

# PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING PADA BABERSHOP KOKO

Dwi Ayu Wardani  
Manajemen/17.12.00005

## Abstrak

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keunggulan bersaing di Babershop Koko di desa Nampurejo Purwodadi. Teknik analisis yang digunakan untuk menganalisis pengaruh harga dan kualitas pelayanan. Pengumpulan data dan survey dilakukan dengan alat bantu kuesioner. Sampel menggunakan teknik *purposive sampling* yang berjumlah 50 responden. Penelitian ini menggunakan metode analisis data, regresi berganda, koefisien determinasi uji t dan uji f.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan akhirnya diperoleh hasil persamaan regresi  $Y = 0,671 + 0,041X_1 + 0,298X_2$ . Hal ini berarti bahwa apabila nilai dari variabel harga dan kualitas pelayanan diobyek penelitian sama dengan nol, maka tingkat atau besarnya variabel keunggulan bersaing di Babershop Koko tersebut 0,671. Hasil analisis koefisien determinasi (R Square) menjelaskan bahwa sebesar 21,1% dipengaruhi oleh variabel harga dan kualitas pelayanan sedangkan 78,8% dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti, misalnya faktor promosi, dan loyalitas konsumen lain sebagainya. Hasil uji hipotesis secara parsial (uji t) ada pengaruh yang positif dan signifikan antara harga dan kualitas pelayanan terhadap keunggulan bersaing. Hasil uji hipotesis secara simultan (uji f) ada pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel harga dan kualitas pelayanan terhadap keunggulan bersaing.

**Keyword:** harga, kualitas pelayanan, dan keunggulan bersaing

## PENDAHULUAN

Kondisi persaingan dibidang perekonomian pada saat ini cukup ketat. Sehingga setiap usaha yang dijalankan dituntut untuk selalu mengerti dan memahami apa yang menjadi kebutuhan serta keinginan konsumen, serta perubahan supaya dapat bersaing dengan pesaing. Dari sekian banyak kebutuhan manusia yang beragam, kebutuhan sandang, pangan dan papan masih menjadi kebutuhan pokok yang selalu menempati urutan atas, dalam hal permintaan kebutuhan

masyarakat (Suryana : 2008). Saat ini kebutuhan manusia akan *fashion* atau penampilan seakan-akan menjadi hal yang paling utama, khususnya bagi kaum milenial atau anak muda yang sangat *up to date*. Perkembangan model rambut yang selalu mengikuti *trend* terbaru merupakan sebuah keharusan atau tuntutan. Berbagai macam model rambut saat ini banyak bermunculan mengikuti perkembangan zaman. Sehingga *barbershop* perlu mengikuti kebutuhan konsumen baik

itu model, harga, dan kualitas pelayanan. Komunikatif dan kerapian dalam memotong rambut menjadi faktor penting supaya dapat bersaing dengan pesaing dan menarik konsumen supaya memutuskan untuk memotong rambut di *barbershop* tersebut.

Perkembangan model dan *trend* rambut yang semakin pesat meningkatkan persaingan antara *barbershop*, dengan *barbershop* lain yang terus bermunculan membuat mereka bersaing dalam menciptakan model baru dengan berbagai macam keunggulan dan kelebihan masing-masing. Menurut (Kotler 2003:311), keunggulan bersaing yaitu keunggulan terhadap pesaing yang diperoleh dengan menawarkan nilai lebih rendah maupun dengan memberikan manfaat lebih besar karena harganya lebih tinggi. Hal tersebut bertujuan untuk meningkatkan penjualan supaya tetap bertahan dalam keunggulan bersaing. Menurut hasil penelitian Benny (2015) menyatakan bahwa variabel harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing.

Kualitas pelayanan merupakan hal yang perlu diperhatikan oleh para konsumen dalam mengambil keputusan. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan yaitu bertujuan untuk memberikan kemudahan bagi konsumen untuk menentukan pilihan. Setiap menjalankan usaha baik barang maupun jasa, konsumen harus diberikan pelayanan yang baik karena kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan keunggulan bersaing. Perusahaan dapat mempertahankan usahanya dan mampu bersaing dengan pesaing lainnya apabila memberikan pelayanan yang baik. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen. Kotler (2013:361) memberikan pendapat bahwa terdapat lima kriteria penentu jasa pelayanan tersebut adalah berwujud (*tangible*), empati (*empathy*), kehandalan (*reliability*), tanggapan (*responsiveness*), kepastian (*assurance*).

