

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Tingginya intensitas persaingan dagang di era globalisasi dapat diidentifikasi dari perubahan ekonomi dan bisnis yang lebih dinamis, terencana serta terbuka secara luas. Persaingan global yang semakin terbuka ini mendorong berbagai unit usaha untuk bersaing menciptakan keunggulan kompetitif dalam berbagai aspek, seperti halnya pada industri jasa. Perusahaan jasa harus berfokus pada usaha menciptakan keunggulan dan keunikan dibandingkan jasa lainnya yang sejenis. Hal ini dimaksudkan supaya keunikan tersebut bisa menjadi daya tarik pelanggan untuk menggunakan jasa yang ditawarkan.¹

Kondisi perekonomian yang semakin mapan, masyarakat semakin maju dan pendapatan kian meningkat membuat gaya hidup masyarakat juga ikut berkembang. Salah satu gaya hidup yang menjadi atensi masyarakat yakni gaya rambut, dimana mereka selalu berusaha mengikuti tren yang sedang bergulir. Dalam urusan menata rambut perkembangan jasa pangkas rambut kian melesat. Jika umumnya wanita, saat ini pria juga peduli akan perawatan rambut untuk menjaga penampilan rambut agar terlihat rapi, bersih dan menarik. Sehingga bermunculan jasa potong rambut yang dikhususkan untuk pria yang disebut barbershop.

¹ Ni Putu & Ni Ketut, *Pengaruh Strategi Diferensiasi Terhadap Upaya Membangun Keunggulan Bersaing Pada Hotel ALILA UBUD* Vol. 6, No. 11 Tahun 2017, 6129.

Sebutan barbershop berasal dari bahasa latin yaitu “Barba” yang maknanya janggut yang mayoritas dimiliki pria. Awalnya barbershop hanya berfungsi sebagai tempat memangkas jenggot dan kumis. Namun seiring perkembangannya lebih dikenal sebagai tempat pangkas rambut.² Secara garis besar salon dan barbershop memiliki persamaan yakni juga menawarkan jasa potong rambut bagi pelanggannya. Akan tetapi, dilihat dari konsepnya sangat berbeda, jika salon memiliki kesan yang feminim lain halnya barbershop yang didesain dengan nuansa maskulin yang sangat kental. Mulai dari desain interior ruangan yang bertema pria, tenaga tukang cukur yang juga pria dan hanya melayani pelanggan pria.

Dilihat dari banyaknya konsumen yang menggunakan jasa barbershop. Demi memenangkan persaingan pihak barbershop sebagai seorang pemasar harus memegang strategi yang terpadu untuk mencapai sasaran pasar sekaligus tujuan perusahaan. Strategi pemasaran di bidang jasa biasa disebut bauran pemasaran. Menurut Phillip Kotler dan Kevin Keller dalam (Hans Maupa, 158) bauran pemasaran merupakan rangkaian dari perangkat pemasaran yang dikerahkan perusahaan guna menggapai tujuan.³

Bauran pemasaran ini terdiri dari 4P, namun Zeithmal, Bitner dan Gremer menambahkan 3 elemen pada bauran pemasaran jasa sehingga

² Roy Firmansyah, Sugiharto Pujangkoro dan Fadli, *The Effect Analysis of Marketing Mix on Barbershop Service Selection Decisions by Customer at Next Premium Barbershop Abdullah Lubis Medan Branch*, International Journal of Research and Review, Vol. 7: Issue1, (January 2020), 384.

