

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP  
KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA OREO *BARBERSHOP* JEMBER**

**SKRIPSI**

**Diajukan Guna Melengkapi Tugas Akhir dan Memenuhi Satu Syarat Untuk  
Menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) dan Memperoleh Gelar  
Sarjana Manajemen**



**Oleh:  
FABANI YASIN ABDILLAH  
20.1041.1050**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER  
2024**

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda di bawah ini:

Nama : Fabani Yasin Abdillah  
NIM : 2010411050  
Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul: **PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA OREO BARBERSHOP JEMBER**, adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan plagiat atau jiplakan, saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isinya sesuai sikap ilmiah

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut dimuka hukum, jika ternyata dikemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 10 Juli 2024

Yang menyatakan,



**Fabani Yasin Abdillah**

**2010411050**

**SKRIPSI**

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP  
KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA OREO *BARBERSHOP* JEMBER**

Oleh:

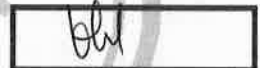
**FABANI YASIN ABDILLAH**

**20.1041.1050**

Pembimbing:

Dosen Pembimbing Utama : Feti Fatimah, SE., MM.

Dosen Pembimbing Pendamping : Yohanes Gunawan Wibowo, SE., MM.

A rectangular box containing a handwritten signature in black ink.A rectangular box containing a handwritten signature in black ink.

## PENGESAHAN

Skripsi berjudul: **PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA OREO BARBERSHOP JEMBER**, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari :  
Tanggal :  
Tempat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember

Tim penguji,



**Drs. Akhmad Suharto, MP.**  
NPK : 1962120118906242

Anggota 1,



**Feti Fatimah, SE., MM.**  
NPK. 1979052510709622

Anggota 2,



**Yohanes Gunawan Wibowo, SE., MM.**  
NPK. 1984060411703794

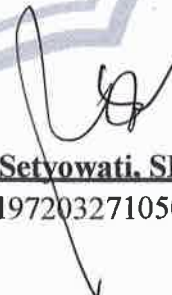
Mengesahkan:

Dekan,



**Maheni Ika Sari, SE., MM.**  
NIP. 197708112005012001

Ketua Jurusan,



**Dr. Trias Setyowati, SH., SE., MM.**  
NPK. 1972032710509477

## PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala nikmat berfikir, kesehatan dan kebahagiaannya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Dalam kesempatan kali ini saya ucapkan terima kasih banyak kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses menyelesaikan skripsi ini diantaranya:

1. Dosen pembimbing dan penguji saya, Ibu Feti, Bapak Yohanes, dan Bapak Suharto yang telah memberikan kasih sayang dan semangat yang luar biasa selama ini, saya sangat merasa beruntung dibimbing dan diuji langsung oleh dosen hebat seperti mereka, semoga Allah terus memberikan kesehatan kepada mereka.
2. Kedua orang tua tercinta, Aba dan Almh. Umi tercinta yang telah memberikan kasih sayang dengan tulus, memberikan semangat, mendidik saya, membesarkan saya, dan terus memberi motivasi untuk saya, terimakasih Aba dan Umi, semoga Allah terus memberikan kesehatan untuk Aba dan Umi.
3. Kakakku tercinta Intan Yasinta yang selama selalu memberikan semangat tanpa kenal lelah menyemangati adiknya yang mageran ini.
4. Partner yang merepotkan dan juga mau direpotkan aldi firmansyah, tanpamu apalah daya skripsiku ini bang
5. Mentor utama sekaligus penasihat spiritual saya Hasan Randi., S.M saya sangat berterimakasih atas segala jenis mentoring dan nasihatnya selama ini.
6. Adik-adikku yang aku banggakan. Dita, Kholiseh, Ikrim, Nopal, Nufan, Rani, Vara, Rido Fara, Sandy, Dani, Maya, Zaki dan lainnya yang tidak bisa saya sebutkan satu- persatu tetapi tidak akan mengurangi rasa banggaku sedikitpun, terima kasih kebersamaannya.
7. Keluarga besar IMM Pimpinan Komisariat Akademos, Alfani, Ecik, Udin, Alfani, Zainal, Dita, kholiseh, Ikrim, Nopal, Nufan, Rani, dan yang lainnya maaf tidak bisa saya sebutkan satu-persatu, terima kasih untuk kenangan yang ditulis selama 3 tahun yang berharga.
8. Teman-teman seperjuangan dan keluarga besar IMM Jember dan teman-teman lainnya yang sudah mewarnai buku perjalanan ku, terimakasih banyak untuk waktu yang kalian berikan.
9. Kota Jember dan Almamater Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember yang akan aku terus banggakan.

## MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”-  
(Al-Baqarah: 286)

“Cogito Ergo Sum”

Aku Berpikir, Maka Aku Ada

(Rene Descartes)

“Apapun Yang Terjadi Tetaplah Bernafas”

(Fabani Yasin Abdillah)



## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah rabbilalamin segala puj dan puji syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat, dan hidayahnya yang melimpah sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul Pengaruh *Brand Image*, Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Oreo *Barbershop* Jember.

Skripsi ini merupakan karya penulis dan merupakan salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen (SM) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember. Dalam penyusunan hingga dapat selesai, penulis menyadari telah banyak pihak yang membantu, membimbing dan mendorong serta memberi semangat pada penulis. Penulis sadar tanpa bantuan dari berbagai pihak, penulis akan mengalami kesulitan dalam menyelesaikan skripsi ini. Untuk itu pada kesempatan kali ini, penulis mengucapkan banyak terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Maheni Ika Sari, SE, MM. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Ibu Dr. Trias Setyowati, SH., SE, MM. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Ibu Feti Fatimah, SE., MM. selaku dosen pembimbing 1 dan Bapak Yohanes Gunawan Wibowo, SE., MM., selaku dosen pembimbing 2 yang telah memberikan bimbingan, saran, bantuan dan pengarahan hingga tersusunnya skripsi ini.
4. Bapak Drs. Akhmad Suharto, MP. selaku dosen penguji skripsi yang bersedia memberikan saran, bimbingan, dan arahan yang bermanfaat demi kesempurnaan skripsi ini.
5. Bapak dan ibu dosen yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi penulis.
6. Kedua orang tua, Aba, Almh. Umi tercinta dan tersayang untuk doa dan dukungan yang diberikan selama ini.
7. Keluarga besar IMM Komisariat Akademos, dengan penuh cinta memberikan semangat kepada penulis.
8. Teman-teman seperjuangan prodi manajemen angkatan 2020 kelas B, teman-teman seperjuangan. IMM se-Jember, dan teman-teman lainnya yang telah memberikan semangat dan dukungan, serta semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan yang telah membantu penulis menyelesaikan skripsi ini.

Atas segala amal baik yang diberikan kepada penulis, semoga diberikan balasan oleh Allah SWT dengan sebaik mungkin dan semoga semua berbahagia. Besar harapan penulis semoga skripsi ini dapat memberikan referensi yang bermanfaat bagi para pembaca. Fastabiqul Khairat, Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	i
<b>PERNYATAAN</b> .....	i
<b>PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	ii
<b>PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	iv
<b>MOTTO</b> .....	v
<b>ABSTRAK</b> .....	vi
<b>ABSTRAC</b> .....	vii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiii
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	5
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	7
2.1 Landasan Teori.....	7
2.2 Penelitian Terdahulu .....	14
2.3 Kerangka Pemikiran.....	20
2.4 Hipotesis Penelitian.....	21
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN</b> .....	23
3.1 Identifikasi Variabel.....	23
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	23
3.3 Desain Penelitian.....	25
3.4 Jenis Data .....	25
3.5 Populas .....	26
3.6 Sampel.....	26
3.7 Teknik Pengambilan Sampel .....	26
3.8 Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.9 Teknik Analisis Data.....	27
<b>BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	30
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	31
4.2 Statistk Deskriptif Responden.....	32
4.3 Analisis Data .....	56
<b>BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	66
5.1 Kesimpulan .....	66
5.2 Saran.....	66
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	67