Selain kualitas pelayanan harga juga menjadi salah satu keunggulan *barbershop* koko, tariff yang diberikan dibedakan sesuai dengan

usia yaitu anak pelajar dan orang dewasa. Harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah nilai yang ditukar konsumen untuk manfaat-manfaat yang diterima karena menggunakan atau jasa tersebut (Kotler : 2007). Dalam sebuah usaha memasarkan produk atau jasa perlu menetapkan harga yang tepat. Harga merupakan bahan pertimbangan yang penting bagi konsumen untuk membeli produk atau jasa pada suatu perusahaan, karena harga suatu produk maupun jasa mempengaruhi persepsi konsumen untuk mengenal jasa tersebut.

*Barbershop* Koko merupakan salah satu *barbershop* yang mengutamakan kualitas pelayanan dan memberikan tarif harga yang terjangkau. *Barbershop* Koko beralamat di Desa Nampurejo, Purwodadi, Purworejo yang lokasinya sangat strategis karena selain dipinggir jalan raya *barbershop* koko juga berdekatan dengan toko atau warung. *Barbershop* koko selain potong rambut juga bisa cat rambut, keramas sesuai dengan permintaan

konsumen. Berdasarkan informasi *owner barbershop* koko rata-rata sekitar 15 orang. Jumlah tersebut kurang dari jumlah yang ditargetkan. Padahal pada akhir pekan (weekend) dapat mencapai rata-rata 25 orang perhari. Rata-rata pengunjung *barbershop* koko mencapai 15 orang per hari atau 350 orang perbulan.

Berdasarkan latar belakang masalah maka dapat diajukan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh secara parsial yang positif dan signifikan antara harga terhadap keunggulan bersaing pada *barbershop* koko?
2. Apakah ada pengaruh secara parsial dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap keunggulan bersaing pada *barbershop* koko?
3. Apakah ada pengaruh secara simultan yang positif dan signifikan antara harga dan kualitas pelayanan terhadap keunggulan bersaing pada *barbershop* koko?

Hipotesis yaitu salah satu unsure teori yang didapat melalui analisis perbandingan,

merupakan kebenaran sementara yang masih harus dibuktikan melalui serangkaian uji hipotesis yang diajukan yaitu:

H1= Secara parsial ada pengaruh yang positif dan signifikan antara harga terhadap keunggulan bersaing di *barbershop* koko

H2= Secara parsial ada pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap keunggulan bersaing di *barbershop* koko

H3= Secara simultan ada pengaruh positif dan signifikan antara harga dan kualitas pelayanan terhadap keunggulan bersaing di *barbershop* koko

## LANDASAN TEORI

### 1. Keunggulan Bersaing

Keunggulan bersaing (*competitive advantage*) adalah jantung kinerja pemasaran untuk menghadapi persaingan. Keunggulan bersaing diartikan sebagai strategi benefit dari perusahaan yang melakukan kerja sama untuk menciptakan keunggulan bersaing yang lebih efektif dipasarnya (Porter 1990:3).

Indikator yang digunakan untuk mengukur keunggulan bersaing menurut Groge dan Vickery, dalam Dewi (2006:24) yaitu:

a. Kemampuan memenuhi harapan pelanggan

b. Daya tahan terhadap peniruan dari pesaing  
c. Kemampuan mengembangkan teknologi

### 2. Harga

Menurut Kotler dan Keller yang diterjemahkan Bob Sabran (2009:345) harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.

Indikator harga Dalam penelitian Rosvita Dua Lembang (2010:5): (1) keterjangkauan harga (2)

kesesuaian harga dengan kualitas produk (3) daya saing harga (4) kesesuaian harga dan manfaat

### 3. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan keseluruhan berbagai ciri dan karakteristik dari suatu produk atau jasa dalam hal kemampuan untuk memenuhi kebutuhan yang telah ditentukan atau yang bersifat laten

## **METODE PENELITIAN**

Data primer penelitian ini diperoleh secara langsung dengan cara observasi, wawancara, dan kuesioner responden atau para konsumen yang melakukan potong rambut di barbershop koko. Sedangkan data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berupa artikel, jurnal serta situs di internet yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan.

Populasi dalam penelitian ini yaitu konsumen yang sedang berkunjung dan pernah melakukan potong rambut di barbershop koko.