³ Hans Maupa, Dkk, *Marketing Digital Konsep Entrepreneurship UMKM*, (Yogyakarta: Nas Media Pustaka, 2023), 158.

menjadi 7P yaitu mencakup produk, harga, lokasi, promosi, orang, proses dan fasilitas fisik.⁴ Produk ialah segala hal yang bisa ditawarkan ke pasar guna memuaskan keinginan serta kebutuhan. Harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk ataupun jasa. Tempat adalah tempat dilakukannya pelayanan jasa. Promosi ialah kegiatan mengkomunikasikan suatu produk ataupun jasa guna meyakinkan calon konsumen. Orang adalah semua pelaku yang terlibat dalam penyampaian jasa kepada konsumen. Proses ialah serangkaian langkah sistematis yang digunakan untuk menyampaikan jasa. Bukti fisik/fasilitas fisik ialah struktur fisik yang turut menarik konsumen untuk melakukan pembelian.⁵

Beberapa tahun belakangan, bisnis jasa barbershop kian berkembang terutama di daerah perkotaan salah satunya di Pare. Pare merupakan sebuah kecamatan yang berwilayah di kabupaten Kediri. Posisi kecamatan Pare yang strategis menjadikan Pare tidak pernah sepi dari lalu lalang masyarakat lokal maupun luar daerah. Kecamatan Pare yang dikenal sebagai pusat pembelajaran bahasa inggris atau kampung inggris dari tahun ke tahun mengalami perkembangan pesat. Belakangan banyak sekali professional bahasa inggris yang mendirikan lembaga kursus dan pelatihan bahasa inggris. Seiring bermunculannya lembaga kursus ini, mendorong berdirinya berbagai bidang usaha oleh masyarakat salah satunya jasa barbershop.

⁴Ibid, 23.

⁵ Didin Fatihudin & Anang Firmansyah, *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan)*, (Yogyakarta:Deepublish Publisher, 2019), 179-188.

Di kecamatan Pare saat ini, usaha jasa barbershop merupakan bisnis yang sedang berkembang pesat. Perkembangan ini memunculkan banyak pesaing baru pada jasa barbershop. Perkembangan ini terlihat dari jumlah jasa barbershop di Pare pada tabel berikut:

Tabel 1.1
Daftar Barbershop di Pare

No.	Nama Barbershop	Tahun Berdiri
1.	The Shift Barbershop	2016
2.	86 Barbershop	2016
3.	Dostco Barber Studio	2017
4.	Mikmer Barbershop	2018
5.	Barbershop President	2018
6.	Kenzo Barbershop	2018
7.	Punkhrust Barbershop	2019
8.	Little Chop Barber	2019
9.	Sideaway Premium Barber	2020
10.	Sildam Barbershop	2020
11.	Retromen Barbershop	2021
12.	Star Barbershop	2021
13.	Billioner Barbershop	2021

Sumber: Hasil Observasi (2022)

Dari tabel 1.1 diatas dapat diamati bahwa hingga tahun 2022 terhitung 13 usaha jasa barbershop yang berdiri. Namun peneliti memilih 3 jasa barbershop sebagai pembanding yaitu The Shift Barbershop, 86 Barbershop dan Dotsco Barber Studio. Pemilihan ini didasarkan pada tahun paling dahulu berdiri karena telah memiliki posisi yang kuat dalam pasar persaingan bisnis jasa barbershop. Berdasarkan observasi yang dilakukan pada tanggal 14 Juni 2022 diperoleh data perbandingan 3 jasa barbershop sebagai berikut:

