

ABSTRAK

PENGARUH *PERCEIVED ENJOYMENT* DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DI NEAT BARBER BANDAR LAMPUNG

Oleh

MUHAMMAD DESTIAN ARIF

Harga dan *perceived enjoyment* merupakan dua elemen penting dalam membentuk loyalitas konsumen, khususnya dalam industri jasa seperti barbershop yang mengandalkan pengalaman langsung pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara simultan pengaruh *perceived enjoyment* dan harga terhadap loyalitas konsumen pada Neat Barber di Kota Bandar Lampung. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang sering meninjau faktor-faktor ini secara terpisah, studi ini menggabungkan keduanya dalam satu pendekatan analisis regresi linier berganda untuk memberikan pemahaman yang lebih komprehensif. Penelitian dilakukan dengan pendekatan kuantitatif melalui penyebaran kuesioner kepada 125 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *perceived enjoyment* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen, sedangkan variabel harga tidak memberikan pengaruh yang signifikan. Temuan ini mengindikasikan bahwa kenyamanan dan pengalaman menyenangkan selama menerima layanan lebih menentukan loyalitas dibandingkan pertimbangan rasional terhadap harga. Oleh karena itu, strategi peningkatan loyalitas sebaiknya difokuskan pada penciptaan pengalaman pelanggan yang menyenangkan.

Kata Kunci: Barber Shop, Harga, Loyalitas Konsumen, *Perceived Enjoyment*.

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF PERCEIVED ENJOYMENT AND PRICE ON CUSTOMER LOYALTY AT NEAT BARBER BANDAR LAMPUNG

By

MUHAMMAD DESTIAN ARIF

Price and perceived enjoyment are two critical factors in shaping consumer loyalty, particularly in service-based industries such as barbershops, where customer experience plays a central role. This study aims to simultaneously examine the influence of perceived enjoyment and price on consumer loyalty at Neat Barber in Bandar Lampung. Unlike previous studies that often assessed these variables in isolation, this research integrates both dimensions using a multiple linear regression analysis to provide a more comprehensive understanding. The study employed a quantitative approach by distributing questionnaires to 125 respondents. The findings reveal that perceived enjoyment has a positive and significant effect on consumer loyalty, while price shows no significant impact. These results suggest that emotional satisfaction and a pleasant service experience are more influential in fostering loyalty than rational price considerations. Therefore, businesses should prioritize enhancing customer enjoyment to strengthen long-term loyalty.

Keyword: Barber Shop, Price, Consumer Loyalty, Perceived Enjoyment.