## **ANALISIS DATA**

### **Gambaran Umum Variabel Penelitian**

#### 1. Variabel Harga (X1)

Parasuraman Et Al (1988:38), mengemukakan lima dimensi dalam menentukan kualitas pelayanan, (1)*Tangibles* (bukti langsung atau berwujud) (2) *Reliability* (kendala) (3) *Responsiveness* (daya tanggap) (4)*Assurance*(jaminan atau kepastian)

Pada penelitian ini teknik *sampling* yaitu menggunakan teknik *purposive sampling*, sampel yang diambil untuk mengisi kuesioner online sebesar 50 responden.

Penelitian ini merupakan penelitian survey yang menganalisis variabel bebas dan terikat yang terdiri dari variabel harga (X1), variabel kualitas pelayanan (X2) dan keunggulan bersaing (Y) yang akan dianalisis menggunakan teknik analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi, uji t dan uji f.

Harga merupakan jumlah uang yang harus dibayarkan oleh pembeli untuk mendapatkan produk atau jasa yang diinginkan. Harga dalam penelitian indikatornya berupa:

a. Harga potong rambut di barbershop koko terjangkau

Harga potong rambut di *Babershop* Koko dimulai dari Rp 5.000,00 untuk anak-anak, Rp 8.000,00 untuk pelajar dan Rp 10.000 untuk orang dewasa, harga potong rambut di *Babershop* Koko tidak mahal dan terjangkau karena sebanding dengan tambahan fasilitas misalnya, cuci rambut setelah potong, mendapatkan vitamin rambut, dan juga wifi gratis. Semua kalangan dapat menikmati jasa yang diberikan oleh *Babershop* Koko tanpa merasa keberatan dengan harga.

b. Harga yang ditetapkan di *Babershop* koko sesuai dengan kualitas

Babershop Koko tetap memberikan kualitas yang baik misalnya harga terjangkau, mempunyai beberapa pilihan

model rambut dan kerapian dalam memotong rambut tetap diutamakan, sehingga konsumen diharapkan mendapatkan kepuasan dalam membeli jasa yang ditawarkan Babershop Koko.

c. Harga produk di *babershop* koko lebih murah dibandingkan di babershop lainnya

Persaingan dalam harga tentu berpengaruh besar terhadap keputusan pembelian, dapat dilihat dari konsumen yang melakukan potong rambut di Babershop Koko karena tertarik dengan harga. Babershop Koko memberikan harga lebih murah contohnya potong rambut diluar Babershop Koko Rp 15.000 untuk orang dewasa tetapi di Babershop Koko potong rambut hanya dengan harga Rp 10.000 untuk orang dewasa dengan hasil yang sama dengan pesaingnya.

d. Harga sesuai dengan manfaat yang dirasakan

Konsumen akan merasakan manfaat yang diberikan oleh

Babershop Koko misalnya pelanggan dapat mengganti penampilan lebih *fresh* owner juga memperhatikan kebersihan dalam memotong rambut. Dengan harga yang terjangkau konsumen sudah bisa potong rambut dengan hasil ataupun kualitas yang baik.

## 2. Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

- a. *Babershop* koko memiliki tempat yang nyaman

*Barbershop* Koko memiliki kelebihan yaitu tempat yang nyaman karena ruangan didalam *barbershop* Koko luas dan terdapat beberapa kipas angin sehingga udara didalamnya terasa segar, dan menyediakan tempat duduk yang luas sehingga konsumen di *barbershop* koko merasa nyaman.

- b. *Babershop* koko bersedia menanggapi keluhan pelanggan

*Babershop* Koko bersedia menanggapi Keluhan atau complain dari pelanggan secara langsung maupun via WA karena bagi pemilik usaha complain adalah keuntungan

terbesar. Supaya owner *Babershop* Koko mampu meningkatkan kinerja perusahaan.

- c. *Babershop* koko melayani pelanggan dengan baik

*Babershop* Koko mampu memberikan pelayanan yang baik bagi pelanggan yaitu berupa cuci rambut gratis setelah potong dan pelanggan dapat konsultasi model rambut sesuai keinginan. sehingga konsumen di *Babersop* Koko merasa puas dengan hasilnya

- d. *Babershop* koko mampu melayani dengan sikap yang ramah

*Babershop* Koko mempunyai *owner* dan karyawan yang sopan dan ramah sehingga dapat menimbulkan kepercayaan atau keyakinan terhadap pelanggan.

