



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN WARRIOR  
BARBERSHOP TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS  
PARA PELANGGAN**

**TUGAS AKHIR  
SKRIPSI**

**Salman Hakim Al Farisy**

**44222010154**

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCUBUANA  
2026**



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN WARRIOR  
BARBERSHOP TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS  
PARA PELANGGAN**

**TUGAS AKHIR  
SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana**

**Salman Hakim Al Farisy**

**44222010154**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCUBUANA**

**2026**

## HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Salman Hakim Al Farisy  
NIM : 44222010154  
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul:  
“Pengaruh Kualitas Pelayanan Warrior Barbershop Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Para Pelanggan”

adalah hasil karya saya sendiri, tidak mengandung unsur plagiarisme, pelanggaran hak cipta, atau konten ilegal dalam bentuk apapun dan tidak melanggar hukum atau hak pihak manapun.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap pernyataan ini, saya bersedia menanggung seluruh konsekuensi hukum dan membebaskan Universitas Mercu Buana dari segala bentuk tuntutan hukum dan saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

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

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 7 Agustus 2026



Salman Hakim Al Farisy.

### PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Salman Hakim Al Farisy

NIM : 44222010154

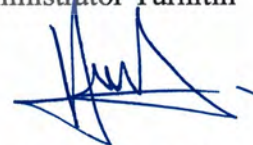
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Dengan judul “ Pengaruh Kualitas Pelayanan Warrior Barbershop Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Para Pelanggan” ,telah dilakukan pengecekan similarity dengan sistem Turnitin pada tanggal 8 Agustus 2026 didapatkan nilai persentase sebesar 27 %

UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

Jakarta, 12 Agustus 2026  
Administrator Turnitin



Rizki Agustin. M.I.Kom

#### KAMPUS MENARA BHAKTI

Jl. Raya Meruya Selatan No. 01, Kembangan, Jakarta Barat 11650  
Telp. 021-5840815 / 021-5840816 (Hunting), Fax. 021-584 0813  
<http://www.mercubuana.ac.id>, e-mail: [umb@mercubuana.ac.id](mailto:umb@mercubuana.ac.id)

## HALAMAN PENGESAHAN

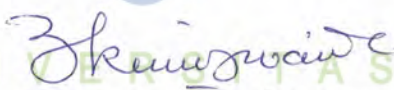
Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Salman Hakim Al Farisy  
NIM : 44222010154  
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi  
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Kualitas Pelayanan Warrior Barbershop  
Terhadap Kepuasan dan Loyaitas Para Pelanggan.

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 25 Juli 2026 dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing

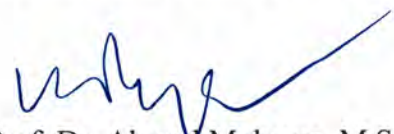
  
UNIVERSITAS  
(Yuni Tresnawati S.Sos, M.Ikom)  
NIDN : 0326068001  
MERCU BUANA

Jakarta, 6 Agustus 2026

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

  
(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si )  
NIDN : 0318116602

  
(Dr. Farid Hamid, M.Si)  
NIDN : 0301117301

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala Rahmat, karunia, dan hidayahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Warrior Barbershop Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Para Pelanggan” dengan baik dan lancar. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada program studi Public Relations fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana. Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana, Jakarta.
2. Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, Jakarta.
3. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si. selaku Ketua Program Studi S1 Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, Jakarta.
4. Ibu Yuni Tresnawati, S.Sos, M.Ikom selaku dosen pembimbing penulis yang telah membimbing hingga sejauh ini.
5. Seluruh Karyawan serta Staff dari Universitas Mercu Buana yang telah banyak membantu, terutama dalam menyelesaikan administrasi selama perkuliahan.
6. Kepada Bapak Yanyan Rusmana dan Ibu Ida Nuraida selaku orang tua dari penulis yang telah membiayai perkuliahan ini.
7. Rekan seperjuangan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, Jakarta.

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tugas Akhir ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, 10 April 2025

Penulis

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Salman Hakim Al Farisy  
NIM : 44222010154  
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi  
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Kualitas Pelayanan Warrior Barbershop Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Para Pelanggan

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 6 Agustus 2026  
Yang menyatakan,



METERAI  
TEMPEL  
E53DDAOX149572953

( Salman Hakim Al Farisy )

# **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PARA PELANGGAN**

**SALMAN HAKIM AL FARISY**

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan Warrior Barbershop terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan di Kota Bogor. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya persaingan bisnis barbershop yang menuntut pelaku usaha untuk memberikan kualitas pelayanan terbaik guna mempertahankan pelanggan. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode eksplanatori terhadap 99 responden yang dipilih menggunakan rumus Slovin. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, regresi linear sederhana, uji korelasi Pearson, koefisien determinasi, uji t, dan uji F dengan bantuan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan serta loyalitas pelanggan, dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ( $<0,05$ ). Hubungan antara kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan berada pada kategori kuat dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,775, sedangkan koefisien determinasi sebesar 60,1% menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Dengan demikian, semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan Warrior Barbershop, semakin tinggi tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan.