Tabel 1.2
Perbandingan Barbershop di Pare

Pembanding 7p	The Shift Barbershop	86 Barbershop	Dostco Barber Studio
Produk	a. Potong rambut (potong+keramas+pomade/vitamin+spray) b. Pewarnaan rambut c. Cukur jenggot	a. Potong rambut (potong+keramas+pomade/vitamin) b. Cukur jenggot	a. Potong rambut (potong+keramas+pomade/vitamin) b. Pewarnaan rambut c. Cukur jenggot
Harga	a. Potong rambut 20K b. Pewarnaan rambut 40-135K c. Cukur jenggot 10K	a. Potong rambut 25K b. Cukur jenggot 10K	a. Potong rambut 30K b. Pewarnaan rambut 40-140K c. Cukur jenggot 10-15K
Lokasi	a. Jl. Brawijaya No. 8, Singgahan, Tulungrejo, Pare b. Jam operasional hari senin-minggu (10.00-21.00)	a. Jl. PB. Sudirman No. 27, Plongko, Pare b. Jam operasional hari selasa-minggu (10.00-21.00)	a. Jl. Soekarno Hatta No. 19, Bendo Asari, Bendo, Pare b. Jam operasional hari sabtu-kamis (10.00-21.00)
Promosi	a. Instagram b. Facebook c. Whatsapp d. Spanduk	a. Instagram b. Facebook c. Whatsapp d. Spanduk	a. Instagram b. Facebook c. Whatsapp d. Spanduk
Orang (Tenaga Kerja)	6 orang	4 orang	4 orang
Proses	Langsung datang ke lokasi dan mengambil nomor antrian	Langsung datang ke lokasi dan mengantri sesuai urutan kedatangan	-Membuat reservasi/booking melalui whatsapp. Datang telat maksimal 15 menit, lewat dari itu dibatalkan. - Langsung datang ke lokasi dan list urutan waktu
Fasilitas Fisik	a. Kursi tunggu b. AC	a. Kursi tunggu b. AC	a. Kursi tunggu b. AC

	c. WIFI d. Toilet e. Parkiran muat 8 motor	c. WIFI d. Toilet e. Parkiran muat 10 motor	c. Toilet d. Parkiran muat 5 motor
Jumlah Pelanggan perhari	28-46 orang	20-25 orang	14-23 orang

Sumber: Hasil Observasi (2022)

Berdasarkan tabel 1.2 diatas menunjukkan bahwa The Shift Barbershop memiliki beberapa keunggulan dibandingkan 86 Barbershop dan Dostco Barber Studio. The Shift Barbershop menawarkan layanan potong rambut lebih unggul karena memberikan produk pelengkap lebih banyak. Selain itu harga yang ditawarkan The Shift Barbershop lebih murah dan jumlah tenaga pangkas rambut yang disediakan lebih banyak. Sehingga dengan nilai lebih yang dimiliki tersebut mampu menjaring lebih banyak pelanggan yang datang dibandingkan dengan para pesaing yakni sejumlah 28-46 orang per hari. Dengan mayoritas pelanggan yang datang adalah pria. Sebab pada The Shift Barbershop hanya melayani pelanggan pria dan sesuai dengan slogan yang dipakai yaitu “*Keep Handsome*”

The Shift Barbershop memiliki beberapa produk yang ditawarkan. Berdasarkan observasi yang dilakukan pada tanggal 20 Juni 2022 diperoleh data daftar produk yang sering digunakan oleh konsumen:

Tabel 1.3
Produk The Shift Barbershop Pare

Produk	Jumlah
Potong Rambut	27
Pewarnaan Rambut	3
Cukur Jenggot	5
Jumlah	35

Sumber: Hasil Observasi tanggal 20 Juni 2022

Dari data diatas dapat diketahui bahwa 27 responden memilih produk potong rambut. Untuk produk pewarnaan rambut yang memilih sejumlah 3 responden dan pada produk cukur jenggot yang memilih sejumlah 5 responden. Jadi dapat disimpulkan bahwa konsumen paling banyak memilih produk potong rambut. Dengan demikian peneliti mengambil objek penelitian produk potong rambut.

Sejalan dengan pendapat Schiffman dan Kanuk dalam (Lingan, 4115) yang dimaksud keputusan pembelian adalah pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan pembelian.⁶ Semakin banyaknya alternatif pilihan pembelian membuat konsumen semakin banyak mempertimbangkan faktor-faktor pengambilan keputusan untuk membeli atau memakai suatu barang ataupun jasa. Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan pada tanggal 22 Juni 2022 kepada 35 responden berikut alasan konsumen memilih memotong rambut di The Shift Barbershop:

Tabel 1.4
Alasan memilih memotong rambut di The Shift Barbershop

Alasan pemilihan jasa potong rambut	Jumlah
Produk	12
Harga	19
Lokasi	4
Promosi	0
Orang	0
Proses	0
Fasilitas Fisik	0
Jumlah	35

Sumber: Hasil Observasi tanggal 22 Juni 2022

⁶ Lingkan Theofani Wowor, *Analisis Pengaruh Strategi Harga, Kualitas Produk dan Suasana Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Kopi Billy Megamas Manado*, Jurnal EMBA Vol. 5 No. 3 Tahun 2017, 415.