- e. *Barbershop* koko melayani dengan cepat

*Owner* dan karyawan di *Babershop* Koko memiliki komunikasi, kepedulian atau perhatian yang baik sehingga mampu memahami kebutuhan pelanggan dengan cepat

misalnya jika pelanggan memberikan masukan atau complain karyawan menanggapi dengan cepat dan berkomunikasi baik terhadap pelanggan.

### 3. Variabel Keunggulan Bersaing (Y)

a. *Barbershop* koko menggunakan teknologi aplikasi kasir sehingga mempermudah perhitungan

*Barbershop* koko menyediakan teknologi online misalnya pembayaran menggunakan rekening atau transfer sehingga pelanggan mudah membayar karena dapat membayar secara digital atau online.

b. Durasi dalam memotong rambut di *barbershop* koko lebih singkat

*Barbershop* koko memberikan pelayanan potong rambut yang

lebih singkat durasi dalam memotong rambut biasanya 15-20 menit setiap model rambut simpel. Karena karyawan dan owner di *Barbershop* koko memiliki skill dan keahlian yang baik sehingga mempercepat dalam memotong rambut.

c. Keunggulan *Barbershop* Koko dibanding *Barbershop* lain adalah memberikan layanan cuci rambut sesudah potong

*Barbershop* koko berusaha mencari keunggulan dalam menentukan segmen pasar tertentu walaupun *barbershop* koko tidak memiliki keunggulan bersaing secara menyeluruh tetapi *barbershop* koko mempunyai keunggulan yaitu memberikan layanan cuci rambut setelah potong.

### **Regresi Linier Berganda**

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (harga dan kualitas pelayanan) terhadap variabel terikat (keunggulan bersaing) yang dilakukan pada 50 responden. Analisis ini dilakukan untuk meneliti apakah ada hubungan

sebab akibat antara variabel atau meneliti seberapa besar pengaruh antara variabel harga dan kualitas pelayanan terhadap variabel keunggulan bersaing. Hasil analisis regresi linier berganda sebagai berikut

**TABEL 1**  
**HASIL PERHITUNGAN REGRESI LINIER BERGANDA**

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.671	3.532		-.190	.850
	Harga	.401	.126	.406	3.191	.003
	Kualitas Pelayanan	.298	.120	.317	2.492	.016

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Berdasarkan tabel 1 diatas dapat dibentuk persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 0,671 + 0,041X_1 + 0,298X_2$$

Berdasarkan persamaan regresi linier berganda tersebut dapat dijelaskan bahwa jika harga dan kualitas pelayanan nilainya 0, maka keputusan pembelian (Y) nilainya sebesar 0,671. Nilai koefisien regresi

variabel harga sebesar 0,401, yang berarti apabila variabel harga naik dan variabel lain dianggap tepat maka tingkat keunggulan bersaing naik sebesar 0,401. Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan 0,298, yang berarti apabila variabel kualitas pelayanan naik dan variabel lain dianggap tepat maka tingkat keunggulan bersaing naik sebesar 0,298.

**Koefisien Determinasi**

**TABEL 2**  
**TABEL KOEFISIEN DETERMINASI**

<b>Model Summary<sup>b</sup></b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate

1	.494 <sup>a</sup>	.244	.212	1.290
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Harga				

Nilai koefisien *Adjusted R Square* sebesar 0,212 hal ini berarti bahwa variabel keunggulan bersaing 21,2% dipengaruhi oleh variabel harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2). Sedangkan sisanya sebesar 78,8% (100%-21,2%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti misalnya promosi karena promosi merupakan pemberitahuan atau penawaran produk ataupun jasa

### Uji t

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen secara

supaya menarik konsumen. promosi bisa dilakukan dengan menawarkan harga yang murah, adanya diskon promosi juga dapat dilakukan secara langsung atau mulut ke mulut sehingga konsumen mengetahui pemberitahuan tersebut, selain promosi juga dipengaruhi oleh variabel loyalitas konsumen dan citra merek.

parsial (individual) terhadap variasi variabel dependen.