**Kata Kunci :** kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, Warrior Barbershop.

**THE INFLUENCE OF WARRIOR BARBERSHOP'S SERVICE  
QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION AND LOYALTY**

**SALMAN HAKIM AL FARISY**

***ABSTRACT***

*This study aims to determine the effect of Warrior Barbershop service quality on customer satisfaction and loyalty in Bogor City. The study is motivated by the increasing competition in the barbershop business, which requires business owners to provide the best service quality in order to retain customers. This research uses a quantitative approach with an explanatory method involving 99 respondents selected using the Slovin formula. Data were collected through questionnaires and analyzed using validity tests, reliability tests, simple linear regression, Pearson correlation test, coefficient of determination, t-test, and F-test with the assistance of SPSS. The results show that service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction and loyalty, with a significance value of 0.000 ( $<0.05$ ). The relationship between service quality and customer loyalty is in the strong category, with a correlation coefficient of 0.775, while the coefficient of determination of 60.1% indicates that customer loyalty is influenced by service quality, whereas the remaining percentage is affected by other factors outside this study. Thus, the better the service quality provided by Warrior Barbershop, the higher the level of customer satisfaction and loyalty.*

**Keywords:** *service quality, customer satisfaction, customer loyalty, Warrior Barbershop.*

## DAFTAR ISI

|                                                                                |           |
|--------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| HALAMAN SAMPUL.....                                                            | 0         |
| HALAMAN JUDUL .....                                                            | i         |
| HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI .....                                         | ii        |
| PERNYATAAN <i>SIMILARITY CHECK</i> .....                                       | iii       |
| HALAMAN PENGESAHAN.....                                                        | iv        |
| KATA PENGANTAR.....                                                            | v         |
| HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR<br>DI REPOSITORI UMB..... | vi        |
| ABSTRAK .....                                                                  | vii       |
| <i>ABSTRACT</i> .....                                                          | viii      |
| DAFTAR ISI.....                                                                | ix        |
| DAFTAR GAMBAR.....                                                             | xii       |
| DAFTAR TABEL .....                                                             | xiii      |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                                                          | xvi       |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>                                                  | <b>1</b>  |
| 1.1 Latar Belakang.....                                                        | 1         |
| 1.2 Rumusan Masalah.....                                                       | 12        |
| 1.3 Tujuan Penelitian.....                                                     | 12        |
| 1.4 Manfaat Penelitian.....                                                    | 12        |
| 1.4.1 Akademis.....                                                            | 12        |
| 1.4.2 Praktis .....                                                            | 12        |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>                                            | <b>13</b> |
| 2.1 Penelitian Terdahulu.....                                                  | 13        |
| 2.2 Kajian Teori.....                                                          | 26        |
| 2.2.1 Pengertian Komunikasi .....                                              | 26        |
| 2.2.2 Komunikasi Dalam Pelayanan Jasa .....                                    | 28        |
| 2.2.3 Perilaku Konsumen.....                                                   | 29        |
| 2.2.4 Public Relations .....                                                   | 30        |
| 2.2.5 Kualitas Pelayanan .....                                                 | 33        |
| 2.2.6 Kepuasan Pelanggan.....                                                  | 36        |

|                                          |            |
|------------------------------------------|------------|
| 2.2.7 Indikator Kepuasan Pelanggan ..... | 37         |
| 2.2.8 Loyalitas Pelanggan.....           | 38         |
| <b>BAB III PEMBAHASAN .....</b>          | <b>40</b>  |
| 3.1 Paradigma Penelitian .....           | 40         |
| 3.2 Metode Penelitian .....              | 41         |
| 3.3 Populasi dan Sample.....             | 41         |
| 3.3.1 Populasi .....                     | 41         |
| 3.3.2 Sample .....                       | 42         |
| 3.3.3 Teknik Penarikan Sample.....       | 42         |
| 3.3.4 Alokasi Sample.....                | 44         |
| 3.4 Definisi dan Oprasional Konsep.....  | 45         |
| 3.4.1 Definisi ( Pengertian ).....       | 45         |
| 3.5 Skala Pengukuran Sampel .....        | 51         |
| 3.6 Teknik Pengumpulan Data .....        | 51         |
| 3.6.1 Data Primer.....                   | 51         |
| 3.6.2 Data Sekunder .....                | 52         |
| 3.7 Validitas dan Realibilitas.....      | 52         |
| 3.7.1 Validitas.....                     | 52         |
| 3.7.2 Realibilitas.....                  | 54         |
| 3.8 Teknik Analisis Data .....           | 56         |
| 3.9 Hipotesis .....                      | 60         |
| <b>BAB IV PEMBAHASAN.....</b>            | <b>61</b>  |
| 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....  | 61         |
| 4.2 Hasil Penelitian.....                | 65         |
| 4.2.1 Uji Regresi .....                  | 85         |
| 4.2.2 Uji Korelasi Pearson Product.....  | 86         |
| 4.2.3 Uji Koefisien Determinasi .....    | 87         |
| 4.2.4 Uji T.....                         | 88         |
| 4.2.5 Uji F .....                        | 88         |
| 4.3 Pembahasan .....                     | 89         |
| <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>  | <b>103</b> |