Berdasarkan tabel 1.3 dapat diketahui bahwa sejumlah 12 orang memilih produk, sejumlah 19 orang memilih harga, sejumlah 4 orang memilih lokasi, dan sejumlah 0 responden yang memilih promosi, orang, proses dan fasilitas fisik. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa alasan konsumen memilih memotong rambut di The Shift Barbershop paling tinggi adalah karena produk dan harga.

Berdasarkan pemaparan latar belakang diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Memilih Jasa Potong Rambut Di Barbershop (Studi Pada The Shift Barbershop Pare Kediri)”**

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah merupakan suatu pertanyaan penelitian (*research question*) yang akan dicarikan jawabannya melalui pengumpulan data. Pertanyaan penelitian merupakan panduan bagi peneliti untuk mengumpulkan berbagai jenis informasi yang diperlukan.⁷ Pada penelitian ini rumusan masalahnya sebagai berikut:

1. Bagaimana produk potong rambut di The Shift Barbershop Pare Kediri?
2. Bagaimana harga potong rambut di The Shift Barbershop Pare Kediri?
3. Bagaimana keputusan memilih jasa potong rambut di The Shift Barbershop Pare Kediri?

⁷ Indra Prasetya, *Metodologi Penelitian Pendekatan Teori Dan Praktik*, (Medan: UMSU Press, 2022), 64.

4. Bagaimana pengaruh produk terhadap keputusan memilih jasa potong rambut di The Shift Barbershop Pare Kediri?
5. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan memilih jasa potong rambut di The Shift Barbershop Pare Kediri?
6. Bagaimana pengaruh produk dan harga terhadap keputusan memilih jasa potong rambut di The Shift Barbershop Pare Kediri?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan jawaban terhadap masalah yang akan dikaji atau diteliti. Pernyataan yang dikemukakan dalam tujuan penelitian memiliki hubungan dengan rumusan masalah, dan peneliti menetapkan secara definisi.⁸ Tujuan penelitian pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui produk potong rambut di The Shift Barbershop Pare Kediri.
2. Untuk mengetahui harga potong rambut di The Shift Barbershop Pare Kediri.
3. Untuk mengetahui keputusan memilih jasa potong rambut di The Shift Barbershop Pare Kediri.
4. Untuk mengetahui pengaruh produk terhadap keputusan memilih jasa potong rambut di The Shift Barbershop Pare Kediri.
5. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan memilih jasa potong rambut di The Shift Barbershop Pare Kediri.

⁸ Ibid, 68.

6. Untuk mengetahui pengaruh produk dan harga terhadap keputusan memilih jasa potong rambut di The Shift Barbershop Pare Kediri.

D. Kegunaan Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Memberikan kontribusi pengetahuan guna memperkaya wawasan keilmuan terutama berhubungan dengan bauran pemasaran jasa terhadap keputusan pembelian.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Perusahaan

Sebagai sumbang saran dan masukan bagi pihak barbershop dalam menentukan kebijakan terkait pengaruh produk dan harga terhadap keputusan memilih jasa potong rambut di barbershop.

- b. Bagi Akademik

Menambah wawasan kepustakaan serta literatur ilmiah bagi akademisi.

- c. Bagi Pihak Lain

Sebagai acuan dan sumber bacaan bagi akademisi yang mengambil tugas akhir dengan kajian yang sama serta sebagai pembanding penelitian berikutnya.

