaji bagaimana kedua faktor tersebut berkontribusi terhadap loyalitas pelanggan, terutama pada skala lokal seperti Dikew Barbershop. Hal ini menjadi masalah utama yang perlu diteliti agar pemilik usaha dapat memahami preferensi dan perilaku pelanggan dengan lebih baik.

Kebaruan dari penelitian ini terletak pada fokusnya yang menggabungkan pengaruh kualitas layanan dan lokasi secara bersamaan terhadap loyalitas pelanggan, dengan pendekatan kualitatif berbasis studi kasus langsung di Dikew Barbershop. Penelitian ini tidak hanya memberikan data empiris dari pelanggan dan pengelola, tetapi juga menawarkan pemahaman yang lebih kontekstual dan mendalam tentang bagaimana menciptakan pengalaman positif yang mendorong kepuasan dan kesetiaan pelanggan. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi strategis bagi pelaku usaha jasa barbershop dalam meningkatkan daya saing mereka di tengah kondisi pasar yang semakin kompetitif.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kualitas Layanan (X1)

Kualitas layanan adalah seberapa baik pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Dalam barbershop, kualitas layanan bisa dilihat dari kebersihan tempat, hasil potongan rambut, keramahan barber, dan kecepatan melayani. Menurut Parasuraman, Zeithaml, & Berry (1988), kualitas layanan terdiri dari lima dimensi utama yaitu bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Pelanggan yang merasa puas dengan pelayanan yang diberikan cenderung akan kembali lagi. Kualitas layanan yang baik akan menciptakan rasa nyaman dan kepercayaan pelanggan (Zeithaml, Bitner, & Gremler, 2018).

2.2 Lokasi (X2)

Lokasi adalah tempat di mana barbershop berada dan seberapa mudah pelanggan mencapainya. Lokasi yang strategis, mudah dilihat, mudah dijangkau, dan aman akan membuat pelanggan lebih memilih datang ke barbershop tersebut. Menurut Kotler & Armstrong (2012), lokasi usaha yang tepat memudahkan akses pelanggan dan menjadi salah satu kunci keberhasilan dalam bisnis jasa. Lingkungan sekitar yang mendukung, seperti ketersediaan parkir dan keramaian area sekitar, juga dapat mempengaruhi minat pelanggan untuk datang kembali.

2.3 Loyalitas Pelanggan (Y)

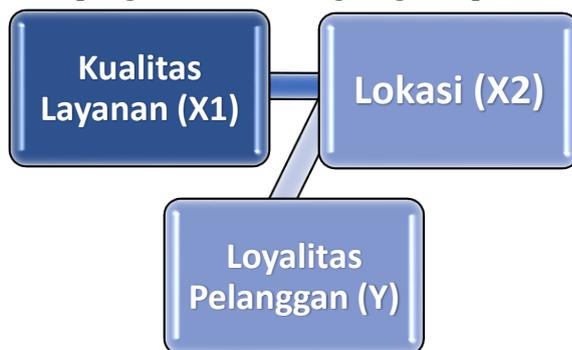
Loyalitas pelanggan adalah keinginan pelanggan untuk terus menggunakan jasa barbershop dan tidak berpindah ke tempat lain. Menurut Oliver (1999), loyalitas adalah komitmen pelanggan untuk tetap menggunakan produk atau layanan secara berulang meskipun ada godaan dari pesaing. Pelanggan yang loyal biasanya merasa puas, nyaman, dan percaya dengan pelayanan yang diberikan. Mereka juga cenderung merekomendasikan barbershop tersebut kepada orang lain (Tjiptono, 2014).

2.4 Kerangka Berpikir

Penelitian ini membahas bagaimana kualitas layanan (X1) dan lokasi (X2) mempengaruhi loyalitas pelanggan (Y) Di Kew Barbershop.

1. Kualitas Layanan (X1): Pelayanan yang ramah, hasil potongan rapi, tempat bersih, dan kecepatan melayani akan meningkatkan kepuasan dan kepercayaan pelanggan.
2. Lokasi (X2): Lokasi yang strategis, mudah diakses, aman, dan memiliki fasilitas pendukung mempermudah pelanggan untuk datang dan meningkatkan kenyamanan.
3. Loyalitas Pelanggan (Y): Loyalitas tercipta saat pelanggan merasa puas, nyaman, dan percaya, sehingga mereka terus menggunakan jasa dan merekomendasikan kepada orang lain.

X1 dan X2 berpengaruh secara langsung maupun bersama-sama terhadap Y.



Gambar 1 Diagram Kerangka Berpikir

2.5 Penelitian Terdahulu

1. **Masrani & Sampeliling (2024)**: Meneliti pengaruh kualitas layanan dan lokasi terhadap loyalitas pelanggan barbershop. Hasilnya, pelayanan yang baik dan lokasi yang strategis mampu meningkatkan loyalitas.
2. **Nata (2024)**: Menganalisis aksesibilitas lokasi dan kualitas layanan dalam membangun loyalitas konsumen. Lokasi yang mudah dijangkau dan pelayanan memuaskan terbukti membuat pelanggan tetap setia.
3. **Tjiptono (2014)**: Menjelaskan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Pelayanan yang konsisten dan memuaskan mendorong pelanggan untuk kembali.