|                             |            |
|-----------------------------|------------|
| 5.1 Kesimpulan.....         | 103        |
| 5.2 Saran .....             | 104        |
| 5.2.1 Saran Akademis .....  | 104        |
| 5.2.2 Saran Praktisi .....  | 104        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b> | <b>106</b> |
| <b>LAMPIRAN.....</b>        | <b>109</b> |



## DAFTAR GAMBAR

|                                                                                             |   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|---|
| Gambar 1. 1 Media Instagram Captain Barbershop (sumber: Instagram @Captainbarbershop) ..... | 4 |
| Gambar 1. 2 Media Instagram Warrior Barbershop (sumber: Instagram @Warriorbarbershop) ..... | 5 |
| Gambar 1. 3 Pelayanan Captain Barbershop (sumber: @revangummy) .....                        | 5 |
| Gambar 1. 4 Dokumentasi observasi Captain Barbershop .....                                  | 6 |
| Gambar 1. 5 Dokumentasi observasi Warrior Barbershop .....                                  | 6 |



## DAFTAR TABEL

|                                                                                                                |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 2. 1 penelitian terdahulu 1 .....                                                                        | 16 |
| Tabel 3. 1 Oprasionalisasi konsep.....                                                                         | 46 |
| Tabel 3. 2 Skala likert .....                                                                                  | 51 |
| Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan .....                                                        | 53 |
| Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan .....                                                        | 53 |
| Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas Loyalitas Pelanggan .....                                                       | 54 |
| Tabel 3. 6 Hasil Uji Reabilitas Kualitas Pelayanan .....                                                       | 55 |
| Tabel 3. 7 Hasil Uji Reabilitas Kepuasan Pelanggan.....                                                        | 55 |
| Tabel 3. 8 Hasil Uji Reabilitas Loyalitas Pelanggan.....                                                       | 56 |
| Tabel 3. 9 Koefisien Korelasi.....                                                                             | 58 |
| Tabel 4. 1 Identitas Responden ( Jenis Kelamin ) Sumber: Olah Data Peneliti (2026)<br>.....                    | 65 |
| Tabel 4. 2 Persentase Jawaban Pernyataan Kuesioner Warrior Barbershop Terlihat<br>Bersih Dari Segi Tempat..... | 67 |
| Tabel 4. 3 Penampilan Karyawan Warrior Terlihat Rapih .....                                                    | 67 |
| Tabel 4. 4 Ruang Tunggu Warrior Terasa Nyaman .....                                                            | 68 |
| Tabel 4. 5 Alat Yang Digunakan Terawat dan Terlihat Bersih.....                                                | 68 |
| Tabel 4. 6 Hairstylist Memiliki Keterampilan Yang Cukup Dalam Memotong<br>Rambut.....                          | 69 |
| Tabel 4. 7 Pelayanan Yang Diberikan Tepat Waktu.....                                                           | 69 |
| Tabel 4. 8 Hasil Potongan Rambut Konsisten Dengan Kunjungan Berulang.....                                      | 70 |
| Tabel 4. 9 Hasil Dari Setiap Potongan Rambut Yang Berbeda di Warrior Sesuai<br>Dengan Harapan Anda.....        | 70 |
| Tabel 4. 10 Karyawan Tanggap Terhadap Permintaan Pelanggan .....                                               | 71 |
| Tabel 4. 11 Informasi Yang Diberikan Oleh Hairstylist Tentang Rambut Selama<br>Ini Akurat.....                 | 71 |
| Tabel 4. 12 Karyawan Mampu Menangani Antrean Atau Keramaian Secara Effisien<br>.....                           | 72 |