E. Telaah Pustaka

1. Penelitian terdahulu oleh Indah Dwi Astuti (2020) berjudul “Pengaruh Produk dan Physical Evidence Terhadap Keputusan Pemilihan Arena Futsal (Studi Pada Premier Futsal Kediri)”⁹

Penelitian ini memberikan kontribusi sebagai penunjang penelitian yang akan dilakukan karena memakai metode penelitian yang sama yakni metode penelitian kuantitatif dan memakai metode analisis yang sama yaitu metode analisis regresi linier berganda. Perbedaannya penelitian terdahulu memakai produk dan physical evidence, sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan memakai produk dan harga. Objek penelitian terdahulu di Premier Futsal Kediri, sedangkan objek penelitian yang akan dilakukan di The Shift Barbershop Pare Kediri.

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa produk dan physical evidence secara bersama-sama berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pemilihan arena futsal pada Premier Futsal Kediri dengan nilai $F_{hitung} = 39,959$ dan nilai signifikan 0,000. Nilai determinasi sebesar 0,518 berarti pengaruh produk dan physical evidence terhadap keputusan pemilihan arena futsal pada Premier Futsal Kediri sebesar 51,8%.

2. Penelitian terdahulu oleh Riau Rahmat Hidayat (2018) berjudul “Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan

⁹ Indah Dwi Astuti, *Pengaruh Produk dan Physical Evidence Terhadap Keputusan Pemilihan Arena Futsal (Studi Pada Premier Futsal Kediri)*. Skripsi (Kediri:IAIN Kediri, 2020).

Pembelian (Studi Kasus Pada Pembeli Gula Aren di Desa Simpang Empat Kecamatan Sei Rampah Kabupaten Sergai Provinsi Sumut)”¹⁰.

Penelitian ini memberikan kontribusi sebagai penunjang penelitian yang akan dilakukan karena memakai metode penelitian yang sama yaitu metode penelitian kuantitatif dan memakai metode analisis yang sama yaitu metode analisis regresi linier berganda. Variabel yang digunakan juga sama yakni produk dan harga. Perbedaanya objek penelitian terdahulu pada pembeli Gula Aren di Desa Simpang Empat Kecamatan Sei Rampah Kabupaten Sergai Provinsi Sumut, sedangkan objek penelitian yang akan dilakukan di The Shift Barbershop Pare Kediri.

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa kualitas produk dan harga secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada pembeli Gula Aren di Desa Simpang Empat Kecamatan Sei Rampah Kabupaten Sergai Provinsi Sumut dengan $F_{hitung} = 13,127 > F_{tabel} = 3,30$ dan nilai signifikan 0,000. Nilai determinasi sebesar 0,459 berarti pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada pembeli Gula Aren di Desa Simpang Empat Kecamatan Sei Rampah Kabupaten Sergai Provinsi Sumut sebesar 46%.

¹⁰ Riau Rahmat Hidayat, *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pembeli Gula Aren di Desa Simpang Empat Kecamatan Sei Rampah Kabupaten Sergai Provinsi Sumut)*. Skripsi (Medan:UIN Sumatera Utara, 2018).

3. Penelitian terdahulu oleh Yenny Remita Fitrianty (2018) berjudul “Pengaruh Harga, Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Pada Soraya Shop Plaju Palembang”¹¹

Penelitian ini memberikan kontribusi sebagai penunjang penelitian yang akan dilakukan karena memakai metode penelitian yang sama yaitu metode penelitian kuantitatif dan memakai metode analisis yang sama yaitu metode analisis regresi linier berganda. Perbedaannya penelitian terdahulu memakai harga, produk, dan kualitas pelayanan, sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan yakni produk dan harga. Objek penelitian terdahulu pada Soraya Shop Plaju Palembang, sedangkan objek penelitian yang akan dilakukan di The Shift Barbershop Pare Kediri.

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa harga, produk, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian pada Soraya Shop Plaju Palembang dengan $F_{hitung} = 52,293 > F_{tabel} 2,67$ dan nilai signifikan 0,000. Nilai determinasi sebesar 0,518 berarti pengaruh harga, produk, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pakaian pada Soraya Shop Plaju Palembang sebesar 51,8%.