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Pesaing <i>Oreo Barber Shop</i> .....	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	14
Tabel 4.1 Data Responden Jenis Kelamin.....	32
Tabel 4.2 Data Responden Usia.....	33
Tabel 4.3 Data Responden Pekerjaan.....	33
Tabel 4.4 Data Responden Pernah membeli produk <i>Oreo Barbershop</i> Jember minimal satu kali.....	34
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Tentang Merek <i>Oreo Barbershop</i> Mudah Kenali (X1.1).....	34
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Tentang Merek <i>Oreo Barbershop</i> Punya Ciri Khas yang Kuat (Warna, Promo dan Layanan) (X1.2).....	35
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Tentang <i>Oreo Barbershop</i> Memiliki Visi, Misi dan Tujuan yang Jelas dan Dapat Dipahami (X1.3).....	35
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Tentang <i>Oreo Barbershop</i> Terkesan dengan Keunggulan Perusahaan (Handal, Berkualitas, dan Nyaman) (X1.4).....	36
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Tentang <i>Oreo Barbershop</i> Dihubungkan dengan Keunggulan Perusahaan (Handal, Berkualitas, dan Nyaman) (X1.5).....	37
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Tentang <i>Oreo Barbershop</i> Dihubungkan dengan Generasi Muda (X1.6).....	37
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Tentang Tanggap dan Sigap Saat Menerima Masukan Dari Pelanggan (X1.7).....	38
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Tentang Menerima Masukan Pelanggan Untuk Menjadi Pedoman Perbaikan Kualitas (X1.8).....	38
Tabel 4.13 Tanggapan Responden Tentang Merek <i>Oreo Barbershop</i> Memiliki Keunggulan Untuk Memenuhi Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan (X1.9).....	39
Tabel 4.14 Tanggapan Responden Tentang Merek <i>Oreo Barbershop</i> Menarik Di Mata Pelanggan (X1.10).....	40
Tabel 4.15 Tanggapan Responden Tentang Kualitas Layanan <i>Oreo Barbershop</i> Dapat Mudah Dirasakan (X2.1).....	40
Tabel 4.16 Tanggapan Responden Tentang Kualitas Layanan <i>Oreo Barbershop</i> Bisa Ditemukan Melalui Sosial Media (X2.2).....	41
Tabel 4.17 Tanggapan Responden Tentang <i>Oreo Barbershop</i> Memprioritaskan Konsumen Dengan Sangat Baik (X2.3).....	41
Tabel 4.18 Tanggapan Responden Tentang <i>Oreo Barbershop</i> Memberikan Perhatian Khusus Terhadap Keinginan Konsumen Yang Spontan (X2.4).....	42
Tabel 4.19 Tanggapan Responden Tentang Kualitas Layanan <i>Oreo Barbershop</i> Dapat Memenuhi Kebutuhan dan Keinginan Konsumen (X2.5).....	43
Tabel 4.20 Tanggapan Responden Tentang Kualitas Layanan <i>Oreo Barbershop</i> Dapat Meyakinkan Konsumen Untuk Menggunakan Kembali (X2.6).....	43
Tabel 4.21 Tanggapan Responden Tentang <i>Oreo Barbershop</i> Responsif Terhadap Konsumen Yang Baru Datang (X2.7).....	44
Tabel 4.22 Tanggapan Responden Tentang <i>Oreo Barbershop</i> Ramah Terhadap	