**TABEL 3**

### UJI t

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.671	3.532		-.190	.850
	Harga	.401	.126	.406	3.191	.003
	Kualitas Pelayanan	.298	.120	.317	2.492	.016

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Berdasarkan dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa :

Variabel harga (X1) memiliki t hitung (3,191) > t tabel (2,011) dan

tingkat signifikan  $0,003 < 0,05$ , maka Hoyang menyatakan bahwa tidak ada pengaruh antara variabel harga terhadap keunggulan bersaing ditolak

dan H1 yang menyatakan bahwa ada pengaruh antara variabel harga terhadap keunggulan bersaing diterima.

Variabel kualitas pelayanan (X2) memiliki t hitung (2,492) > t tabel (2,011) dan tingkat signifikan 0,016 < 0,05, maka Ho yang menyatakan

### Uji f

Uji F digunakan untuk menguji koefisien regresi secara keseluruhan dan untuk mengetahui hubungan antara variabel independen secara bersama-sama dengan variabel

bahwa tidak ada pengaruh antara variabel kualitas pelayanan terhadap keunggulan bersaing ditolak dan H1 yang menyatakan bahwa ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap keunggulan bersaing diterima

dependen. Pengujian hipotesis akan menggunakan tingkat signifikan sebesar 0,05. Hasil penelitian ini dengan menggunakan program SPSS dapat diperoleh tabel sebagai berikut

**TABEL 4**  
**UJI f**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	25.221	2	12.611	7.583	.001 <sup>b</sup>
	Residual	78.159	47	1.663		
	Total	103.380	49			
a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing						
b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Harga						

Berdasarkan perhitungan tabel hasil uji simultan dengan jumlah sampel 50 responden, pada uji f membandingkan  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$ . Hasil nilai sig 0,001 lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 (0,001 < 0,05) dan hasil dari  $f_{tabel}$  ditentukan

dengan derajat kebebasan  $df = k ; (n - k - 1)$  yaitu (50-2-1) dan diperoleh 3,20  $f_{hitung}$  sebesar 7,583 dan  $f_{tabel}$  sebesar 3,20, artinya  $f_{hitung}$  lebih besar dari  $f_{tabel}$  (7,583 > 3,20) maka H3 yang menyatakan bahwa secara simultan ada pengaruh yang positif dan

signifikan antara variabel harga (X1), variabel kualitas pelayanan (X2) terhadap keunggulan bersaing diterima dan  $H_0$  yang berarti secara

simultan tidak ada pengaruh antara variabel harga dan kualitas pelayanan terhadap keunggulan bersaing ditolak.

## **Pembahasan**

### **1. Pengaruh variabel harga terhadap keunggulan bersaing**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Konsumen melakukan potong rambut di Babershop Koko karena melihat harga yang ditawarkan terjangkau dimulai dari harga Rp 5.000 untuk anak-anak, Rp 8.000 untuk pelajar, dan Rp 10.000 untuk orang dewasa, harga tersebut sesuai dengan kualitas dan manfaat yang didapatkan. Barbershop Koko memberikan harga yang lebih murah dibandingkan Babershop lainnya. Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu (Benny, 2015) yang menyatakan bahwa variabel harga berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing. Harga merupakan hal yang paling sensitive karena harga

menentukan jumlah uang yang dikeluarkan oleh konsumen untuk membeli sebuah produk atau jasa.

### **2. Pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap keunggulan bersaing**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Konsumen melakukan potong rambut dilihat dari kualitas pelayanannya. Owner di Babershop koko melayani dengan baik, menanggapi keluhan konsumen, melayani dengan sikap yang ramah dan cepat. Hal ini menjadi keuntungan bagi Babershop Koko karena konsumen akan kembali melakukan potong rambut. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu (Benny, 2015) bahwa kualitas pelayanan

berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing. Karena kualitas pelayanan merupakan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata mereka terima atau peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan dan inginkan terhadap pelayanan suatu perusahaan.

**3. Pengaruh variabel harga dan variabel kualitas pelayanan terhadap keunggulan bersaing**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Konsumen melakukan potong rambut karena melihat harga dan kualitas pelayanannya yang baik.

