

ABSTRAK

Perkembangan tempat cukur bagi kamu laki-laki pun mengalami perubahan seiring dengan perkembangan zaman. Dari yang berawal berada di bawah pohon yang sering disebut tukang potong rambut Madura dan sekarang menjadi lebih modern dengan sebutan barbershop yang memiliki kualitas yang jauh lebih baik dan memiliki nuansa maskulin yang sangat kental. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Culture Barbershop Ujung Berung Bandung.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Data penelitian ini diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden. Teknik sampling dalam penelitian ini adalah non- probability sampling. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari kuesioner, sedangkan data sekunder diperoleh dari data penelitian terdahulu, buku, jurnal dan internet. Teknik analisis data yang digunakan adalah deskriptif dan regresi linier sederhana.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden terhadap variabel Kualitas Layanan memperoleh nilai sebesar 67,00% yang berada dalam kategori cukup baik dan Loyalitas Pelanggan memperoleh nilai sebesar 68,30% dimana presentase tersebut dalam kategori baik.

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, peneliti dapat memberikan kesimpulan bahwa kinerja dan harapan konsumen mengenai kualitas pelayanan jasa Culture Barbershop Ujung Berung Bandung setelah menerima pelayanan dinilai cukup baik. Faktor yang harus diperbaiki dalam pelayanan jasa yang diberikan oleh Culture Barbershop Ujung Berung Bandung berdasarkan penilaian responden antara lain kenyamanan tempat dan fasilitas yang disediakan Culture Barbershop dengan nilai rata-rata 67%, kompetensi karyawan dalam memberikan layanan sebesar 67,20%, standar pelayanan yang diberikan sebesar 67,80%, respon kepada pelanggan ketika ingin mendapatkan layanan sebesar 65,60%, memenuhi kebutuhan gaya rambut/produk rambut yang dibutuhkan pelanggan sebesar 66,80%, tidak membedakan pelayanan yang diberikan kepada para pelanggannya sebesar 66,6%. Dan yang terpenting adalah keramahan karyawan senilai 58,20%.

Kata kunci : Kualitas Layanan, Loyalitas Pelanggan.