4. Penelitian terdahulu oleh Isneini Suci Rahayu (2020) berjudul “Pengaruh Harga Dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Gethuk

¹¹ Yenny Remita Fitrianty, *Pengaruh Harga, Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Pada Soraya Shop Plaju Palembang*, Skripsi (Palembang:UIN Raden Fatah, 2018)

Lindri Dan Tape Singkong (Studi Pada Home Industri UD. Padhang Bulan Desa Ngasem Kecamatan Ngasem Kabupaten Kediri)”.¹²

Penelitian ini memberikan kontribusi sebagai penunjang penelitian yang akan dilakukan karena memakai metode penelitian yang sama yaitu metode penelitian kuantitatif dan memakai metode analisis yang sama yaitu metode analisis regresi linier berganda. Variabel yang digunakan juga sama yakni harga dan produk. Perbedaanya objek penelitian terdahulu pada home industri UD. Padhang Bulan, sedangkan objek penelitian yang akan dilakukan di The Shift Barbershop Pare Kediri.

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa harga dan produk secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian gethuk lindri dan tape singkong pada home industri UD. Padhang Bulan Desa Ngasem Kecamatan Ngasem Kabupaten Kediri dengan $F_{hitung} = 76,693 > F_{tabel} = 3,08$ dan nilai signifikan 0,000. Nilai determinasi sebesar 0,589 berarti pengaruh harga dan produk terhadap keputusan pembelian gethuk lindri dan tape singkong pada home industri UD. Padhang Bulan Desa Ngasem Kecamatan Ngasem Kabupaten Kediri sebesar 58,9 %.

5. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Lenggang Kurnia Intan Devi (2019).¹³

¹² Isneini Suci Rahayu, *Pengaruh Harga Dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Gethuk Lindri Dan Tape Singkong (Studi Pada Home Industri UD. Padhang Bulan Desa Ngasem Kecamatan Ngasem Kabupaten Kediri)*, Skripsi (Kediri:IAIN Kediri, 2020).

Penelitian ini memberikan kontribusi sebagai penunjang penelitian yang akan dilakukan karena memakai metode penelitian yang sama yaitu metode penelitian kuantitatif dan memakai metode analisis yang sama yaitu metode analisis regresi linier berganda. variabel penelitian terdahulu yakni kualitas produk, harga, promosi sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan yakni produk dan harga. Objek penelitian terdahulu pada mahasiswa di Surabaya, sedangkan objek penelitian yang akan dilakukan di The Shift Barbershop Pare Kediri.

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa kualitas produk, harga, promosi secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada marketplace Shopee oleh mahasiswa di Surabaya dengan $F_{hitung} = 83,571 > F_{tabel} = 1,63$ dan nilai signifikan 0,000. Nilai determinasi sebesar 0,485 berarti pengaruh kualitas produk, harga, promosi terhadap keputusan pembelian pada marketplace Shopee oleh mahasiswa di Surabaya sebesar 48,5%

F. Hipotesis Penelitian

Hipotesis diartikan sebagai jawaban yang bersifat sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Dengan kata lain, hipotesis dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah

¹³ Lenggang Kurnia Intan Devi, *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa di Surabaya)*, Skripsi (Surabaya: UIN Sunan Amperl Surabaya, 2019).

penelitian¹⁴. Berdasarkan rumusan masalah penelitian, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Ho1 = Tidak ada pengaruh produk terhadap keputusan memilih jasa potong rambut di The Shift Barbershop.
Ha1 = Terdapat pengaruh produk terhadap keputusan memilih jasa potong rambut di The Shift Barbershop.
2. Ho2 = Tidak ada pengaruh harga terhadap keputusan memilih jasa potong rambut di The Shift Barbershop.
Ha2 = Terdapat pengaruh harga terhadap keputusan memilih jasa potong rambut di The Shift Barbershop.
3. Ho3 = Tidak ada pengaruh produk dan harga terhadap keputusan memilih jasa potong rambut di The Shift Barbershop.
Ha3 = Terdapat pengaruh produk dan harga terhadap keputusan memilih jasa potong rambut di The Shift Barbershop.

¹⁴ Sugiyono, “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*” (Bandung:ALVABETA, 2016), 64.