## **PENUTUP**

### **Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keunggulan bersaing pada barbershop koko Di wilayah Desa Nampurejo Kecamatan Purwodadi dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan perhitungan korelasi berganda, dapat diketahui bahwa

Barbershop Koko memberikan harga yang murah dibandingkan pesaingnya dan owner di barbershop koko melayani dengan sikap yang ramah dan cepat sehingga dapat menarik konsumen untuk melakukan potong rambut. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu (Benny,2015) bahwa harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing. Karena harga dan kualitas pelayanan merupakan cara membandingkan persepsi konsumen atas harga yang telah diberikan terhadap pelayanan perusahaan yang telah diterima konsumen sesuai dengan harapan atau keinginannya

hubungan antara variabel bebas harga dengan keunggulan bersaing diperoleh hasil 0,380 jika melihat pada tabel pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi. Maka koefisien korelasi tersebut termasuk dalam interval rendah. Hubungan variabel bebas kualitas pelayanan dengan

keunggulan bersaing adalah sebesar 0,283 termasuk dalam kategori rendah. Kedua variabel bebas harga dan kualitas pelayanan mempunyai hubungan korelasi rendah dan bernilai positif sehingga dapat dikatakan bahwa variabel bebas tersebut mempunyai hubungan yang searah.

2. Berdasarkan hasil perhitungan uji koefisien determinasi menunjukkan besarnya koefisien determinasi (*adjusted R square*) sebesar 0,212 artinya bahwa variabel keunggulan bersaing dapat dipengaruhi oleh variabel harga dan kualitas pelayanan sebesar 21,2% sedangkan sisanya 78,8% ( $100\% - 21,2\%$ ) dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini promosi,kepuasan konsumen, tempat dan sebagainya.

3. Berdasarkan hasil dari perhitungan uji t dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

a. Variabel harga (X1) memiliki  $t_{hitung} (3,191) > t_{tabel} (2,011)$  dan tingkat signifikan  $0,003 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Oleh karena itu dapat

disimpulkan bahwa hipotesis 1 ( $H_1$ ) yang mengatakan bahwa variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing diterima.

b. Variabel kualitas pelayanan (X2) memiliki  $t_{hitung} (2,492) > t_{tabel} (2,011)$  dan tingkat signifikan  $0,016 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa hipotesis 2 ( $H_2$ ) yang mengatakan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing diterima.

4. Berdasarkan hasil uji F diperoleh  $F_{hitung} 7,583$  dengan tingkat signifikan 0,001. Oleh karena itu, pada kedua perhitungan yaitu  $F_{hitung} > F_{tabel} (7,583 > 2,30)$  dan tingkat signifikansinya  $0,001 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya hipotesis 3 ( $H_3$ ) yang mengatakan bahwa harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada *Babershop Koko*.

## Saran

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keunggulan bersaing pada *barbershop* koko maka saran yang dapat diberikan adalah :

1. Keunggulan bersaing dapat ditingkatkan dengan mempertahankan harga, karena harga yang ditetapkan sudah lebih unggul dari pesaing yaitu lebih terjangkau sesuai dengan kualitas yang diberikan dan sesuai dengan manfaat yang diberikan.
2. Untuk meningkatkan kualitas pelayanan dalam keunggulan bersaing bisa dilakukan dengan cara meningkatkan kemampuan

dalam berkomunikasi supaya selalu terjaga keramahannya

3. Banyaknya pesaing baru dalam usaha potong rambut sehingga menuntut owner untuk selalu mempertahankan kualitas dalam memotong rambut dan menambah inovasi baru misalnya model rambut yang mengikuti *trend* agar masyarakat tetap memilih Babershop Koko untuk *fashion* rambut mereka.
4. Selain itu owner melakukan upaya komunikasi dengan pelanggan bisa dilakukan melalui berinteraksi intensif dengan pelanggan saat memberikan pelayanan potong rambut atau bisa melalui media social.

## DAFTAR RUJUKAN

Arikunto, Suharsimi. 1998. Metode Penelitian Suatu Pendekatan Praktek. Jakarta: Edisi Revisi Rineka Cipta.

Arikunto, Suharsimi. 2013. Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta. Rineka Cipta.

Christian,Benny.2015. Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keunggulan Bersaing pada XTrans Cabang Cihampelas Di Bandung. <https://repository.unikom.ac.id>

Diakses 28 Juli 2020

Dharmmestha, Basu Swastha. 1999.

Loyalitas Pelanggan:

Suatu Kajian Konseptual.

<https://jurnal.ugm.ac.id>

Diakses pada 28 Juli 2020

Hurriyati, Ratih. 2005. Bauran

Pemasaran dan Loyalitas

Konsumen. Bandung:

Edisi 1 Alfabeta.