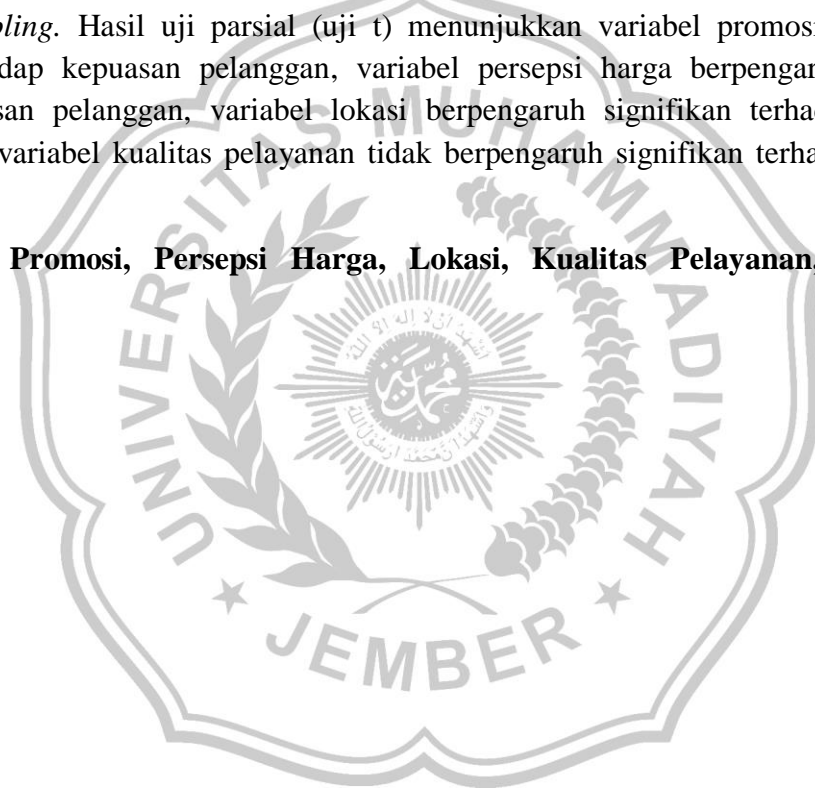


ABSTRAK

Industri jasa pada saat ini merupakan bisnis sektor ekonomi kreatif yang sangat besar dan pertumbuhannya sangatlah pesat serta sangat dibutuhkan dalam aktivitas konsumen. Salah satu usaha yang banyak berkembang saat ini adalah barbershop. Barbershop merupakan salah satu dari 17 subsektor ekonomi kreatif di Indonesia. Menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf), ekonomi kreatif menjadi penyumbang terbesar Pendapatan Domestik Bruto (PDB). Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas promosi, persepsi harga, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Sadimo Barbershop Jember. Penelitian ini menggunakan pengujian analisis regresi linier berganda. populasi yang digunakan semua kalangan masyarakat dengan kriteria responden yaitu pelanggan yang menggunakan jasa Sadimo Barbershop Jember minimal sebanyak 2 kali. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 95 orang yang diambil dengan Teknik *Purposive Sampling*. Hasil uji parsial (uji t) menunjukkan variabel promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, variabel persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, variabel lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata kunci : Promosi, Persepsi Harga, Lokasi, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan.



ABSTRACT

The service industry is currently a very large creative economy sector business and its growth is very rapid and is very much needed in consumer activities. One of the businesses that is currently growing is the barbershop. Barbershop is one of 17 sub-sectors of the creative economy in Indonesia. According to the Ministry of Tourism and Creative Economy (Kemendag), the creative economy is the largest contributor to Gross Domestic Income (GDP). This research was conducted to determine the influence of promotional quality, price perception, location and service quality on customer satisfaction at Sadimo Barbershop Jember. This research uses multiple linear regression analysis testing. The population used is all levels of society with the respondent criteria being customers who have used the services of Sadimo Barbershop Jember at least 2 times. The number of samples used was 95 people taken using Purposive Sampling Technique. The partial test results (t test) show that the promotion variable has a significant effect on customer satisfaction, the price perception variable has a significant effect on customer satisfaction, the location variable has a significant effect on customer satisfaction, and the service quality variable has no significant effect on customer satisfaction.

Keywords: Promotion, Price Perception, Location, Service Quality, Customer Satisfaction.