III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus yang dilakukan di Kew Barbershop, Kecamatan Natar. Metode ini dipilih agar peneliti bisa memahami secara mendalam bagaimana kualitas layanan dan lokasi mempengaruhi loyalitas pelanggan berdasarkan pengalaman langsung mereka. Menurut Yin (2018), pendekatan studi kasus sangat cocok untuk menjelaskan suatu fenomena dalam konteks kehidupan nyata yang kompleks dan spesifik. Penelitian ini tidak bertujuan untuk mendapatkan hasil yang bisa

digeneralisasi, melainkan untuk menggali informasi secara detail dan mendalam tentang hubungan antar variabel dalam konteks yang terbatas (Miles & Huberman, 1994).

3.1. Subjek Penelitian:

Subjek dalam penelitian ini terdiri dari:

1. Pelanggan Dikew Barbershop yang sudah rutin menggunakan jasa minimal selama enam bulan.
2. Pemilik atau pengelola barbershop yang memahami strategi, pelayanan, dan pengelolaan usaha.
3. Pemilihan subjek dilakukan dengan purposive sampling, yaitu teknik pemilihan informan secara sengaja berdasarkan kriteria tertentu agar informasi yang diperoleh relevan dan mendalam (Sugiyono, 2017).

3.2 Teknik Pengumpulan Data:

Pengumpulan data dilakukan melalui:

1. Wawancara mendalam dengan pelanggan dan pengelola untuk mengetahui pengalaman mereka terkait layanan dan lokasi. Wawancara semi-terstruktur memungkinkan fleksibilitas dalam menggali informasi (Creswell, 2014).
2. Observasi langsung untuk melihat kondisi nyata barbershop, interaksi pelayanan, dan kenyamanan lokasi.
3. Dokumentasi seperti foto, catatan, atau materi promosi yang digunakan untuk mendukung dan memperkuat temuan.

3.3 Teknik Analisis Data:

Teknik analisis data dilakukan dalam tiga tahapan sesuai dengan model Miles dan Huberman (1994):

1. Reduksi Data: Memilih dan menyaring data penting agar fokus pada tujuan penelitian.
2. Penyajian Data: Menyusun data dalam bentuk narasi atau tabel agar lebih mudah dianalisis.
3. Penarikan Kesimpulan: Menyimpulkan pola dan hubungan antara kualitas layanan (X1), lokasi (X2), dan loyalitas pelanggan (Y).

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan di Kew Barbershop dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu kualitas layanan dan lokasi. Temuan ini sejalan dengan pendapat Oliver (1999) yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan menjadi dasar penting dalam membangun loyalitas jangka panjang. Pelanggan merasa puas dan nyaman karena pelayanan yang diberikan sangat baik. Mereka menyampaikan bahwa hasil potongan rambut selalu rapi dan sesuai keinginan. Barber yang ramah, suasana tempat yang bersih, dan pelayanan yang cepat membuat pelanggan merasa dihargai dan betah untuk kembali. Hal ini mendukung teori Parasuraman, Zeithaml, & Berry (1988) yang menjelaskan bahwa kualitas layanan mencakup lima dimensi penting: bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati semuanya berkontribusi pada kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Dari sisi lokasi, Kew Barbershop mudah ditemukan karena terletak di pinggir jalan utama, sesuai dengan konsep Place dalam bauran pemasaran yang dikemukakan oleh Kotler & Armstrong (2012). Lokasi yang strategis, mudah diakses, adanya tempat parkir yang memadai, serta lingkungan yang aman membuat pelanggan merasa nyaman untuk berkunjung kembali. Faktor lokasi mempermudah pelanggan dalam mengambil keputusan dan meningkatkan kemungkinan pembelian ulang.

Kedua faktor ini kualitas layanan dan Lokasi saling mendukung. Pelanggan tidak hanya datang untuk potong rambut, tetapi juga karena mereka mendapatkan pengalaman positif dan kenyamanan. Kepuasan ini menciptakan hubungan emosional yang kuat dan mendorong pelanggan untuk tetap setia dan bahkan merekomendasikan Kew Barbershop kepada orang lain (Tjiptono, 2014). Hasil ini menunjukkan bahwa barbershop yang mampu memberikan pelayanan berkualitas dan memiliki lokasi yang strategis memiliki peluang besar untuk mempertahankan pelanggan dan memperluas pangsa pasar.

V. KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan dan lokasi berpengaruh besar terhadap loyalitas pelanggan di Kew Barbershop Kecamatan Natar. Pelayanan yang ramah, hasil potongan yang rapi, suasana yang nyaman, serta lokasi yang strategis dan mudah dijangkau membuat pelanggan puas dan ingin kembali. Kedua faktor ini saling mendukung dalam membentuk loyalitas, sehingga penting bagi barbershop untuk menjaga kualitas pelayanan dan memilih lokasi yang nyaman agar pelanggan tetap setia dan merekomendasikan kepada orang lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of marketing* (14th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook* (2nd ed.). SAGE Publications.
- Oliver, R. L. (1999). *Whence consumer loyalty?* *Journal of Marketing*, 63(Special Issue), 33–44. <https://doi.org/10.1177/00222429990634s105>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). *SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality.* *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D.* Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2014). *Service, quality & satisfaction* (3rd ed.). Andi.
- Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications: Design and methods* (6th ed.). SAGE Publications.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm* (7th ed.). McGraw-Hill Education.