|                                                                                                                         |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 4. 13 Reservasi Atau Antrean Dilakukan Dengan Baik di Warrior Barbershop.....                                     | 72 |
| Tabel 4. 14 Anda Merasa Percaya Pada kemampuan Hairstylist.....                                                         | 73 |
| Tabel 4. 15 Cara Hairstylist Berkomunikasi Mmembuat Saya Percaya Terhadap Kualitas Pelayanan Warrior Barbershop.....    | 73 |
| Tabel 4. 16 Anda Merasakan Adanya Jaminan Ketika Hasil Tidak Sesuai Harapan Anda.....                                   | 74 |
| Tabel 4. 17 Hairstylist Mampu Membangun Hubungan Baik Dengan Pelanggan                                                  | 74 |
| Tabel 4. 18 Saya merasa komunikasi yang baik merupakan ciri khas pelayanan Warrior Barbershop. ....                     | 75 |
| Tabel 4. 19 Hairstylist Menunjukan Ketertarikan Terhadap Kebutuhan Pelanggan Saat Berbicara .....                       | 75 |
| Tabel 4. 20 komunikasi yang Terjalin Selama Proses Pelayanan Mmembuat Saya Merasa Nyaman Dengan Warrior Barbershop..... | 76 |
| Tabel 4. 21 Harga Layanan Warrior Barbershop Sesuai Dengan Kualitas Pelayanan Yang Diberikan.....                       | 76 |
| Tabel 4. 22 Harga Warrior Terjangkau Oleh Pelanggan Dengan Berbagai Kalangan .....                                      | 77 |
| Tabel 4. 23 Harga Yang Ditawarkan Oleh Warrior Bersifat Transparan dan Tidak Secara Tiba-Tiba Berubah. ....             | 77 |
| Tabel 4. 24 Merasa Puas Dengan Nilai Harga Dengan Apa Yang Fasilitas dan Layanan Yang Di Tawarkan. ....                 | 78 |
| Tabel 4. 25 Pelayanan Yang Anda Terima Sesuai Dengan Harapan Anda Sebelum Datang ke Warrior Barbershop. ....            | 78 |
| Tabel 4. 26 Fasilitas Warrior Barbershop Sesuai Dengan Ekspetasi Anda Sebelum Berkunjung.....                           | 79 |
| Tabel 4. 27 Anda Merasa Puas Dengan Sikap Ramah dan Profesional Dari Hairstylist Selama Proses Pelayanan .....          | 79 |
| Tabel 4. 28 Proses Pelayanan Awal Hingga Selesai Berjalan Dengan Lancar dan Berkesan.....                               | 80 |

|                                                                                                                                                  |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 4. 29 Anda Merasa Kebutuhan dan Permintaan Anda Selama Berada di Warrior Telah Dilayani Dengan Baik. ....                                  | 80 |
| Tabel 4. 30 Anda Akan Tetap Memilih Warrior, Meskipun Ada Barbershop Yang Menawarkan Pelayanan Serupa Atau Lebih.....                            | 81 |
| Tabel 4. 31 Anda Merasa Memiliki Kedekatan Khusus dan Ketertarikan Dengan Warrior.....                                                           | 81 |
| Tabel 4. 32 Anda Tidak Akan Berpindah Kepada Barbershop Lain, Karena Sudah Merasa Cocok Dengan Pelayanan Yang Diberikan Warrior Barbershop ..... | 82 |
| Tabel 4. 33 Anda Akan Merekomendasikan Warrior Kepada Teman Anda Atau Keluarga Anda .....                                                        | 82 |
| Tabel 4. 34 Anda Pernah Menceritakan Pengalaman Positif Anda di Warrior Kepada Yang Lain. ....                                                   | 83 |
| Tabel 4. 35 Anda Yakin Bahwa Orang Lain Juga Akan Merasa Puas Jika Menggunakan Layanan Warrior Barbershop.....                                   | 83 |
| Tabel 4. 36 Anda Memiliki Keinginan Untuk Kembali Mengguakan Jasa Warrior di Masa Mendatang.....                                                 | 84 |
| Tabel 4. 37 Pengalaman Anda Sebelumnya Membuat Anda Yakin Untuk Menjadi Pelanggan Tetap di Warrior Barbershop. ....                              | 84 |

MERCU BUANA

## DAFTAR LAMPIRAN

|                                             |     |
|---------------------------------------------|-----|
| Lampiran 1 Kuisisioner .....                | 109 |
| Lampiran 2 lampiran data kuesioner.....     | 113 |
| Lampiran 3 Lampiran data kusioner Y1 .....  | 114 |
| Lampiran 4 Lampiran data kuesioner y2 ..... | 115 |
| Lampiran 5 CV.....                          | 122 |

