

LIUS YUSMAN. NPM : 91611404122144. **Pengaruh Proses, Kenyamanan dan Persepsi Kewajaran Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada 92Barbershop.** Dibimbing oleh Bapak Lefrand Mango. dan Bapak Timotius Garatu.

#### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Proses, Kenyamanan dan Presepsi kewajaran harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada 92barbershop. Pengambilan data menggunakan data primer dan data sekunder. Adapun populasi yang digunakan adalah pelanggan 92barbershop Poso. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan metode accidental sampling, dengan sampel sebanyak 42 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Data diolah dengan analisis regresi berganda menggunakan alat statistical program for social science (SPSS).

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut  $Y = 2,638 - 0,012X_1 + 0,916X_2 - 0,053X_3$ . Berdasarkan analisis data statistik. Indikator penelitian ini bersifat valid dan variabelnya bersifat reliabel. Pada pengujian asumsi klasik tidak terjadi heteroskedastisitas dan berdistribusi normal, hasil pengujian hipotesis yaitu koefisien determinasi  $R^2$  diperoleh sebesar 0,911. Berarti 90% kepuasan pelanggan ditentukan oleh variabel proses, kenyamanan dan persepsi kewajaran harga, sisanya 10% ditentukan oleh variabel lain. Nilai t hitung variabel proses  $-0,185$  signifikansi sebesar  $0,854 > 0,05$ , Nilai t hitung variabel kenyamanan  $12,710$  dengan signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai t hitung variabel persepsi kewajaran harga sebesar  $-0,679$  dengan tingkat signifikansi  $0,501 > 0,05$ . Hasil uji F menunjukkan bahwa proses, kenyamanan dan persepsi kewajaran harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, nilai F hitung  $129,124$  signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Uji T membuktikan variabel independen kenyamanan ( $X_2$ ) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. kemudian variabel proses ( $X_1$ ) dan persepsi kewajaran harga ( $X_3$ ) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pelanggan pada 92barbershop.

Kata Kunci : Proses, Kenyamanan, Presepsi kewajaran harga, Kepuasan Pelanggan