Para Konsumennya (X2.8) .....	44
Tabel 4.23 Tanggapan Responden Tentang Oreo <i>Barbershop</i> Memiliki Kualitas Yang Baik (X2.9) .....	45
Tabel 4.24 Tanggapan Responden Tentang Kualitas Layanan Oreo <i>Barbershop</i> Sesuai Dengan Ekspektasi dan Harapan (X2.10) .....	46
Tabel 4.25 Tanggapan Responden Tentang Harga Oreo <i>Barbershop</i> Terjangkau (X3.1) ..	46
Tabel 4.26 Tanggapan Responden Tentang Harga Oreo <i>Barbershop</i> Sesuai Dengan Target Pasar Perusahaan (X3.2) .....	47
Tabel 4.27 Tanggapan Responden Tentang Harga Oreo <i>Barbershop</i> Sesuai Dengan Kualitas Yang Baik (X3.3) .....	47
Tabel 4.28 Tanggapan Responden Tentang Harga Oreo <i>Barbershop</i> Dapat Menyakinkan Bahwa Produk dan Layanan Berkualitas (X3.4) .....	48
Tabel 4.29 Tanggapan Responden Tentang Harga Yang Diberikan Oreo <i>Barbershop</i> Lebih Terjangkau Dari Para Pesaing (X3.5) .....	49
Tabel 4.30 Tanggapan Responden Tentang Harga Oreo <i>Barbershop</i> Kompetitif dan Dapat Bersaing dengan Para Pesaing (X3.6) .....	49
Tabel 4.31 Tanggapan Responden Tentang Harga Oreo <i>Barbershop</i> Sesuai dengan Layanan, Produk dan Fasilitas Yang Diberikan (X3.7) .....	50
Tabel 4.32 Tanggapan Responden Tentang Harga Oreo <i>Barbershop</i> Sesuai Dengan Manfaat Yang Didapat (X3.8) .....	50
Tabel 4.33 Tanggapan Responden Tentang Menggunakan Oreo <i>Barbershop</i> Karena Produk dan Layanan Yang Berkualitas (Y.1) .....	51
Tabel 4.34 Tanggapan Responden Tentang Menggunakan Oreo <i>Barbershop</i> Karena Rekomendasi Orang Lain (Y.2) .....	52
Tabel 4.35 Tanggapan Responden Tentang Menggunakan Oreo <i>Barbershop</i> Karena Rekomendasi Orang Lain (Y.3) .....	52
Tabel 4.36 Tanggapan Responden Tentang Selalu Ingat dan Menggunakan Oreo <i>Barbershop</i> (Y.4) .....	53
Tabel 4.37 Tanggapan Responden Tentang Akan Menceritakan Kepuasan Penggunaan Oreo <i>Barbershop</i> Kepada Orang Lain (Y.5) .....	54
Tabel 4.38 Tanggapan Responden Tentang Akan Menceritakan Kepuasan Penggunaan Oreo <i>Barbershop</i> Kepada Orang Lain (Y.6) .....	54
Tabel 4.39 Tanggapan Responden Tentang Kembali Lagi Untuk Menggunakan Oreo <i>Barbershop</i> Di Kemudian Hari (Y.7) .....	55
Tabel 4.40 Tanggapan Responden Tentang Menggunakan Oreo <i>Barbershop</i> Sebagai Sebuah Kebutuhan Periodik (Y.8) .....	55
Tabel 4.41 Data Hasil Uji Validitas .....	56
Tabel 4.42 Data Hasil Uji Reliabilitas .....	58
Tabel 4.43 Data Hasil Uji Normalitas .....	59
Tabel 4.44 Data Hasil Uji Multikolonieritas .....	60
Tabel 4.45 Data Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	60
Tabel 4.46 Data Hasil Uji Linier Berganda .....	61
Tabel 4.47 Data Hasil Uji t .....	62
Tabel 4.48 Data Hasil Koefisien Diterminasi (R2) .....	63

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran .....	21
Gambar 4.1 Logo Oreo <i>Barbershop</i> .....	31
Gambar 4.2 Struktur Perusahaan.....	31



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pertanyaan Wawancara.....	70
Lampiran 2 Data Tabulasi Kuesioner.....	75
Lampiran 3 Hasil Statistik Deskriptif.....	92
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas.....	102
Lampiran 5 Hasil Uji Reabilitas.....	109
Lampiran 6 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	111
Lampiran 7 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	113
Lampiran 8 Tabel R.....	114
Lampiran 9 Tabel T.....	119
Lampiran 10 Bukti Penyebaran Kuesioner.....	123

